



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

“Análisis de las motivaciones en el ámbito de la educación musical: Elaboración de un producto multimedia para enseñar a utilizar instrumentos de percusión”

Tesis de grado, previa a la obtención del título:

Ingeniería en Diseño Gráfico

AUTOR:

Víctor Andrés Espín Viteri.

Riobamba – Ecuador

2014

Agradezco sobre todas las cosas a Dios. Por sus enseñanzas, lecciones de vida y el gran amor que nos tiene. A mi angelito que se encuentra en el cielo, el motor que impulsa mis pasos cada día para ser mejor persona. A ti hijo querido, Julián Alexander Espín Muñoz. A mi madre por su paciencia y amor. A mi novia quien me motivo para culminar esta tesis, A mis tíos, tías, hermanos, A mi director de tesis Ing. Milton Espinoza. Sin olvidarme de nadie, me encuentro en este momento culminando una etapa de estudios en mi vida. Para continuar con la siguiente. Gracias a Todos.

Dedico esta tesis en especial a mis dos hijos, A mi madre, hermanos, tíos y mi novia. Por ser lo mejor que ha llegado a mi vida.

NOMBRE

FIRMA

FECHA

Ing. Nicolay Samaniego Ph.D.

**DECANO FACULTAD DE
INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA**

.....

.....

Lic. Pepita Alarcón

**DIRECTORA DE ESCUELA
DE DISEÑO GRÁFICO**

.....

.....

Ing. Milton Espinoza

DIRECTOR DE TESIS

.....

.....

Lcdo. Luis Viñan

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....

.....

**DIRECTOR DEL CENTRO
DE DOCUMENTACIÓN**

.....

.....

NOTA DE TESIS

.....

RESPONSABILIDAD DEL AUTOR

“Yo Víctor Andrés Espín Viteri, soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta tesis, y el patrimonio intelectual de la misma pertenecen a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo”

.....
Víctor Andrés Espín Viteri

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

1- P: Rechazo (porcentaje de personas que no aceptan el producto)

2D: Dos dimensiones

3D: Tercera dimensión

CD-ROM: Compact Disc - Read Only Memory

CMYK: Cyan, Magenta, Yellow y Black

CSAA: Clase Social Alta Baja.

CSAB: Clase Social Alta Baja

CSBA: Clase Social Baja Alta.

CSBB: Clase Social Baja Baja.

CSMA: Clase Social Media Alta.

CSMB: Clase Social Media Baja.

E: Error muestral.

f: En función

HTML: Lenguaje de marcado de hipertexto (Hyper Text Markup Language)

MMR: Marco Muestral De Referencia

MS-DOS: *MS-DOS* siglas de MicroSoft Disk Operating System, Sistema operativo de disco de Microsoft

n: Muestra

N: Tamaño de la Población.

Nc: Nivel de confianza

P: Aceptación (porcentaje de personas que si aceptan producto)

RGB: Rojo, Verde, Azul.

URL: uniform resource locator - localizador de recursos uniforme

Z: Desviaciones típicas.

ÍNDICE	Pág.
CAPÍTULO I: MARCO REFERENCIAL	
1.1 ANTECEDENTES:	13
1.2 OBJETIVOS	20
1.2.1 OBJETIVOS GENERALES	20
1.2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS:	20
1.3 JUSTIFICACIÓN	21
1.4 HIPOTESIS	21
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1 DISEÑO MULTIMEDIA	22
2.1.1 Navegabilidad.....	22
Navegación jerárquica:	23
2.1.2 Usabilidad.....	23
2.1.3 Componentes Del Multimedia.....	24
El color:.....	24
2.1.4 Gráficos Vectoriales	24
2.1.5 Animación	24
2.1.6 Sonido.....	25
2.1.7 Video	25
2.1.8 Desarrollo De Proyectos Multimedia	25

Análisis:	25
2.1.9 Desarrollo De La Estructura Del Proyecto Multimedia	26
2.1.10 Diseño Visual	26
2.1.11 Producción.....	26
2.1.12 Lanzamiento	27
2.1.13 Aplicación Del Multimedia	27
2.2 MOTIVACIONES Y MODELOS DE APRENDIZAJE.....	27
2.2.1 Las Desmotivaciones En El Estudiante.....	27
2.2.2 Motivación.....	28
2.2.3 Tipos De Motivaciones.....	29
2.2.4 El Aprendizaje Autorregulado Y La Motivación	30
2.2.5 Aprendizaje.....	33
2.2.6 Modelos De Aprendizaje	34
2.2.6 Estrategias De Enseñanza.....	41
2.3 BATERÌA	42
2.3.1 Definición De Batería.....	42
2.3.2 Información Específica De Las Partes De La Batería	42
2.3.3 Afinación De La Batería.....	43
2.3.4 Como Leer Partituras.....	44
2.3.5 Tabla de Valores.....	45

2.3.6 Notación En El Pentagrama.....	45
2.3.7 Signos De Notación Musical.....	46
Compás:	46
Líneas Divisorias:	46
2.3.8 Como Tocar La Batería Paso A Paso	47
La Caja:.....	48
La Caja y El Plato:	48
El Bombo	48
Bombo y Caja	49
Bombo, Caja Y Plato	50
2.3.9 Técnica Para Batería.....	50
2.3.10 Ritmos Clásicos	52
2.4 MARKETING.....	53
2.4.1 Plan De Marketing.....	53
2.4.2 Segmentación De Mercado.....	53
2.4.3 Grupos De Edades	54
2.4.4 Enfoque Clases Sociales.....	54
2.4.4 Rasgos Del Carácter	56
2.4.5 Diseño Estadístico De La Investigación.....	57
2.5.6 Aplicar Una Técnica De Muestreo	59

2.5 INTRODUCCIÓN AL DISEÑO	59
2.5.1 Categorías Compositivas	60
2.5.2 Leyes Y Elementos Compositivos.....	60
2.5.3 Elementos Del Diseño Gráfico	61
2.5.4 Elementos De Relación	62
2.5.5 Interrelación De Formas	62
2.5.6 Color	63
2.5.6 Tipografía	65

CAPÍTULO III: DEFINICIÓN DEL SEGMENTO DE MERCADO Y ESTABLECIMIENTO DE LOS CONTENIDOS

3.1 PLAN DE MARKETING	67
3.1.1 Enunciado de la idea del proyecto.....	67
3.1.2 Análisis Contextual.	67
3.1.3 Descripción de la Oferta.	67
3.1.4 Publico Objetivo.....	68
3.1.5 Proceso De Investigación De Mercado	68
3.3 DISEÑO ESTADISTICO DE LA INVESTIGACIÓN	69
3.3.1 Definición del público objetivo	69
3.3.2 Análisis de Encuesta.....	72

CAPÍTULO IV: DESARROLLO DEL PRODUCTO MULTIMEDIA

4.1 PLANIFICACIÓN.....	85
4.2 DISEÑO.....	86
4.3 ANÁLISIS DE TAREAS.....	87
4.5 GUION MULTIMEDIA.....	91

CAPÍTULO V: VALIDACIÓN Y COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

5.1 Evaluación.....	102
5.2 Análisis de Preguntas.....	102
5.3 Evaluación de Parámetros.....	104
5.4 Análisis de Parámetros para validar Hipótesis.....	104

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

RESUMEN

SUMMARY

GLOSARIO DE TÉRMINOS

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA	Pág.
Figura II. 1 Estilos de Aprendizaje.....	35
Figura II. 2 Cuadrantes Cerebrales.....	36
Figura II. 3 Modelo de Kolb.....	37
Figura II. 4 Expresiones Faciales.....	39
Figura II. 5 Secuencia de Tornillos.....	43
Figura II. 6 Tabla de Valores.....	45
Figura II. 7 Notación En El Pentagrama.....	45
Figura II. 8 Pentagrama.....	46
Figura II. 9 Llave.....	46
Figura II. 10 Líneas Divisorias.....	46
Figura II. 11 Barras y Puntillos.....	47
Figura II. 12 Indicación Metronómica.....	47
Figura II. 13 Posición Correcta al Sentarse.....	47
Figura II. 14 Tipos de Golpe en Ride.....	47
Figura II. 15 Partitura para Caja.....	48
Figura II. 16 Partitura para Caja y Plato.....	48
Figura II. 17 Golpe Bombo.....	48
Figura II. 18 Partitura para Bombo y Plato.....	49

Figura II. 19 Partitura para Bombo y Caja.....	49
Figura II. 20 Partitura para Batería.....	50
Figura II. 21 Técnica Bombo.....	51
Figura II. 22 Partitura para Rock.....	52
Figura II. 23 Partitura para Funk.....	52
Figura II. 24 Partitura para Balada.....	52
Figura II. 25 Partitura para Pop.....	52
Figura II. 26 Formula cálculo de muestra.....	57
Figura II. 27 Formula corrección tamaño de muestra.....	58
Figura II. 28 Formula cálculo de muestra sin conocer población.....	58
Figura III. 29 Resolución de Formula cálculo de muestra.....	70
Figura III. 30 Preg. 2.....	73
Figura III. 31 Preg. 3.....	74
Figura III. 32 Preg. 4.....	75
Figura III. 33 Preg. 4.....	76
Figura III. 34 Preg.5.....	77
Figura III. 35 Preg. 6.....	78
Figura III. 36 Colores.....	79
Figura III. 37 Preg. 7.....	79
Figura III. 38 Preg. 8.....	80

Figura III. 39 Percusión.....	81
Figura III. 40 Preg. 9.....	82
Figura III. 41 Preg. 10.....	83
Figura IV. 42 Diagrama Estructural.....	88
Figura IV. 43 Diagrama Estructural.....	89
Figura IV. 44 Diagrama Estructural.....	89
Figura IV. 45 Diagrama Estructural.....	90
Figura V. 46 Evaluación de Parámetros.....	104

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA	Pág.
Tabla II. I Estrategias de enseñanza y estilos de aprendizaje.....	41
Tabla III. II Cuadro de Proceso de Investigación.....	68
Tabla III. III Lista de Estudiantes Plan Piloto.....	69
Tabla III. IV Lista de Estudiantes del Mercado.....	71
Tabla III. V Preg. 2.....	72
Tabla III. VI Preg. 3.....	73
Tabla III. VII Preg. 4.....	74
Tabla III. VIII Preg. 4.....	75
Tabla III. IX Preg. 5.....	77
Tabla III. X Preg. 6.....	78
Tabla III. XI Preg. 7.....	79
Tabla III. XII Preg. 8.....	80
Tabla III. XIII Preg. 9.....	81
Tabla III. XIV Preg. 10.....	82
Tabla IV. XV Planificación.....	85
Tabla IV. XVI Diseño y Análisis de tareas.....	86
Tabla IV. XVII Diseño y Análisis de tareas.....	87
Tabla IV. XVIII Pantalla 1.....	91

Tabla IV. XIX Pantalla 2.....	92
Tabla IV. XX Pantalla 3.....	93
Tabla IV. XXI Pantalla 4.....	94
Tabla IV. XXII Pantalla 5.....	95
Tabla IV. XXIII Pantalla 6.....	96
Tabla IV. XXIV Pantalla 7.....	97
Tabla IV. XXV Pantalla 8.....	98
Tabla IV. XXVI Pantalla 9.....	99
Tabla IV. XXVII Pantalla 10.....	100
Tabla IV. XXVIII Pantalla 11.....	101
Tabla V. XXIX Tabulación Pregunta 1.....	103
Tabla V. XXX Tabulación Pregunta 2.....	103
Tabla V. XXXI Tabulación Pregunta 3.....	103
Tabla V. XXXII Evaluación de Parámetros.....	104

INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Riobamba no existen muchos lugares en donde se impartan clases sobre percusión, peor aún centros en donde se utilicen metodologías de aprendizaje para la enseñanza de estos instrumentos. Al realizar un breve sondeo a los alumnos del centro cultural de la ESPCOH, se logró identificar una problemática. Y es la falta de motivación por aprender estos instrumentos.

La investigación fue realizada netamente en el centro cultural Chaquihuasi, en las unidades de expresión musical. En donde se impartieron las reuniones para realizar el estudio de mercado.

El objetivo principal de este trabajo fue realizar un estudio de los diferentes tipos de motivaciones en el ámbito educacional, y aplicación de estas teorías en un producto multimedia el cual permita enseñar a utilizar instrumentos de percusión (batería).

La hipótesis “La aplicación de la metodología multimedia, diseñada a partir de un modelo educativo desde un punto de vista motivacional permitirá un aprendizaje más efectivo”, fue validada y comprobada teniendo un resultado positivo ante la indagación.

Se utilizó la metodología de investigación científica deductiva, ya que estudia un fenómeno o problema desde el todo hacia las partes, es decir analiza el concepto para llegar a los elementos de las partes del todo. Entonces diríamos que su proceso es sintético analítico.

CAPÍTULO I:

MARCO REFERENCIAL

1.1 ANTECEDENTES:

De acuerdo a una previa investigación para definir proyectos similares que se hayan hecho en el Ecuador. Se aprecia que no hay mucha información sobre motivación en los estudiantes que desean aprender percusión. Siendo la motivación uno de los motores que impulsan la autoeducación.

En la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO Se encontró algo similar a la idea de motivación y fue encontrada en los talleres de expresión artística de la ESPOCH, “taller de teatro clown” aquí desarrollan mucho y ayudan a formar la personalidad de los estudiantes ya que mediante el juego, la risa y el realismo van formando una motivación positiva en los estudiantes. Porque la motivación es algo interesante y digno de investigación en esta área?, curiosamente las personas que asisten al teatro son personas que tienen una inclinación hacia el medio artístico, de esta manera se puede captar la atención del estudiante. Ya teniendo la atención viene la motivación, la

misma que impulsa al ser humano a ser más responsable y tener otro tipo de perspectiva ante los retos.

Mediante esta investigación se dará un trato más adecuado a las motivaciones en el ámbito de educación musical. Para de esta manera aplicarla tecnicada mente en estudiantes.

También existen en el mercado la compra de cursos por internet cuesta mucho dinero y además se los puede adquirir si la persona cuenta con una tarjeta de crédito, Muchas personas en la ESPOCH ni siquiera tienen una cuenta de ahorros peor una tarjeta de crédito. Razón por la cual ahí quedaron sus intenciones por aprender y superarse.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVOS GENERALES:

- Realizar un estudio de los diferentes tipos de motivaciones en el ámbito educacional, y aplicación de estas teorías en un producto multimedia el cual permita enseñar a utilizar instrumentos de percusión (batería).

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Investigar la metodología para la creación de material audiovisual y multimedia.
- Analizar en forma relacionada cómo interactúan las motivaciones y el proceso de aprendizaje.
- Establecer el público objetivo, y los contenidos de aprendizaje
- Elaborar un producto multimedia que permita enseñar a utilizar la batería en un segmento de mercado específico.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La investigación será desarrollada para solucionar un problema que afecta a una gran parte de los estudiantes de la ESPOCH, falta de motivación al momento del aprendizaje.

Cuando una persona es motivada se siente capaz de hacerlo todo. Se desarrolla de mejor manera en cualquier ámbito que se lo presente. Esta es una herramienta muy importante la cual se fusionara con la investigación pertinente y el diseño multimedia.

Esta se investigación aplicará en los talleres de expresión artística, exactamente en los talleres de música. Porque aquí? Porque si entendemos la psicología y perfil de los estudiantes sabremos como cuando y de qué manera llegar hacia ellos. En si crear un habito o cultura de superación diaria.

La manera de aplicar este proyecto será dando clases de percusión apoyándonos con todas las herramientas aprendidas en el mundo del Diseño, como un multimedia sobre clases de batería. El Reto fusionar la motivación y el Diseño Gráfico en una sola arma que pueda brindar a los estudiantes esa actitud de superación.

1.4 HIPÓTESIS

La aplicación de la metodología multimedia, diseñada a partir de un modelo educativo desde un punto de vista motivacional, permitirá un aprendizaje más efectivo?

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO

2.1 DISEÑO MULTIMEDIA

El término multimedia se utiliza para referirse a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión (físicos o digitales) para presentar o comunicar información. De allí la expresión "multi-medios". Los medios pueden ser variados, desde texto e imágenes, hasta animación, sonido, video, etc. También se puede calificar como multimedia a los medios electrónicos (u otros medios) que permiten almacenar y presentar contenido multimedia. Multimedia es similar al empleo tradicional de medios mixtos en las artes plásticas, pero con un alcance más amplio.

2.1.1 Navegabilidad

La navegabilidad es una característica muy importante en un proyecto multimedia interactivo. De ella depende el éxito de la misma o no, al momento de realizar una

aplicación se debe realizar un mapa de navegación de dicha aplicación. Existen varios tipos de navegación:

Navegación lineal: La estructura lineal es la más simple de todas, la manera de recorrerla es la misma que si estuviésemos leyendo un libro, de manera que estando en una página, podemos ir a la siguiente página o a la anterior.

Esta estructura es muy útil cuando queremos que el lector siga un camino fijo y guiado, además impedimos su distracción con enlaces a otras páginas.

Por otra parte podemos causar al usuario la sensación de estar encerrado si el camino es muy largo o poco interesante. Este tipo de estructura sería válido para temas no muy largos en contenido.

Navegación no lineal: La navegabilidad es libre sin regirse a una estructura predeterminada.

Navegación compuesta: la navegación es fácil pero si tiene zonas en las que esa libertad se interrumpe ya sea por videos, textos animaciones etc.

Navegación jerárquica: la navegabilidad se da por niveles de importancia. Tengo que pasar de un nivel a otro no puedo saltarme niveles.

2.1.2 Usabilidad

Se podría decir que la usabilidad es la característica principal de un multimedia, ya que aquí se fundamenta el propósito del producto multimedia para que sirva y su finalidad.

La usabilidad tiene varias características que ayudan a sacarle el mejor partido al multimedia.

- Lenguaje de fácil comprensión

- Tener manejo de múltiples idiomas
- No depender de programas externos para su funcionamiento.
- Incluir botones de impresión de información

2.1.3 Componentes Del Multimedia

Texto: es una herramienta muy útil al momento de la creación de un multimedia, esta puede ayudarnos para determinar piezas claves del multimedia, tomar en cuenta que mucho texto cansa al usuario. Utilizar lo estrictamente necesario y útil.

Imágenes: el uso de imágenes el producto multimedia ayudara a describir de mejor manera la información que deseamos entregar. Para esto utilizaremos imágenes de varios formatos como: .jpg - .png - .gif etc.

El color: básicamente el color es un lenguaje visual, ya que se deberá utilizar la gamma correcta de colores para manifestar la idea del producto multimedia, todo va de la mano.

2.1.4 Gráficos Vectoriales

Las imágenes vectoriales son líneas compuestas por elementos matemáticos, utilizados mucho en la creación de textos, logotipos y un sin número de imágenes diseñadas a partir de un software informático de diseño. No están compuestos por pixeles, por esta razón no se pixelan y mantienen la nitidez.

2.1.5 Animación

La animación genera grandes impactos visuales en el usuario, siento muy importante para captar la atención. En si la animación es el cambio de fotogramas en un tiempo asignado (segundo=30fotogramas), gracias a la persistencia de la visión podremos interpretar el cambio rápido de imágenes como un movimiento continuo.

2.1.6 Sonido

Se podría decir que uno de los elementos más importantes del multimedia es el sonido, este estimula el reflejo auditivo. Existen parámetros para generar una buena experiencia de sonido:

- Repetición del sonido: no exceder un mismo sonido más de 5 segundos desagrada al usuario
- Discreción del sonido: el sonido de los elementos responderá al diseño del multimedia
- Control de sonido: El usuario dispondrá del control del sonido todo el momento.

2.1.7 Video

El video ha reemplazado técnicas de estudio siendo la más efectiva al momento de transmitir información porque estimula varios sentidos como: la visión, el oído, y el sistema kinestésico muscular esta del cuerpo, último depende del tipo de video.

Características del video en el Multimedia:

- El video responderá al diseño del multimedia
- Utilizar extensiones de video con compresión para el multimedia como flv o mp4.
- Los videos deben sustentar la información del multimedia.

2.1.8 Desarrollo De Proyectos Multimedia

Responde a un proceso:

Análisis: analizar proyectos similares, consultar fuentes de información, y saber para quien va dirigido el multimedia.

Planificación: en si el desarrollo de un plan de trabajo como la elección de personal, presupuesto, competencia, tiempos de entrega, distribución de tareas etc.

Objetivos: como todo proyecto definiremos objetivos generales y específicos.

2.1.9 Desarrollo De La Estructura Del Proyecto Multimedia

Contenido: se establecen, identifican y analizan los contenidos.

Plataforma interactiva: creación de organigramas y organización de niveles, validando la interactividad y navegación.

Frame: básicamente trata sobre la diagramación de la interfaz, aplicando los conceptos del Diseño Gráfico.

2.1.10 Diseño Visual

El diseño visual ira acorde con el objetivo del multimedia para esto tomamos en cuenta 3 parámetros:

- Creación: indagación de contenidos, recolección de información y propuesta de diseño.
- Confirmación: fabrica el multimedia, enlaces, vínculos, navegación e interactividad.
- Preproducción: Creación de plantillas y creación del manual.

2.1.11 Producción

Preparación: evalúa el estado del proyecto multimedia, implementa y optimiza archivos.

Construcción: intervienen ya los métodos a utilizar como el diseño gráfico, la programación.

Pruebas: después de la construcción del multimedia se lo someteré a pruebas para verificar su buen funcionamiento.

2.1.12 Lanzamiento

Una vez finalizado las etapas anteriores se procederá al lanzamiento del producto multimedia el cual a estas alturas ya debe haber sido aceptado por el cliente.

2.1.13 Aplicación Del Multimedia

Hoy en día el multimedia se ha convertido en una herramienta muy poderosa la cual puede interactuar en diferentes aspectos como: Hogar, lugares públicos, realidad virtual, educación, web etc.

2.2 MOTIVACIONES Y MODELOS DE APRENDIZAJE

2.2.1 Las Desmotivaciones En El Estudiante

Los alumnos desmotivados generalmente presentan características en común como:

- Falta de interés por la carrera que han elegido
- No conocen propósito de las asignaturas sus objetivos, interrelaciones y la aplicación prácticas de estas.
- Utiliza pobres fuentes de información indispensables para profundizar sus conocimientos. Suele limitarse a copiar lo que dice maestro y lo toma, como única fuente de referencia para su propio estudio.
- Llegan tarde o falta a clases.
- Generalmente procuran no ser involucrado en el transcurso de la clase.
- suele preocuparse por mantener la calificación más alta posible, con un mínimo de esfuerzo.
- Prefieren maestros poco exigentes, rechazando a los que son demandantes o estrictos.

Causas de Desmotivación no Asociadas al Establecimiento Educativo: La familia y el entorno social donde crecen los alumnos.

Disminución de la motivación: “Podemos encontrar explicación a esta pregunta en factores como la familia como primer agente, pero también en el condicionamiento de un medio social desfavorecido”.

El carácter, las percepciones y las expectativas que tienen puestas en un individuo los seres que le rodean (familia y entorno social), pueden influir en su actitud y, por ende, en su motivación.

El cambio o transformación que ha habido al pasar de la familia “ética” (que piensa que su tarea fundamental es transmitir normas y valores) a la familia “afectiva” (que piensa que debe transmitir primordialmente cariño y seguridad) puede explicar los cambios en la actitud y en el nivel de motivación de los alumnos, ya que se ha podido dar prioridad a ofrecerles un clima de bienestar, de seguridad y de cariño y actuar como si esto estuviese reñido con valores como la responsabilidad, la capacidad de trabajo o el esfuerzo. Derivando todo ello en la desmotivación que se evidencia ante el esfuerzo, el trabajo y la disciplina.

2.2.2 Motivación

Todo proceso psíquico (percepción, memoria, pensamiento, tendencia, emoción, sentimiento, etc.) refleja la interacción establecida entre el sujeto y el mundo, y sirve para regular la actividad del individuo, su conducta.

Todo fenómeno psíquico es, a su vez, un reflejo de la realidad y un eslabón en el proceso regulador de la actividad.

La regulación inductora lleva a la acción y determina el sentido que esta toma. El reflejo de un objeto que sirve para satisfacer alguna necesidad del individuo, provoca en éste tendencias que inducen a la acción y determinan la dirección y el sentido que esta toma, por ejemplo:

Un individuo sediento, después de una larga caminata por el campo, descubre a lo lejos una casa habitada por campesinos. Esta imagen de la vivienda y del agua potable que el sujeto piensa que allí debe haber, engendra en él una tendencia activa que determina la dirección y el sentido de su actividad: pedir un vaso de agua a los campesinos y beberla.

2.2.3 Tipos De Motivaciones

Los estudiantes pueden estar motivados para cumplir con las actividades propuestas aunque pueden provenir de fuentes de motivación diferentes. Los efectos de la motivación pueden ser positivos o negativos.

Motivación intrínseca: Es aquella que procede del individuo, está bajo su control y tiene capacidad para mejorarla y reforzarla.

Cuando se disfruta lo que se hace se promueve una motivación intrínseca positiva. Las emociones positivas que no están directamente relacionadas con el contenido de la tarea al ser culminada con éxito también pueden ejercer una influencia positiva en la motivación intrínseca, las emociones negativas como la ansiedad, la ira, la tristeza, etc., que pueden reducir el disfrute en la tarea, también puede aparecer una motivación extrínseca negativa opuesta a la positiva que conduce a que la tarea no sea lograda con éxito porque está vinculada con experiencias pasadas negativas. Así además de frenar la motivación intrínseca positiva, las emociones negativas también ocasionan motivación intrínseca negativa. Entre las emociones negativas que conlleva al fracaso en la ejecución o evitación de la tarea es el “aburrimiento”.

Un alumno intrínsecamente motivado asume con agrado el compromiso de un trabajo por su propio interés, por la satisfacción que le proporciona, el alumno está orientado a un objetivo bien definido y satisface sus propias expectativas

Motivación extrínseca: Se considera motivación extrínseca aquella que procede de fuera, y contribuyen con la realización positiva de la tarea propuesta.

Las emociones prospectivas están ligadas de forma directa con los resultados. Las confianzas de que el resultado será positivo y agradable producirían motivación extrínseca positiva. Por el contrario, la falta de confianza en los resultados puede provocar la total anulación de la motivación extrínseca.

Cuando se relacionan los resultados negativos, suele darse como resultado el intentar evitar el problema generando de esta manera ansiedad y una motivación extrínseca negativa.

Cuando un alumno está extrínsecamente motivado asume su responsabilidad, para lograr así obtener reconocimiento o evitar un castigo o consecuencia negativa.

Cuando los alumnos están contentos con tareas complejas son aquellos con una motivación intrínseca, ya que generan solución más lógica y de análisis de alternativas. Por el contrario, los alumnos extrínsecamente motivados prefieren un análisis más superficial.

2.2.4 El Aprendizaje Autorregulado Y La Motivación

Antecedentes de autorregulación: El término “metacognición” surgió en los años setenta, cuando los teóricos discutían sobre conocimiento del conocimiento y pensamiento del pensamiento. Ya en esa época la metáfora de la computadora para explicar el proceso de pensamiento comenzaba a ser de menor utilidad, pues un gran número de estudiosos de lo cognoscitivo se dio cuenta de que para entender el uso del conocimiento y las habilidades necesitaban tratar con metas, motivaciones y afectos. Paralelamente, el concepto de “autorregulación” comenzó a ser utilizado por un variado número de investigadores en diferentes áreas de la psicología (social, de la personalidad, clínica, del desarrollo, educativa, organizacional, de la salud y comunitaria).

En adelante, el concepto de autorregulación se volvió una parte importante de la psicología educativa.

La investigación en educación se incrementó cuando se explicaban los efectos proactivos de los estudiantes al aprender por sí mismos: su iniciativa, sus recursos, su persistencia y su sentido de responsabilidad.

Se eliminó la visión de que la autorregulación era un rasgo de la personalidad, una capacidad, o que dependía de una etapa del desarrollo, y se aceptó que es un fenómeno multidimensional, situado en un contexto social específico y que el estudiante lo utiliza para tener éxito académico. Al analizar sus dimensiones, se determinó que dependía en gran medida de la motivación, el método y el tiempo que los estudiantes utilizan para el estudio, y aceptó la necesidad de considerar a la automotivación y la competencia como elementos indispensables para aprender autorregulada mente, lo que generó modelos que incluyen dos distinciones fundamentales.

La primera, la incorporación de las llamadas variables motivacionales, como metas, auto creencias e intereses intrínsecos

Entre los procesos autorregulatorios que pueden afectar la motivación para el estudio se encuentran:

- La habilidad de administración del tiempo
- La eficacia percibida por el propio estudiante

El primer planteamiento de la teoría social cognitiva habla de la motivación como un fenómeno multifacético y dinámico; estos conceptos de autoeficacia, intereses intrínsecos, metas y auto creencias son precisamente los elementos que proveen de dicha diversidad y dinamismo a la motivación, y son, a su vez, elementos imprescindibles para que el estudiante se pueda autorregular (el tercer planteamiento de la teoría social cognitiva).

La segunda diferenciación se refiere a un cambio pedagógico e involucra el estudio académico desde la perspectiva del alumno, pues asume que éste entra en un círculo virtuoso cuando sus propias creencias influyen en su pro-actividad para autorregular su estudio, y de manera recíproca la autorregulación influye en los resultados de sus esfuerzos

La definición más aceptada de autorregulación la ofrece Zimmerman (2000) y se refiere a pensamientos, sentimientos y acciones autogenerados, que son planeados y cíclicamente adaptados para el logro de metas personales. Esta definición, en términos de acciones y procesos encubiertos, cuya presencia y cualidad dependen de los propios motivos y creencias, difiere de las que enfatizan un rasgo o capacidad singular o un nivel de competencia. La definición del proceso puede explicar por qué una persona puede autorregular un tipo de ejecución pero no otro.

De aprendizaje autorregulado a estrategias de aprendizaje: Considerando que el aprendizaje autorregulado se logra mediante la aplicación de estrategias adecuadas en el aprendizaje, los modelos de este tipo de aprendizaje suponen que los alumnos controlan sus estrategias cognitivas, metacognitivas y motivacionales.

Dichas estrategias son de gran utilidad cuando los estudiantes las valoran de forma sistemática, pues esto les ayuda a identificar los puntos fuertes y los débiles en los mecanismos que utilizan para aprender y desarrollar habilidades metacognitivas y metamotivacionales de estudio eficientes. De esta forma, la calidad de los resultados académicos puede mejorarse sustancialmente si se utilizan instrumentos de evaluación que permitan identificar riesgos y prescribir mejoras en procesos que tienden al aprendizaje eficiente y, de manera indirecta, a las prácticas docentes

Está demostrado que los estudiantes exitosos aplican estrategias de aprendizaje de manera más frecuente y efectiva que quienes no lo son.

Las estrategias de aprendizaje y su relación con la motivación: cuando se utilizan las estrategias de aprendizaje por parte de los estudiantes está influye con variables de tipo cognitivo y emocional; es por esta razón que las motivaciones en el estudiante no serán iguales para todo el grupo. Siendo así se deberá utilizar un tipo de aprendizaje para cada momento y cada estudiante, ya que todos los estudiantes tienen diferentes formas de aprendizaje.

2.2.5 Aprendizaje

El estudio del aprendizaje ha sido de gran importancia para los psicólogos de las diferentes escuelas desde finales del siglo XIX puesto que educación y psicología están estrechamente interrelacionadas.

Antes del siglo XX podemos destacar la teoría mentalista, la cual considera que el aprendizaje es un proceso de adiestramiento de la mente que contribuye a desarrollar la imaginación, la memoria y el pensamiento y la teoría del desarrollo natural que sostiene que el hombre es bueno por naturaleza y tiende a la perfección, si no se interfiere negativamente desde el exterior. Los principales representantes de esta última teoría son Rousseau (1712-1778), Pestalozzi y Fröebel. En la década de 1870 W. James afirma que el aprendizaje contribuye, especialmente durante la infancia, a moldear y dirigir la vida del ser humano.

Pero no será hasta la década de 1880 cuando “el padre de la Psicología del Aprendizaje”, H. Ebbinghaus lleve a cabo un estudio experimental mediante la medición del aprendizaje de listas de sílabas sin sentido a través de su sucesiva repetición y memorización tras lo cual afirmó que los contenidos aprendidos no se olvidan al mismo ritmo (permanecen los contenidos significativos y bien estructurados) y que ante materiales nuevos es preferible ejercitar el aprendizaje con descansos. Ambas deducciones son muy relevantes para el ámbito educativo.

A partir de principios del siglo XX se dará un nuevo enfoque al estudio del aprendizaje, con la aparición de escuelas tan relevantes como el conductismo-asociacionismo, que concibe el aprendizaje como el resultado de la formación de conexiones entre estímulos y respuestas observables o el cognitivismo-gestaltismo, que lo ve como el producto de una reorganización de percepciones y de la formación de nuevas relaciones.

Todas estas teorías acerca del aprendizaje se complementan, ninguna de ellas explica por sí sola todos los hechos del proceso del aprendizaje.

Factores que intervienen en el aprendizaje: en el proceso de aprendizaje intervienen 3 aspectos muy importantes que influirán mucho al momento de receptor información y son:

- Profesor
- Alumno
- Conocimientos

2.2.6 Modelos De Aprendizaje

Los modelos de aprendizaje son una herramienta muy valiosa al momento de aprender, el estudiante siempre se inclinara por uno de estos modelos, con esto no queremos decir que los demás tipos no se usaran, cada uno tiende a desarrollar axiomáticas preferencias o tendencias que lo orientan a un tipo aprendizaje. Hay que tener en cuenta los aspectos cognitivos, afectivos y fisiológicos de cada estudiante los mismos que influyen en el ambientes de aprendizaje, tienen que ver con la manera mediante la cual los estudiantes captan formula e interpretan la información de una manera mucho más didáctica es asi como tenemos alumnos de tipo visual, auditivo, o kinestésico.

Tenemos dos factores que influyen directamente con el modelo de aprendizaje que es escogido el primero está relacionado con lo afectivo y se vinculan con la motivación y expectativas, mientras que el segundo tiene que ver con el aspecto fisiológico el cual está relacionado con el género y ritmos biológicos.

La manera de aprender es individualizada para cada uno de los estudiantes lo cual nos orienta a buscar distintas vías para facilitar el aprendizaje, tenemos que evitar el colocar etiquetas, pues los estilos de aprendizaje a pesar de ser relativamente estables pueden tener variantes que ayudan a cada uno de los estudiantes adaptándose a sus propias necesidades.

Así pues dentro de los modelos de aprendizaje más citados en la literatura tenemos:

- Modelo de los cuadrantes cerebrales de Herrmann
- Modelo de Programación Neurolingüística de Bandler y Grinder

- Modelo de los Hemisferios Cerebrales
- Modelo de Felder y Silverman
- Modelo de las Inteligencias Múltiples de Gardner
- Modelo de Kolb

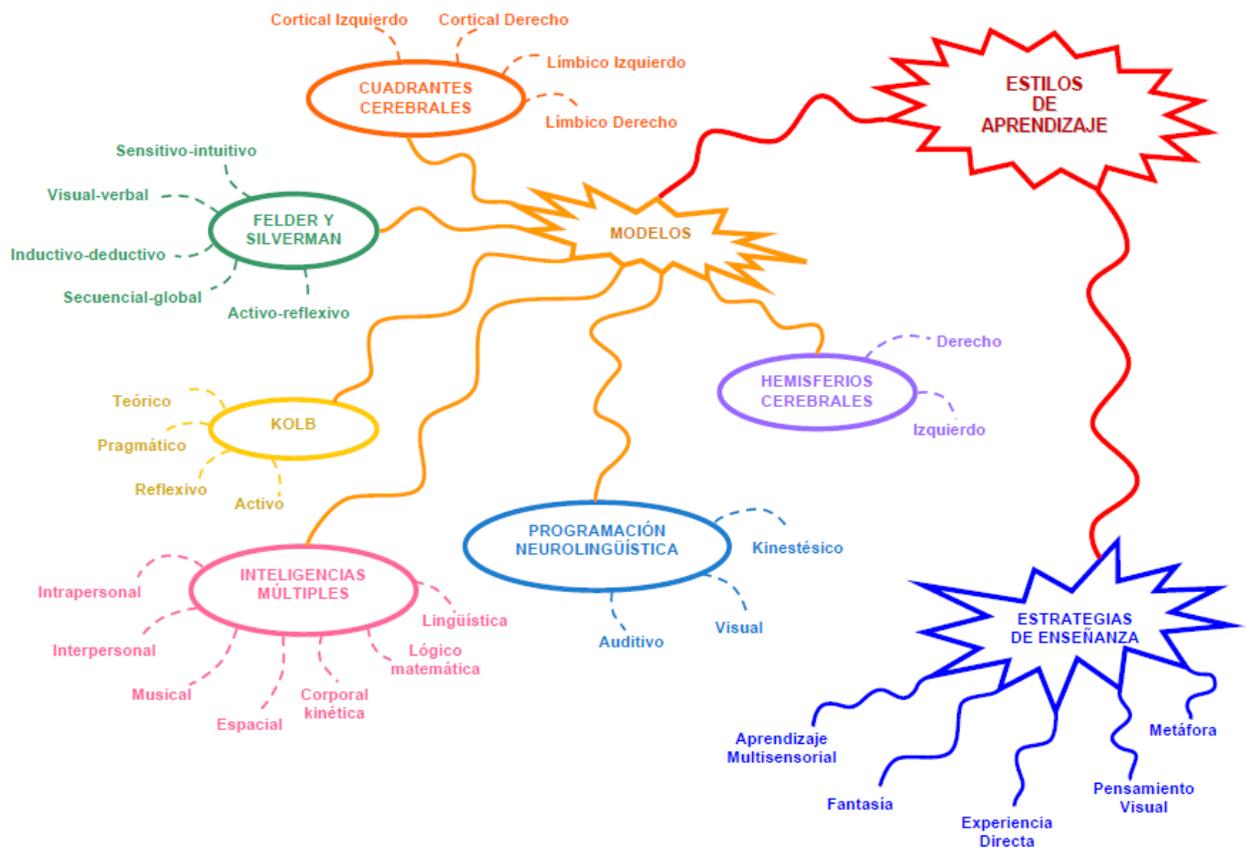


Figura II. 1 Estilos de Aprendizaje
TLATEMOANI, No. 11, diciembre 2012.
<http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/index.htm>

El Modelo de los Cuadrantes Cerebrales de Herrmann: Este modelo tiene sus fundamentos en la fisiología cerebral. Es una relación de los hemisferios cerebrales izquierdo y derecho y los sistemas cortical y límbico a partir de esto se generan cuatro cuadrantes los mismos que representan cuatro formas distintas recibir la información:



Figura II. 2 Cuadrantes Cerebrales
TLATEMOANI, No. 11, diciembre 2012.
<http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/index.htm>

- 1) Cortical Izquierdo (CI):** Comportamientos: Indiferente, apartado; voz elaborada; valora; irónico; competitivo; intelectualmente brillante; individualista.
- 2) Límbico Izquierdo (LI):** Comportamientos: Retraído; emotivo; detallista, maniático; le gustan las fórmulas; fiel; defiende su territorio; conservador; ligado a la experiencia, ama el poder.
- 3) Límbico Derecho (LD):** Comportamientos: Extrovertido; abierto; lúdico; locuaz; soñador, espiritual; reacciona de manera negativa ante las críticas.
- 4) Cortical Derecho (CD):** Comportamientos: Original; amante del riesgo; simultáneo; le atraen las discusiones; futurista; pasa de un tema a otro; independiente.

Modelo de Kolb: Este modelo nos indica que el ser humano debe procesar la información recibida para dar una buena respuesta. Kolb indica que existen varias situaciones para receptor la información:

- Alumno activo, reacciona a situaciones directas y concretas.
- Alumno teórico, reacciona ante situaciones abstractas, en pocas palabras cuando escuchan algo.
- Alumno reflexivo, analiza la situación procesa, analiza y reflexiona sobre la información.
- Alumno pragmático, experimenta la información receptada.

Kolb afirma que este modelo de aprendizaje se genera en 4 fases:



Figura II. 3 Modelo de Kolb
TLATEMOANI, No. 11, diciembre 2012.
<http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/index.htm>

En la vida práctica este modelo generara varias reacciones ante los estudiantes, razón por la cual es bueno practicar las 4 fases ya estudiadas para poder generar un buen vínculo con los estudiantes.

Modelo de la Programación Neurolingüística de Bandler y Grinder: También es conocido como, modelo visual-auditivo-kinestésico, abarca tres grandes maneras para interpretar la información estos son visual, auditivo y kinestésico.

A continuación se especifican las características de cada uno de estos tres sistemas.

- 1) **Sistema de representación visual:** En este sistema la información llega a través de la vista por tanto la información es captada de mejor manera cuando se lee o ve la información. Los estudiantes que tienen una mayor afinidad por este sistema poseen mayor facilidad para absorber grandes cantidades de información.
- 2) **Sistema de representación auditivo:** Las personas con afinidad por este sistema ordenan la información escuchada de manera secuencial y ordenada. En este sistema se aprende mejor al recibir la información oralmente o cuando pueden hablar y explicar esa información. A pesar de tener debilidades como la secuencia pues al olvidar una parte de lo aprendido no podrá proseguir con la secuencia, este sistema es de gran importancia en el aprendizaje de los idiomas, y naturalmente, de la música.
- 3) **Sistema de representación kinestésico:** Este sistema se basa en el procesamiento de la información por medio de sensaciones y movimientos, este es un aprendizaje profundo pues una vez aprendido algo es muy difícil que se nos olvide ya que está guardado en nuestra memoria corporal. Las personas con afinidad por este sistema necesitan más tiempo, sin volverlos menos inteligentes que los demás la única variante es en método de aprendizaje.
- 4) **Expresiones Faciales:** Nos ayuda a interpretar los gestos y así definir el sistema por el cual se inclina el estudiante.

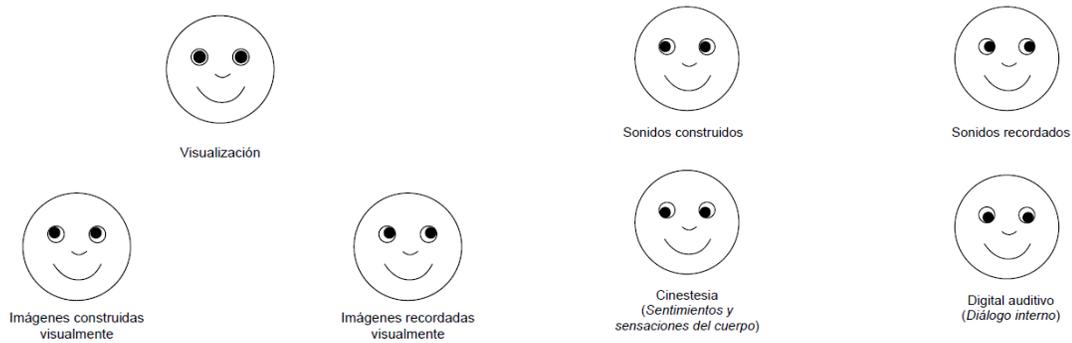


Figura II. 4 Expresiones Faciales

Autor: Andrés Espín

Modelo de los hemisferios cerebrales: según esta propuesta de modelo de aprendizaje el cerebro está dividida en 2 partes, las cuales son responsables de cada tipo de interacción entre diversas ocasiones.

- 1) **El hemisferio izquierdo:** Esta parte del cerebro esta mas dirigida hacia lo analítico y lineal, es más lógico por esta razón se le facilita la lectura de símbolos de cualquier tipo, bueno para el lenguaje, algebra, símbolos químicos y música.
- 2) **El hemisferio derecho:** a esta parte del cerebro se le facilita la imaginación y es más emocional, bueno en la percepción global sintética e intuitiva.

La idea de que cada hemisferio está especializado en una modalidad distinta de pensamiento ha llevado al concepto de uso diferencial de hemisferios. Esto significa que existen personas que son dominantes en su hemisferio derecho y otras dominantes en su hemisferio izquierdo. La utilización diferencial se refleja en la forma de pensar y actuar de cada persona; quien sea dominante en el hemisferio izquierdo será más analítica, en cambio quien tenga tendencia hemisférica derecha será más emocional.

Modelo de las Inteligencias Múltiples de Gardner: Según Gardner el cerebro humano se puede especializar en 7 diversas formas, las cuales ayudan a desarrollarnos de diferente manera aquí presentamos a continuación las 7 categorizaciones de este modelo.

- 1) **Inteligencia lingüística:** Esta inteligencia incluye la habilidad para manipular la sintaxis o significados del lenguaje o usos prácticos del lenguaje.
- 2) **La inteligencia lógico matemática:** responden a una lógica mental, a toda acción corresponde una reacción, buenos para razonar, se le facilita mucho la lectura de esquemas y relaciones matemáticas.
- 3) **La inteligencia corporal-kinética:** este tipo de inteligencia utiliza mucho lo que es la memoria muscular, por lo general no olvidan tan fácilmente lo aprendido son muy corporales expresan sus sentimientos y emociones con gestos.
- 4) **La inteligencia espacial:** es la habilidad de crear un mapa mental sobre una ubicación en el espacio, tienen la facilidad de comprender las tres dimensiones ejemplo: un arquitecto puede construir una imagen tridimensional de una casa.
- 5) **La inteligencia musical:** a este tipo de inteligencia se le facilita la lectura de partituras o de entender la música sin partitura. Es nato en estas personas llevar y comprender el ritmo musical.
- 6) **La inteligencia interpersonal:** este tipo de capacidad es muy interesante ya que puede analizar el comportamiento de otras personas como los sentimientos, emociones, motivaciones etc.
- 7) **La inteligencia intrapersonal:** es la capacidad de conocerse así mismo, para de esta manera poder actuar ante los demás.

2.2.6 Estrategias De Enseñanza

Es posible examinar técnicas y enfoques generales basados en los tipos de pensamiento, a través de técnicas secuenciales, junto a enfoques que permitan ver pautas hacer uso del pensamiento y tener un enfoque general. Estas estrategias pueden aplicarse en cualquier momento de la clase y puede ser independiente o mantener una relación con el estilo de aprendizaje.

ESTRATEGIA	MODELO(S) DE ESTILOS DE APRENDIZAJE	APLICACIÓN
Metáfora	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de los Hemisferios Cerebrales. • Modelo de Felder y Silverman. • Modelo de Inteligencias Múltiples. • Modelo de Kolb. • Modelo de los Cuadrantes Cerebrales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de un tema nuevo. Conexión de conceptos. Estimulación de la imaginación. • Favorece los procesos de clasificación e integración.
Pensamiento Visual	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de Programación Neurolingüística. • Modelo de los Hemisferios Cerebrales 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicable en aquellas asignaturas que se basan en la observación. • Recordar información. • Efectuar funciones matemáticas. • Representación gráfica de conceptos, ampliando la comprensión del mismo. • Resolución de problemas que impliquen relaciones espaciales. • Favorece el desarrollo de capacidades visuales, la clarificación del pensamiento y la comunicación de ideas a otros
Fantasia	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de los Hemisferios Cerebrales. • Modelo de Felder y Silverman. 	<ul style="list-style-type: none"> • Resolución de problemas. • Tratamiento de temas que requieren de concientización y empatía, como los valores, derechos humanos, preservación del medio ambiente, etc. • Promueve la experiencia Kinestésica y la respuesta emocional. • Estimula el involucramiento y con ello aumenta la motivación por aprender. • Favorece el desarrollo de la creatividad y el uso de la imaginación
Aprendizaje Multisensorial	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de Programación Neurolingüística. • Modelo de Inteligencias 	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliación de conocimiento sensorial. • Estimulación de la habilidad verbal para describir sensaciones, útil en

	<ul style="list-style-type: none"> • Múltiples. • Modelo de los Cuadrantes • Cerebrales. 	<p>clases de literatura y redacción.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Favorece la memoria. • Desarrollo del pensamiento abstracto. • Provee un método adicional para comprender un tema. • Permite liberar energía física. • Permite mejorar la memoria. • Favorece el sentido interno, dirigiendo la atención hacia las sensaciones corporales.
Experiencia Directa	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de Kolb • Modelo de Inteligencias • Múltiples. • Modelo de los Cuadrantes • Cerebrales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estimula un involucramiento más personal. • Fomentan un conocimiento propio. • Fomentan las habilidades interpersonales. • Ayudan el desarrollo de la empatía. • Beneficia un sentido del todo más que de las partes.

Tabla II. I Estrategias de enseñanza y estilos de aprendizaje

TLATEMOANI, No. 11, diciembre 2012.

<http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/index.htm>

2.3 BATERÍA

2.3.1 Definición De Batería

Es el conjunto de instrumentos de percusión agrupadas por pedestales y bases

2.3.2 Información Específica De Las Partes De La Batería

Bombo: Tiene el tono más grave del conjunto, al mantener la tensión mínima del parche y la colocación en su interior una sordina o almohadilla de tela, para lograr apagar los armónicos.

Redoblante: Tiene el sonido más agudo el mismo que se obtiene al mantener la tensión máxima del parche, posee una bordona la cual está ubicada sobre el parche inferior, para lograr así una vibración para obtener su sonido característico.

Tones: Se caracterizan por tener las notas intermedias. Estos sonidos están dados por su tamaño y la tensión de los parches.

Hi-Hats: Formado por dos platillos colocados uno sobre otro, sobre un soporte con pedal, el mismo que permite un sonido cerrado o abierto.

Crash: Con este plato podemos marcar principios, realizar arreglos y finales. Se encuentra sostenido en un soporte.

Ride: Este plato nos permite marcar el ritmo en sustitución del hit-hats. Logra utilizando la punta del palillo.

2.3.3 Afinación De La Batería.

La batería es el conjunto de varios instrumentos de percusión, razón por la cual también tienen su propia afinación. Cabe aclarar que no existe una afinación predeterminada para una batería. El sonido de un tom o tambor se da por la resonancia de sus parches.

La Afinación depende del estilo musical y personalidad de cada músico. Para afinar los elementos se seguirá un proceso muy sencillo.

- Colocar los parches
- Ubicar cada tornillo en su lugar
- Ajustar los tornillos para conseguir diversos tonos. Siempre se ajustan en orden. En sentido Horario y ajustando el opuesto de cada tornillo como se muestra en la imagen.

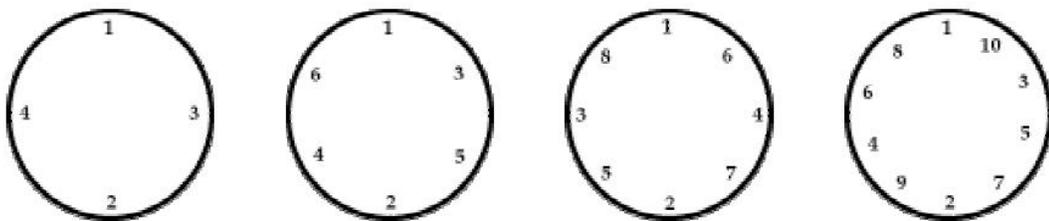


Figura II. 5 Secuencia de Tornillos

Autor: Andrés Espín

2.3.4 Como Leer Partituras

En realidad es muy fácil la lectura de partituras, para esto se ubicaran las notas musicales en el pentagrama que no es más que el conjunto de 5 líneas paralelas y equidistantes. Cada nota musical tiene sus tiempos a continuación una breve explicación:

La nota redonda: dura 4 tiempos.

La nota blanca: dura 2 veces en una nota redonda

La nota negra: cabe 2 notas por media nota blanca o cuatro notas negras por una redonda.

La corchea: (8ths) es dos veces más rápida que una nota negra.

La semi corchea: (16ths) es dos veces más rápida que la corchea.

La fusa: (32nd) son primordialmente usados en la música para crear remates a velocidades rápidas

Semi fusa: (64ths) 16 veces en cada número cuando contamos "1, 2, 3, 4".

2.3.5 Tabla de Valores

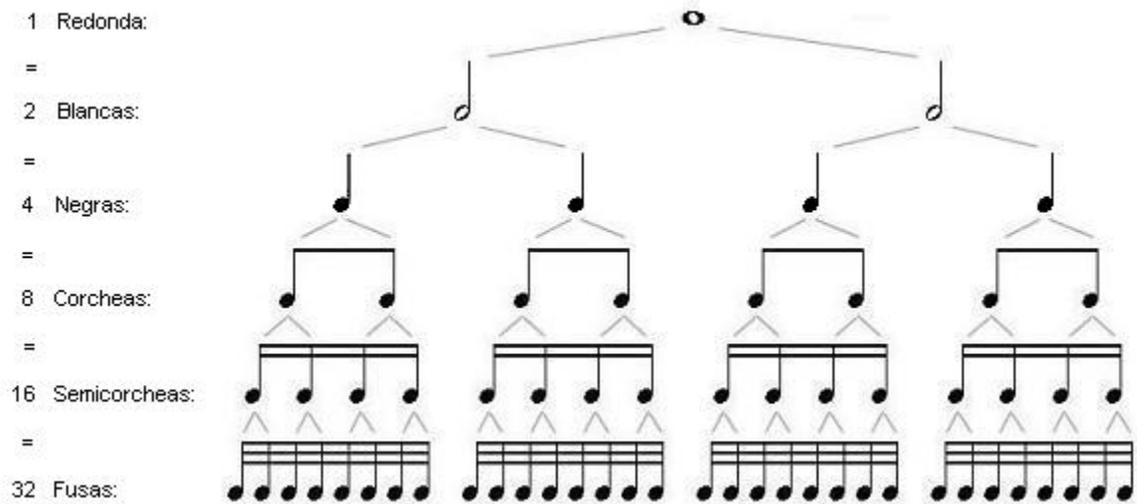


Figura II. 6 Tabla de Valores
Autor: Andrés Espín

2.3.6 Notación En El Pentagrama

Esta es la simbología estándar que se utiliza para escribir partitura para batería.

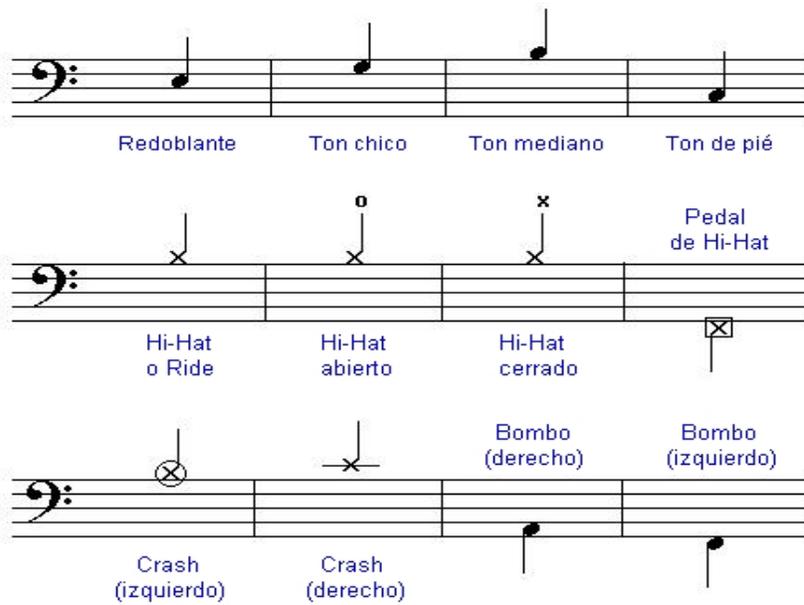


Figura II. 7 Notación En El Pentagrama

Autor: Andrés Espín

2.3.7 Signos De Notación Musical

Pentagrama: es el conjunto de 5 líneas con 4 espacios en donde todas las líneas serán paralelas y equidistantes. El pentagrama se lee de abajo para arriba.

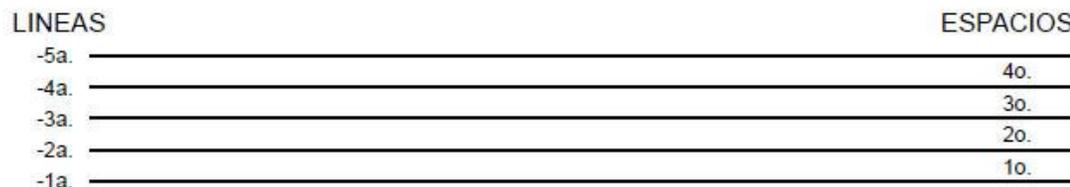


Figura II. 8 Pentagrama

Autor: Andrés Espín

Llave: Actualmente con este símbolo identificaremos a la batería.

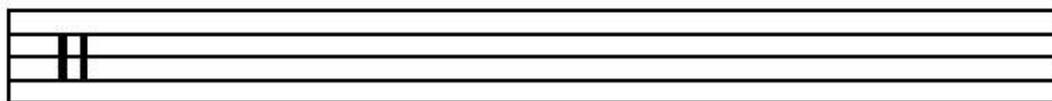


Figura II. 9 Llave

Autor: Andrés Espín

Compás: son tiempos fraccionados en 2, 3 ó 4 fragmentos. Se representa por un quebrado. El numerador indica las partes en que se divide, y el denominador indica las figuras que entran en él.

Líneas Divisorias: representadas por líneas verticales que delimitan el espacio.

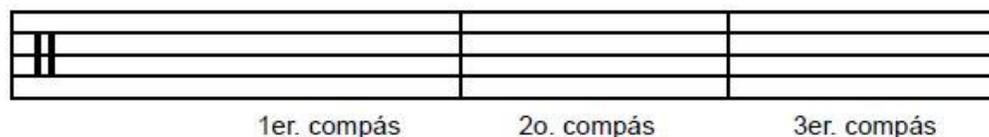


Figura II. 10 Líneas Divisorias

Autor: Andrés Espín

Barras y Puntillos de Repetición: este símbolo % nos dice que debemos tocar los compas anteriores y se vuelve a ejecutar varias veces.

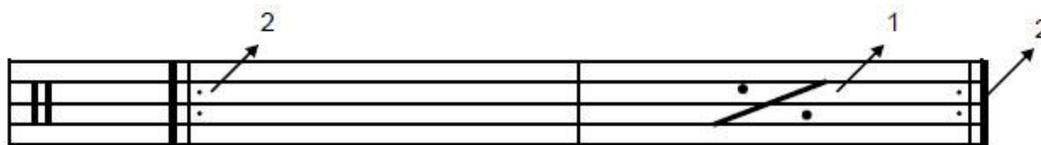


Figura II. 11 Barras y Puntillos

Autor: Andrés Espín

Indicación Metronómica: indica los bits por minuto ósea la velocidad a la cual tocaremos la pieza música siendo 60btm=1 minuto

$$\text{♩} = 120$$

Figura II. 12 Indicación Metronómica

Autor: Andrés Espín

2.3.8 Como Tocar La Batería Paso A Paso

Siéntate correctamente: cuando nos sentamos correctamente, estamos asegurando una buena calidad de percusión como también una mejor movilidad a lo largo de la batería. La caja debe encontrarse entre las piernas, los pies en los pedales.

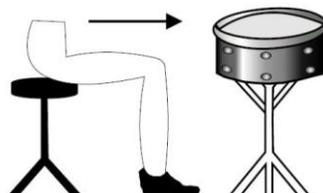


Figura II. 13 Posición Correcta al Sentarse

Autor: Andrés Espín

Los Platos (el ride y el charles): existen 3 formas para tocar el ride:



1. al borde

2. al cuerpo

3. a la campana

Figura II. 14 Tipos de Golpe en Ride

Autor: Andrés Espín

La Caja: Es el instrumento más notable de la batería, por lo general se acentúa con la mano izquierda los tiempos 2 y 4 en un compás de 4/4.

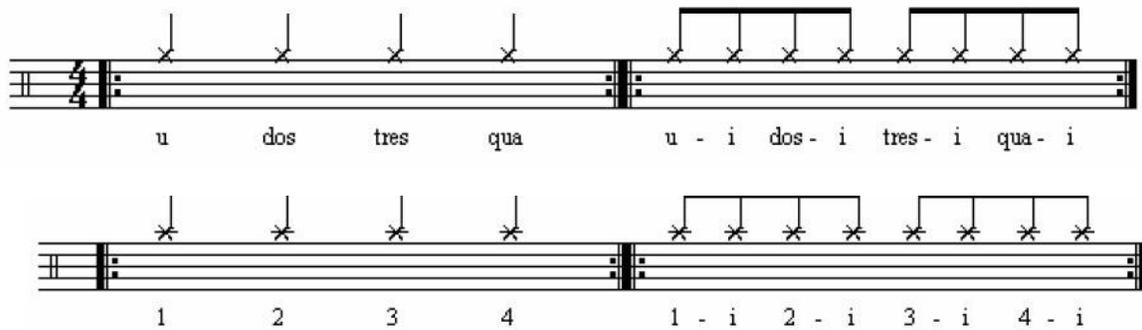


Figura II. 15 Partitura para Caja
Autor: Andrés Espín

La Caja y El Plato: utilizaremos las 2 manos, la mano derecha utilizaremos para tocar la caja y la izquierda el plato.

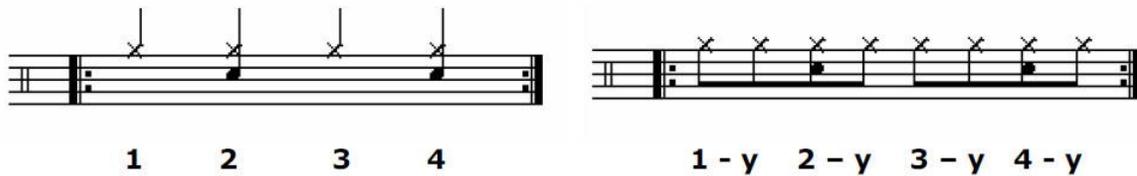


Figura II. 16 Partitura para Caja y Plato
Autor: Andrés Espín

El Bombo: el bombo por lo general se toca en los tiempos de las notas negras esto quiere decir que acentuaremos en los tiempos 1 y 3



Figura II. 17 Golpe Bombo
Autor: Andrés Espín

Bombo y Plato

The image displays two variations of a four-measure rhythmic pattern for Bombo y Plato in 4/4 time. Each variation consists of two staves: the top staff for the snare drum (Plato) and the bottom staff for the bass drum (Bombo).
The first variation shows a snare drum pattern of four quarter notes (marked with 'x') and a bass drum pattern of four quarter notes. The notation is labeled with numbers 1, 2, 3, and 4 below the measures.
The second variation, labeled "escrito también..." (written also...), shows a snare drum pattern of four eighth notes (marked with 'x') and a bass drum pattern of four quarter notes. This notation is also labeled with numbers 1, 2, 3, and 4 below the measures.
Below each variation, there are two lines of notation. The first line shows the snare drum pattern with 'x' marks and the bass drum pattern with note heads. The second line shows the snare drum pattern with 'x' marks and the bass drum pattern with note heads, with the text "1 (y 2 y) 3 (y 4 y)" written below it, indicating a specific rhythmic interpretation or combination.

Figura II. 18 Partitura para Bombo y Plato
Autor: Andrés Espín

Bombo y Caja

The image displays two variations of a four-measure rhythmic pattern for Bombo y Caja in 4/4 time. Each variation consists of two staves: the top staff for the snare drum (Caja) and the bottom staff for the bass drum (Bombo).
The first variation shows a snare drum pattern of four quarter notes (marked with 'z') and a bass drum pattern of four quarter notes. The notation is labeled with numbers 1, 2, 3, and 4 below the measures.
The second variation, labeled "escrito también..." (written also...), shows a snare drum pattern of four quarter notes (marked with 'z') and a bass drum pattern of four quarter notes. This notation is also labeled with numbers 1, 2, 3, and 4 below the measures.
Below each variation, there are two lines of notation. The first line shows the snare drum pattern with 'z' marks and the bass drum pattern with note heads. The second line shows the snare drum pattern with 'z' marks and the bass drum pattern with note heads, with the text "1 (y) 2 y 3 (y) 4 (y)" written below it, indicating a specific rhythmic interpretation or combination.

Figura II. 19 Partitura para Bombo y Caja
Autor: Andrés Espín

Bombo, Caja Y Plato

The figure displays four musical staves, each representing a different drum part in a 4/4 time signature. The first staff shows a snare drum pattern with four quarter notes, each marked with an 'x' above it, and the rhythm is indicated as 1 (y) 2 (y) 3 (y) 4 (y). The second staff shows a bass drum pattern with four quarter notes, each marked with an 'x' above it, and the rhythm is indicated as 1 (y) 2 (y) 3 (y) 4 (y). The third staff shows a snare drum pattern with four quarter notes, each marked with an 'x' above it, and the rhythm is indicated as 1 (y) 2 y 3 (y) 4 (y). The fourth staff shows a bass drum pattern with four quarter notes, each marked with an 'x' above it, and the rhythm is indicated as 1 (y) 2 y 3 (y) 4 (y).

Figura II. 20 Partitura para Batería

Autor: Andrés Espín

2.3.9 Técnica Para Batería

La Posición de la Batería: En si no existe una posición predeterminada para la posición de la batería, pero si se puede dar pequeños consejos que serán de gran utilidad al momento de posicionarnos frente a una batería y son:

- La batería debe estar lo más cerca posible a nuestra persona
- La altura de los platos al nivel de la barbilla
- La altura del asiento ayudara a formar un ángulo de 90 grados cuando flexionemos la rodilla
- Nuestro redoblante se ubicara a nivel de la cintura.

Técnica de Manos: La técnica de manos es un proceso kinestésico del cerebro, entre las más importantes mencionaremos a:

- Control de dedos
- Movimiento del brazo
- Técnica de muñeca
- Técnica de Moller

Partes de la baqueta

- Punta
- Centro
- Cuerpo
- Base

Grip de Baqueta: grip de la baqueta o agarre, para tener un buen grip debemos sujetar al palillo con las yemas de los dedos pulgar e índice haciendo pinza, mientras sujetamos el resto de la baqueta con la palma de la mano, debemos encontrar el punto máximo de rebote del palillo, por lo general es a 12cm de la base.

Brazos: la posición más adecuada de los brazos es relaja manteniendo los músculos no tensos, además debemos formar un pentágono visto desde arriba entre los brazos y posición de la tarola.

Golpeteo: Lo más recomendable para empezar a baquetear es haciéndolo con un ángulo de 70° a 90° aproximadamente.

Técnica de Bombo: para que exista una buena técnica de bombo se recomienda primero tener una buena postura al momento de sentarse. La pantorrilla y rodilla deben formar un ángulo de 90 grados. La técnica básica para desarrollar una buena técnica de bombo es la de los talones abajo, la cual genera el golpe cuando deja caer el pie sobre el pedal.



Figura No.2



Figura No.3

Figura II. 21 Técnica Bombo
Autor: Andrés Espín

2.3.10 Ritmos Clásicos

Se los puede clasificar como ritmos clásicos por su relevante papel a lo largo de la historia musical. Aquí tenemos a los géneros básicos recomendados para bateristas principiantes.

Rock:

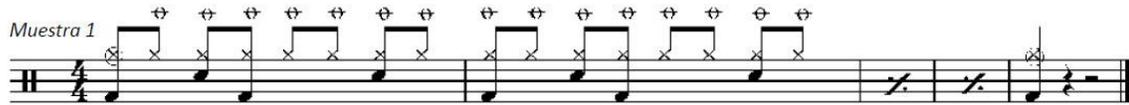


Figura II. 22 Partitura para Rock
Autor: Andrés Espín

Funk:

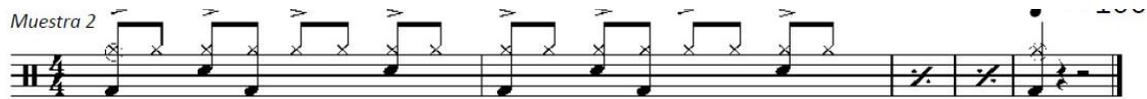


Figura II. 23 Partitura para Funk
Autor: Andrés Espín

Balada:



Figura II. 24 Partitura para Balada
Autor: Andrés Espín

Pop:

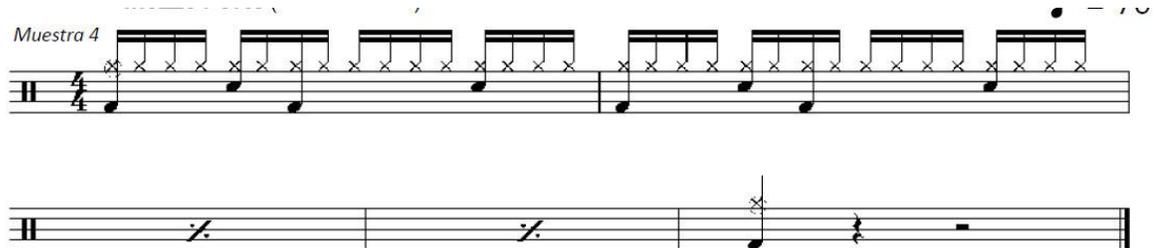


Figura II. 25 Partitura para Pop
Autor: Andrés Espín

2.4 MARKETING

2.4.1 Plan De Marketing.

Enunciado de la Idea del Proyecto: Es la idea principal del producto o servicio del plan de marketing

Descripción De La Oferta: Vamos a indicar las características del producto y los beneficios que estas características van a generar para el consumidor.

Ej. Producto: revista multimedia de diseño gráfico

Características: Va a estar estructurada por secciones

- Diseño gráfico: temas
- Diseño editorial: temas

Beneficios: Facilidad de aprendizaje. Porque está organizada.

Público Objetivo: Es el estudio e investigación del grupo de personas al cual va dirigido nuestro producto o servicio, tomando en cuenta 3 parámetros de estudio y exploración

- **Demografía:** para hombres y mujeres de 18 a 24 años estudiantes.
- **Psicografía:** (investigación) estudio de mercado estilo de vida.
- **Psicología:** (investigación) estudio de autoestima y personalidad.

2.4.2 Segmentación De Mercado

La segmentación de mercado es una parte del mercado, que está constituido por un grupo de personas con características similares como: las mismas necesidades, intereses, capacidad de compras, opiniones, actividades, etc.

Mercado: Está constituida por compradores y vendedores.

Compradores: demanda: es la cantidad de producto que los compradores requieren para satisfacer sus necesidades.

- **Compradores reales:** compran marcas determinadas.
- **C. Potencial:** podrían comprar marca determinada.

Vendedores: oferta: es la cantidad de producto que las empresas proyectan para introducirse en el mercado.

2.4.3 Grupos De Edades

14-22 Años: Buen grupo, manejable, persuadimos con emociones como alegría, tristeza

23-25 Años: Son ya profesionales, buscan su propia identidad, son muy selectivos como sus amigos, ropa. Un producto puede ayudar a crear su propia personalidad.

26-49 Años: Se enfocan basados en razones lógicas.

50 Años en adelante: busca cosas relajantes como paseos.

2.4.4 Enfoque Clases Sociales

Que es una clase social? : es una posición de una persona o familia en la sociedad.

Análisis De Clases Sociales: Existen 6 tipos de clases sociales en el ECUADOR y son:

1) Clase Social Alta Alta: o elite social, son grupos muy pequeños que manejan el sistema productivo y económico de un país.

Características:

- Son personas denominadas **Dinero Antiguo**
- No son ostentosos ellos compran las cosas porque siempre han vivido así.
- Son muy fríos y cerebrales son **Prácticos**

2) Clase Social Alta Baja: tienen grandes fortunas y se debe al éxito profesional ósea éxitos en los negocios.

Características:

- Denominados nuevos ricos.
- Si son ostentosos (quieren demostrar que si tienen dinero porque no lo tuvieron antes).
- Siempre querrán impresionar a las clases sociales inferiores.
- Querrán aparentar ser de Clase social **ALTA ALTA**.
- Son grupos aspiracionales de **C.S.A.A**
- La **C.S.A.A.** siempre rechaza a la **C.S.A.B**

3) Clases Social Media Alta: Tienen orientación más por la formación personal y de sus familias no les importa mucho el dinero.

Características:

- No tienen grandes fortunas no les importa mucho el dinero
- Les importa más sus carreras y quieren que sus hijos también sean así.
- Son muy hogareños
- Son un buen mercado para Electrodomésticos, Casas, Joyas.

4) Clase Social Media Baja: son oficinistas: ropa, perfumes, joyas.

- Compran productos populares
- Hay gastos impulsivos, compran sin planificación.

5) Clase Social Baja Alta: Las persona son muy machistas y les gusta mucho los deportes.

- Aquí ellos definen que es para hombres y que es para mujeres.
- Tienen un gasto desequilibrado. Gastan en cosas improductivas y no en lo necesario.

- Son impulsivos.

6) Clase Social Baja Baja:

- No tienen para comer ni vivir
- Son personas de la calle.

2.4.4 Rasgos Del Carácter

1) **Sociabilidad:** quiere decir que es extrovertido o introvertido

- **Extrovertido:** le gusta siempre ser el centro de atención, no se asusta a nada lo toma normalmente es abierto, necesita de los demás, busca agradar a los demás.
- **Introvertido:** le gusta la soledad tiende a encerrarse en si mismo.

2) **Dominancia:** puede ser la persona dominante o sumisa.

- **Dominante:** le gusta imponerse ante los demás y hacerse obedecer.
- **Sumisa:** no le gusta arriesgarse, prefiere obedecer y seguir a los demás.

3) **Impulsividad:** puede ser primario o secundario.

- **Primario:** son aquellas personas que son irreflexivas y se dejan llevar por las emociones, no razona o no piensa antes de actuar.
- **Secundario:** es reflexiva y calculador, piensa antes de actuar.

4) **Objetividad:** pueden ser frías o emocionales.

- **Fría:** es una persona que toma decisiones razonables, basado en criterios objetivos.
- **Emocionales:** sobrepone los sentimientos a la razón.

5) **Egocentrismo:** personas con egotismo y altruismo.

- **Egotismo:** personas que buscan bienestar a base de los demás.
- **Altruismo:** personas que buscan el bienestar del prójimo

2.4.5 Diseño Estadístico De La Investigación

1.- Definición del público Objetivo.

2.- Calculo del tamaño de la muestra.

3.- Definir el marco muestral.

4.- Aplicar técnica de muestreo.

Definición Del Público Objetivo: Determina cuáles son las características demográficas de mi segmento de mercado como también el tamaño de la población (N).

Calculo Del Tamaño De La Muestra: Persigue un objetivo, determina a cuantas personas se debe investigar si se quiere obtener una información con un nivel de confianza establecido.

1) Fórmula para calcular la muestra cuando se conoce la población

$$n = \frac{P(1-P)}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{P(1-P)}{N}}$$

Figura II. 26 Formula cálculo de muestra.

Autor: Andrés Espín

Corrección Del Tamaño De La Muestra: Se realiza cuando la muestra (n) representa el 10% o más de la población.

Fórmula para corregir el Tamaño de la muestra.

$$nc = \frac{n \cdot N}{N + n - 1}$$

Figura II. 27 Formula corrección tamaño de muestra.

Autor: Andrés Espín

Calculo Del Tamaño De La Muestra Cuando No Se Conoce La Población: Hay casos en los que el cálculo del tamaño de la muestra no puede ser verificada por fuentes de información segura, esto se debe a que dentro de mis parámetros para definir mi demografía existen variables como el gusto, las cuales no permiten definir una población para poder sacar mi muestra.

La mejor opción es realizar una Investigación piloto que es una simulación de una investigación que se la hace de forma empírica a un target muy pequeño de 10 a 20 personas. En donde utilizaremos un muestreo opinático para reunir información.

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

Figura II. 28 Formula cálculo de muestra sin conocer población.

Autor: Andrés Espín

Definir Marco Muestral: Es una lista de los elementos de la población o una lista de los elementos de localización de los elementos de la población.

Existen 2 tipos de marco muestral:

1.- Marco Muestral Óptimo: se utiliza cuando se conoce el tamaño de la población. Además mi nivel de confianza será alto como un 96%, 97%, 98%.

2.- Marco Muestral De Referencia: Se lo utiliza cuando no se conoce la población. Este tipo de marco muestral no abarca a toda la población completa.

Existen 2 Tipos de Marco Muestral de Referencia:

- **M.m.r Lugares:** Donde se congregan estas personas (recomendable)

Federaciones deportivas, estadios, gimnasios, aquí investigaremos a nuestra muestra.

- **M.m.r Geográficas:** donde viven.

2.5.6 Aplicar Una Técnica De Muestreo

Probabilístico o no probabilístico.

Probabilístico: Aquí la selección es aleatoria, al azar (recomendable) hay 4:

- Muestreo aleatorio simple
- Muestreo aleatorio sistemático
- Muestreo aleatorio estratificado
- Muestreo aleatorio conglomerado.

No Probabilístico: se da por conveniencia no es aleatoria.

2.5 INTRODUCCIÓN AL DISEÑO

El diseño está presente en todo lo que vemos desde lo más pequeño de este mundo hasta lo más grande, el diseño ha sido y será parte de la vida de los seres humanos. Lo podemos encontrar en diversas áreas como en la arquitectura, diseño automotriz, tecnología etc. El campo del diseño está regido por leyes y parámetros que veremos a continuación.

2.5.1 Categorías Compositivas

Proporción: se la puede definir como un gran todo de todos los elementos, están íntimamente relacionados todos los objetos entre sí, pero también todas las partes deben formar un todo.

Equilibrio: el equilibrio es una cuestión visual al tratar de compensar los lados para que todo sea equitativo. Esto logramos trazando una línea horizontal o vertical imaginaria. El mismo peso debe existir en ambos lados.

Movimiento: existen varias herramientas para generar la sensación de movimiento en el diseño, por lo general se utilizan en anuncios y videos, este es un movimiento subjetivo utilizando líneas horizontales, inclinadas y aplicando desenfoces.

Escala: la escala no es más que la modificación del tamaño del objeto o elemento, esta puede ser menor, igual o superior.

Simetría: logramos la simetría de objetos cuando el elemento es idénticamente a otro. Para esto utilizamos también una línea imaginaria para separar 2 lados. Los 2 lados deben ser totalmente iguales.

Ritmo: se lo puede interpretar como un movimiento uniforme o repetición de modulo respondiendo a una secuencia cronológica, existen 2 tipos de ritmo:

- **Ritmo simple o constante:** es la repetición más simple del módulo.
- **Ritmo compuesto o libre:** es la repetición del módulo con más variaciones.

2.5.2 Leyes Y Elementos Compositivos

Las leyes de la Gestalt son la base en la que se debería fundamentar de cualquier diseño.

Ley de pregnancia: También se la conoce como ley de la buena forma en la cual los elementos son observados siempre de la forma más sencilla posible.

Ley de la proximidad: Esta ley nos dice que al colocar los juntos elementos agrupados, se observan como un mismo grupo a los elementos que se encuentran a distancias cortas.

Ley de la semejanza: En esta ley los elementos iguales son observados como un todo.

Ley del cierre: un parámetro a tomar muy en cuenta es la percepción, en donde las figuras incompletas se pueden ver más coherentes si están agrupadas y forman una unidad. Esta ley tiene más peso que la ley de la proximidad.

Ley Figura –fondo: consiste básicamente en jerarquizar y ordenar los elementos de la composición.

Ley de la continuidad: cuando los elementos están agrupados y vinculados en tiempo y espacio tienden a dar la percepción de igualdad, así el ojo humano los identifica como unidad continua y repetitiva

Ley de simetría: los objetos de características simétricas en un eje vertical dan un efecto más fuerte que cualquier otro eje.

Ley de la experiencia: básicamente consiste en creer lo que se ve.

2.5.3 Elementos Del Diseño Gráfico

Elementos Conceptuales: este tipo de elementos están siempre presentes en el diseño pero no son perceptibles ya que forman parte de elementos más complejos. Existen 4 elementos:

Punto: carece de dimensiones como largo ancho y alto, es el inicio de la línea y el fin de la misma, la unión de varios puntos se pueden proyectar al infinito.

Línea: caracterizada por tener dirección, es la agrupación de varios puntos en una dirección tiene largo pero no ancho.

Plano: ayuda a definir áreas de trabajo, consta de largo y ancho, consta de posición y dirección.

Volumen: al desplazar un plano en el espacio o extruir una cara del plano se convierte automáticamente en volumen. Se lo puede representar en 2 y 3 dimensiones.

Elementos Visuales: entre los elementos visuales más importantes tenemos:

Forma: cada elemento de la composición se la identifica como una forma, que al ser vista por el ojo la identifica como un objeto único dándole un identificador.

Medida: elemento importante dentro del diseño ya que nos ayuda a definir mejor las proporciones dentro de la composición.

Textura: genera varias emociones, la textura se utilizara de acuerdo al objetivo del diseño, en donde podemos utilizar superficies ásperas, lisas etc.

2.5.4 Elementos De Relación

Es la interacción de todos los elementos que conforman parte del diseño global.

Dirección: identifica la dirección de la forma para que tenga relación con los límites del soporte en donde está conteniendo al objeto.

Posición: la posición depende del formato en donde se realice la composición.

Espacio: es el espacio que cada elemento de la composición ocupa dentro del soporte.

Gravedad: aquí es importante generar esa sensación de gravedad para que el usuario pueda ubicarse en el espacio.

2.5.5 Interrelación De Formas

Toda forma se relaciona de diversas maneras a continuación las más importantes:

Distanciamiento: las formas estarán separadas por espacios equidistantes o no equidistantes.

Toque: se produce esta interrelación cuando las formas se tocan.

Superposición: es el orden de las formas, para dar una organización de elementos. Adelante, atrás.

Penetración: se da cuando se entrecruzan los elementos y pero sin fusionarse.

Unión: de igual manera se entrecruzan las formas pero la gran diferencia es que forman una nueva forma.

Sustracción: se la considera como la resta de formas entre positivos y negativos.

Intersección: la intersección es la nueva forma que se genera cuando se cruzan dos elementos. Pero solo el espacio en donde coinciden las 2 formas.

Coincidencia: cuando las 2 formas coinciden sus formas ubicándolas una atrás de otra.

2.5.6 Color

Psicología del Color

Efectos y acorde cromático: cuando hablamos de acordes cromáticos estamos hablando de combinaciones de cromáticas no accidentales que buscan dar una percepción en el usuario. Existen muchos efectos que los colores pueden generar muchas veces contradictorios, por esta razón se generaron los acordes cromáticos para dar la impresión correcta.

Colores Psicológicos

El color cumple un papel muy importante dentro del diseño, esta psicología del color se ha generado en base al tiempo y la historia, a continuación daremos una breve descripción de las emociones creadas por cada color:

Negro: genera la percepción de poder, violencia, muerte, negación, elegancia, introvertido, maldad, conservador, virilidad y seriedad.

Rojo: genera la percepción de amor, odio, pasiones, dinamismo, actividad, fuerza, vigor, valor, lo atractivo, de la alegría o el gozo de vivir, la felicidad, de la cercanía, voz alta y la extraversion.

Naranja: genera la percepción de aromas, gusto, diversión, llamativo, sociabilidad, alegría, subjetivo, frívolo, convencional, original, extraversion, actividad y cercanía.

Amarillo: genera la percepción madurez, alegría, de la comida, idealizado como dorado.

Verde: genera la percepción de vida, salud, primavera, tranquilidad, seguridad, pasividad, desarrollo, prosperidad, juventud, inmadurez y esperanza.

Azul: genera la percepción de divinidad, color de lo eterno, salud, inteligencia, tecnología, y verdad.

Blanco: genera la percepción de perfección, paz, inicio, sabiduría, tranquilidad, vida, nobleza, honradez, pasividad, ligero, objetividad, desconocido y neutralidad.

Violeta: genera la percepción de poder, teología, devoción, fe, vanidad, magia, oculto, fantasía. El color de lo frívolo, convencional, original, moda, artificial.

Rosa: genera la percepción del encanto, cortesía, sensibilidad, sentimentalidad, delicadeza, infancia, manso, suave, lo tierno y lo pequeño.

Oro: genera la percepción de lo positivo, poder, materialista y arrogante.

Plata: genera la percepción de metales nobles, velocidad, introvertido y distante. El color plata es moderno, discreto.

Marrón: genera la percepción de tristeza, frialdad.

Gris: genera la percepción de poca fuerza, vejez, soledad, neutral, fealdad, reflexión, inseguridad, inestabilidad e insensible.

Atributos del Color

El tinte: indica el grado de color en su nivel máximo de pureza, denominados con nombres generales como rojos, azules, verdes, violetas etc.

El valor: nos indica el nivel de claridad de los colores, pudiendo llegar hasta los grises. En este atributo se le puede asignar a cualquier color su equivalente en gris.

La saturación: este atributo mide el grado de pureza de un color combinado con blancos y negros.

2.5.6 Tipografía

Anatomía de los Tipos

Ápice: es la forma que se da en el nivel superior de los caracteres, como también la intersección entre ascendentes. Eje: “A”

Brazo: existen astas ascendentes y descendentes eje: F, K también llamada barra.

Uña o gancho: es el remante o serifa puntiaguda.

Beak: son los remates o serifa al final de los brazos.

Panza o anillo: espacio en blanco de letras circulares ej.: O, e. La panza puede ser abierta o cerrada.

Cartela o apófige: Forma de transición que conecta el palo con el remate.

Barbilla: Terminal angular de la “G”.

Blanco interno, contra forma o contrapunzón: Espacio interno de la panza de las letras como la “e”.

Travesaño: Trazo horizontal cruza por algún punto el asta central. También se denomina “asta transversal”.

Perfil o filete: Línea horizontal de los caracteres “A”, “H”, “I”, “e”, “f” que cruzan el palo central. También se denomina “barra”.

Cruz: intersección interior de 2 astas. Eje. V.

Oreja: es el asta más pequeña “r” y la “f”.

Gota: o lágrima es decorativa y se encuentra como asta en la parte superior. “a” y la “f”.

Pierna: se utiliza como cola y es el asta descendente “Q”.

Ligadura: brazo transversal que conecta 2 letras.

Cuello: asta que une 2 niveles de la letra como la “g”.

Bucle: anillo inferior de la “g”.

Hombro o arco: asta que une con la pierna “h”.

Espina: asta que une los 2 arcos de la letra “S” es curvilínea.

Espolón: Terminal del palo de una letra redondeada.

Palo: es el asta diagonal o vertical de una letra.

Inclinación: mantiene por lo general un ángulo de 15 grados. Es la inclinación de las letras.

Curva, rizo o floreado: Trazo curvo y prolongado de entrada o de salida.

Cola: El asta descendente de la “K”, “R”. Las letras de la “g”, “j” e “y” también llaman “colas”, al igual que el bucle de la “g”.

Terminal: Parte final de un asta.

Vértice: Angulo que se forma en la parte inferior de la letra. “M”.

CAPÍTULO III:

DEFINICIÓN DEL SEGMENTO DE MERCADO Y ESTABLECIMIENTO DE LOS CONTENIDOS

3.1 PLAN DE MARKETING

3.1.1 Enunciado de la idea del proyecto.

Análisis de las motivaciones en el ámbito de la educación musical; Elaboración de un producto multimedia para enseñar a utilizar instrumentos de percusión.

3.1.2 Análisis Contextual.

Este producto de investigación será lanzado en la Epoch específicamente en el Centro Cultural Chaquihuasi, la información obtenida nos servirá de gran ayuda para comprobar la hipótesis planteada en el tema de tesis.

3.1.3 Descripción de la Oferta.

Características

- Análisis de las motivaciones para aplicar a una metodología de aprendizaje.
- Multimedia con contenido netamente educativo.
- Motivar al estudiante pedagógicamente para que puede estudiar de mejor manera.
- Multimedia sobre instrumentos de percusión.

3.1.4 Publico Objetivo

Demografía

- Hombres y mujeres, Estudiantes
- Edad de 18 a 22 años
- Clase media alta.
- Gusto por la percusión.

3.1.5 Proceso De Investigación De Mercado

Problema del Producto	Problema de Decisión Gerencial	Problema de Investigación de Mercado	Componentes Específicos
Llegar al mercado para validar una hipótesis positiva o negativa.	Es posible crear producto sobre el análisis de las motivaciones en el ámbito de la educación para impartir clases sobre percusión? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Como no es un mercado cuantificable, determinar psicología y Psicografía de mi mercado.	1.- Determinar la cantidad de personas para mi muestra de estudio. 2.- Investigar Psicografía (actividades, estilo de vida, intereses). 3.- Investigar personalidad, Rasgos de Carácter, Motivaciones y desmotivaciones. 4.- Investigar Autoestima 5.- Determinar los beneficios que espera mi mercado.

Tabla III. II Cuadro de Proceso de Investigación

Autor: Andrés Espín

3.3 DISEÑO ESTADÍSTICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1 Definición del público objetivo

Determinar características

- Hombres y Mujeres
- 18 a 22 años
- Clase media alta
- Gusto por la percusión.

Hombres y Mujeres estudiantes comprendidos entre los 18 – 22 años, este grupo es muy manipulable. Estará dirigido hacia la clase media alta ya que dentro de sus intereses se encuentra la formación personal y académica.

Determinar tamaño de la población (N): En este caso no se puede determinar una población por medio de fuentes de información secundarias, ya que se necesita saber a quiénes del target al que nos dirigimos les gusta la percusión, así que vamos a realizar una investigación piloto, la cual nos ayudará a conocer, cuál va a ser nuestro nivel de aceptación y margen de error que vamos a utilizar para encontrar la muestra.

Plan piloto: 16 personas.

Te gustaría aprender a tocar instrumentos de percusión?

N.	NOMBRES	SI	NO
1	Denis Flores	x	
2	Paul Cifuentes	x	
3	Aldo Guevara	x	
4	Diego Guevara	x	
5	Javier Soria		x
6	Daniela Alvarado		x
7	Álvaro Martínez	x	
8	Núñez Andrea		x
9	Juan Silva	x	

10	Esteban Jácome	x	
11	Evelin Rivera	x	
12	Paul Castelo		x
13	Regina Alquiles		x
14	Andrés Proaño	x	
15	Juan López		x
16	David Barba	x	
		10	6

Tabla III. III Lista de Estudiantes Plan Piloto
 Autor: Andrés Espín

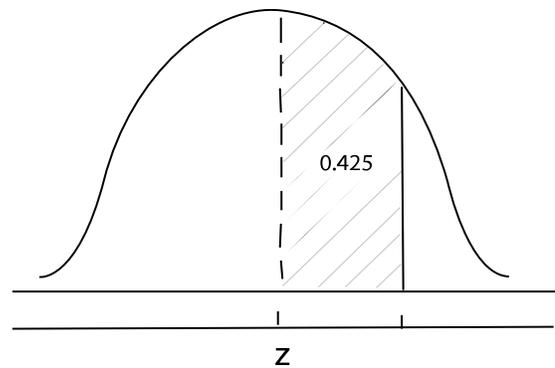
Cálculo del tamaño de la muestra (n): Previamente se realizó un plan piloto a 16 personas. Se utilizó un marco muestral referencial por lugares

P=10/16=0,625

1-P= 6/16=0,375

DATOS DEL PROBLEMA

- P = 0.625
- 1 - P = 0.375
- Z = 1.43
- Nc = 85%
- E = 15%



Z	3
1.4	0.4236

$$n = \frac{P(1-P) \cdot Z^2}{E^2}$$

$$n = \frac{(0.625)(0.375) \cdot 1.43^2}{0.15^2}$$

n = 21.30
 n = 21 personas

Figura III. 29 Resolución de Formula cálculo de muestra.
 Autor: Andrés Espín

La muestra para esta investigación estará compuesta por 21 personas, las cuales encontraremos en el Centro Cultural Chaquihuasi (ESPOCH).

Definir Marco Muestral: Se utilizará un *Marco Muestral de Referencia - Por Lugares*, ya que no se conoce la población por el parámetro gusto por la percusión.

Posibles Lugares

- Centro Cultural Chaquihuasi.

Aplicar Técnica De Muestreo

No Probabilístico: se da por conveniencia no es aleatoria.

n=21 personas

LISTA DE PERSONAS

Marco Muestral de Referencia - Por Lugares: Centro Cultural Chaquihuasi (*ESPOCH*)

N.	TELF.	NOMBRES	N.	TELF.	NOMBRES
1	0998522354	Alex Arcos	12	0998454542	Vicente Bahya
2	0991018262	German Villacrez	13	0998754565	Israel Jaramillo
3	0995409050	Cristina Muñoz	14	0993121554	Pedro Murillo
4	0984834095	María Muñoz	15	0998532155	Andrés Hati
5	0995094812	Jairo Viteri	16	0984822588	Patricio Olmedo
6	0987407734	Santiago Zaa	17	0984103014	Juan Montesdeoca
7	0984450958	Roberto Bastidas	18	0929868588	Ramiro Cepeda
8	0985464213	Fabián Remache	19	0929696333	Fabián Merino
9	0984907507	Marlene Almeida	20	0984404582	Tania Quiroz
10	0984255220	Diego Jácome	21	0984008525	Paulina Santos
11	0992980311	Paul Hurtado			

Tabla III. IV Lista de Estudiantes del Mercado

Autor: Andrés Espín

Trabajo de Campo

- Se realizó *Encuestas Personales* mediante un formulario con preguntas Dicotómicas, preguntas de Selección Simple y Escala de orden de Clasificación por este medio se recopilara toda la información necesaria para crear el multimedia sobre clases de percusión de una manera mucho más directa y efectiva.
- Se utilizó la *Experimentación* para poder recopilar información y además de eso validar la hipótesis de este trabajo de investigación.

3.3.2 Análisis de Encuesta

Pregunta 1: pregunta dicotómica

Te gustaría aprender a tocar instrumentos de percusión como la batería?

Si No

Pregunta para definir: Pregunta filtro para elegir a mi mercado.

Pregunta 2: pregunta de selección múltiple

En qué actividad ocupas tu tiempo libre?

TABLA DE FRECUENCIAS

	TARJAS	Ni	%
A. Deportes	II	2	9.52%
B. Salir Con Tus Amigos	III	3	14.28%
C. Video Juegos	IIII	4	19.04%
D. Música	IIIIIIIIII	12	57.14%

n=21 Σ = 100%

Tabla III. V Preg. 2
Autor: Andrés Espín

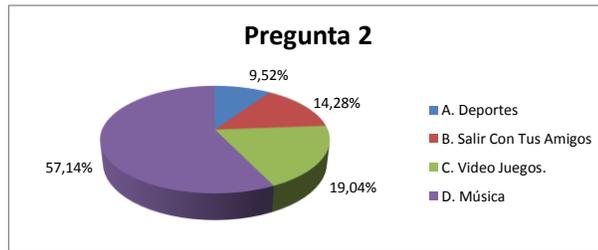


Figura III. 30 Preg. 2.
 Autor: Andrés Espín

ANÁLISIS:

El 57.14% de los encuestados, Ocupan su tiempo libre en actividades musicales

El 19.04% de los encuestados, Ocupan su tiempo libre en video juegos

El 14.28% de los encuestados, Ocupan su tiempo libre en Salidas con sus amigos

El 9.52% de los encuestados, Ocupan su tiempo libre en deportes.

Pregunta para definir: definimos las **actividades** de esta manera será más fácil captar su atención.

Pregunta 3: pregunta de selección múltiple

Porque te interesaría tocar instrumentos de percusión?

TABLA DE FRECUENCIAS

	TARJAS	Ni	Fa%
A. Conformar una banda de música	IIIIIIIIII	11	52.38%
B. Para impresionar a la gente	II	2	9.52%
C. Por auto superación	IIII	4	19.04%
D. Para hacer de la música una profesión	II	2	9.52
E. Porque me gustaría ser como mi artista favorito	II	2	9.52

Tabla III. VI Preg. 3
 Autor: Andrés Espín

n=21 Σ= 100%



Figura III. 31 Preg. 3.

Autor: Andrés Espín

ANÁLISIS:

El 52.38% de los encuestados, Desean conformar una banda de música.

El 19.04% de los encuestados, Desean tocar un instrumento por auto superación.

El 9.52% de los encuestados, Quisieran impresionar a la gente.

El 9.52% de los encuestados, Le gustaría hacer de la música una profesión

El 9.52% de los encuestados, Le gustaría ser como su artista favorito

Pregunta para definir: definimos sus **intereses** de esta manera será más fácil captar su atención.

Pregunta 4: pregunta mixta: dicotómica y selección múltiple

Piensas que un instrumento musical puede servir como herramienta de motivación, Porque? si respondes que (NO) continúa a la siguiente pregunta.

Sí

No

TABLA DE FRECUENCIAS

	TARJAS	Ni	Fa%
SI	IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII	19	90.47%
NO	III	2	9.52%

n=21 Σ= 100%

Tabla III. VII Preg. 4

Autor: Andrés Espín

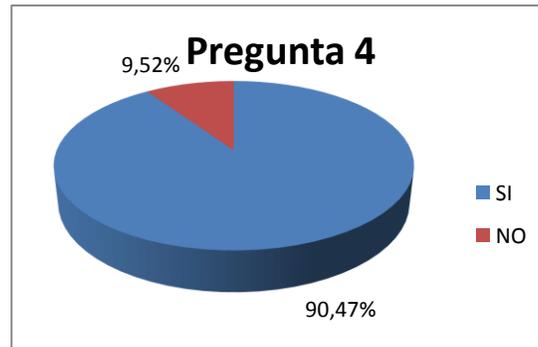


Figura III. 32 Preg. 4.
Autor: Andrés Espín

ANÁLISIS:

El 90.47% de los encuestados, Piensan que un instrumento musical Si puede servir como herramienta de motivación.

El 9.52% de los encuestados para la pregunta 4, Piensan que un instrumento musical NO puede servir como herramienta de motivación.

Si porque?

TABLA DE FRECUENCIAS

	TARJAS	Ni	Fa%
A. Porque rebaso mis propios limites	IIII	5	26.31%
B. Porque pone a prueba tu capacidad	IIIIIIII	8	42.10%
C. Porque me hace más inteligente	III	3	15.78%
D. Porque desarrollo mi capacidad mental.	III	3	15.78%
E. Otros		0	0%

n=21 Σ= 100%

Tabla III. VIII Preg. 4
Autor: Andrés Espín

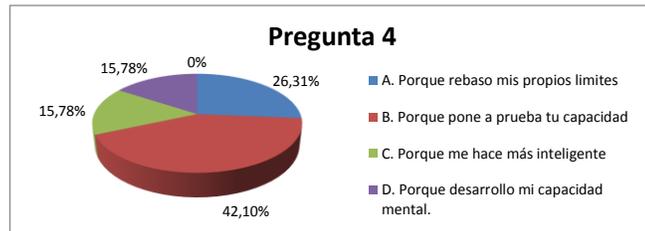


Figura III. 33 Preg. 4.
Autor: Andrés Espín

ANÁLISIS:

El 42.10% de los encuestados, Piensan que un instrumento musical pone a prueba su capacidad.

El 26.31% de los encuestados, Piensan que un instrumento musical le ayuda a rebasar sus propios límites.

El 15.78% de los encuestados, Piensan que un instrumento musical les ayuda a ser más inteligentes.

El 15.78% de los encuestados, Piensan que un instrumento musical les ayuda a desarrollar su capacidad mental.

Pregunta para definir: definimos la actitud del target frente al producto multimedia, esta información servirá para tomar los correctivos y tratar de cambiar esta actitud.

Pregunta 5: pregunta de selección múltiple

Que te motiva a para aprender?

TABLA DE FRECUENCIAS

	TARJAS	Ni	Fa%
A. Cuando el profesor me anima así me haya equivocado.	IIIIIIII	9	42.85%
B. Para ser una persona más educada.	IIII	4	19.04%
C. Para sobresalir sobre el resto.	IIIIII	6	28.57%
D. Cuando el profesor tiene metodología de enseñanza.	I	1	4.76%
E. Para ser autosuficiente.	I	1	4.76%

n=21 Σ= 100%

Tabla III. IX Preg. 5
Autor: Andrés Espín

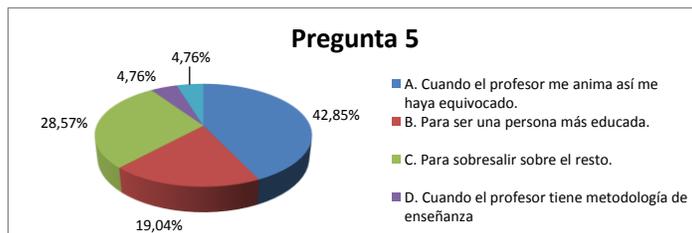


Figura III. 34 Preg. 5.
Autor: Andrés Espín

ANÁLISIS:

El 42.85% de los encuestados, Se motivan cuando el profesor lo anima así equivoque.

El 28.57% de los encuestados, Se sienten motivados cuando sobresalen del resto.

El 42.85% de los encuestados, Se sienten motivados porque serán personas más educadas.

El 4.76% de los encuestados, Se motivan cuando el profesor tiene metodología

El 4.76% de los encuestados, Se sienten motivados porque serán más autosuficientes.

Pregunta para definir: definimos los tipos de motivación de nuestro target. De esta manera con esta información se sabrá con qué tipo de motivación se trabajara más.

Pregunta 6: pregunta de selección múltiple

Que te desmotiva para no estudiar?

TABLA DE FRECUENCIAS

	TARJAS	Ni	Fa%
A. Mi ambiente social	IIIIII	6	28.57%
B. Los problemas familiares	IIIII	5	23.80%
C. Un futuro des prometedor por mi carrera			0.00%
D. Que tus profesores no transmitan adecuadamente los conocimientos.	IIIIIII	8	38.09%
E. Que no exista la infraestructura adecuada para aprender	II	2	9.52%
			n=21 Σ = 100%

Tabla III. X Preg. 6
Autor: Andrés Espín

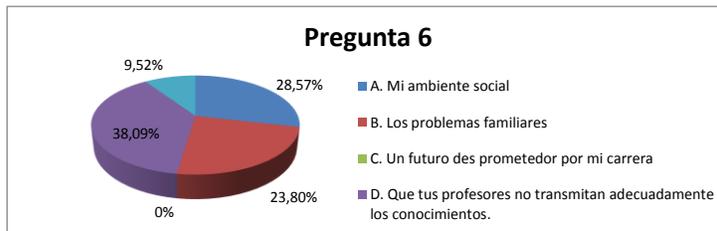


Figura III. 35 Preg. 6.
Autor: Andrés Espín

ANÁLISIS:

El 38.09% de los encuestados, Se sienten desmotivados para estudiar cuando los profesores no transmiten adecuadamente los conocimientos.

El 28.57% de los encuestados, Se sienten desmotivados por su ambiente social

El 23.80% de los encuestados, Se sienten desmotivados por problemas familiares

El 9.52% de los encuestados, Se desmotivan porque no existe la infraestructura adecuada para aprender

Pregunta para definir: definimos las desmotivaciones en el estudiante con este dato sabremos que les desmotiva y se tratara de corregir ciertos parámetros para que se sientan motivados.

Pregunta 7: pregunta de selección múltiple

Que grupo de colores te agrada más?

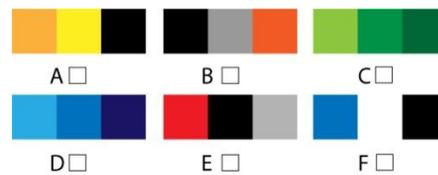


Figura III. 36 Colores.

Autor: Andrés Espín

TABLA DE FRECUENCIAS

	TARJAS	Ni	Fa%
Gama A	IIII	5	23.80%
Gama B	II	2	9.52%
Gama C	IIII	4	19.04%
Gama D	I	1	4.76%
Gama E	I	1	4.76%
Gama F	IIIIIIII	8	38.09%

Tabla III. XI Preg. 7

Autor: Andrés Espín

n=21 Σ= 100%

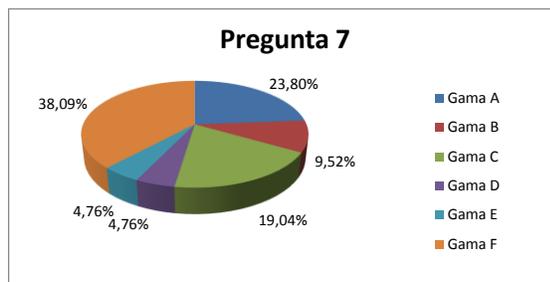


Figura III. 37 Preg. 7.

Autor: Andrés Espín

ANÁLISIS:

El 38.09% de los encuestados en la pregunta 7, les gusta la gama de colores F
El 23.80% de los encuestados para la pregunta 7, les gusta la gama de colores A
El 19.04% de los encuestados para la pregunta 7, les gusta la gama de colores C
El 9.52% de los encuestados para la pregunta 7, les gusta la gama de colores B
El 4.76% de los encuestados para la pregunta 7, les gusta la gama de colores D
El 4.76% de los encuestados para la pregunta 7, les gusta la gama de colores E

Pregunta para definir: definimos la cromática corporativa.

Pregunta 8: pregunta de selección múltiple

Con que grupo de palabras representarías a la percusión?

TABLA DE FRECUENCIAS

	TARJAS	Ni	Fa%
A. Superación Riodrummer	IIIIIIIIII	10	47.61%
B. Victoria Percusión	IIII	5	23.80%
C. Evolución Percusión	III	3	14.28%
D. Riodrummer Evolution	III	3	14.28%

Tabla III. XII Preg. 8
Autor: Andrés Espín

n=21 Σ= 100%

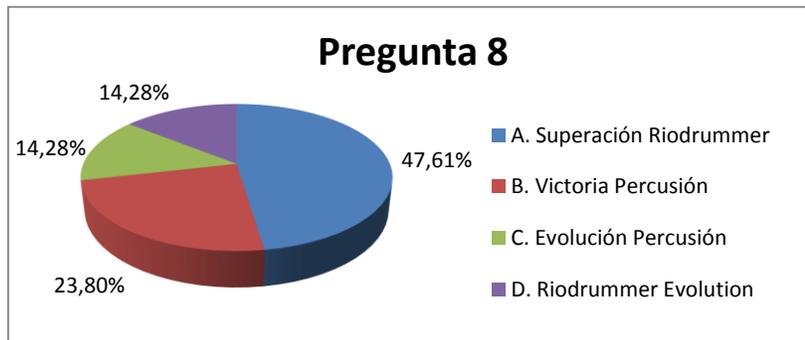


Figura III. 38 Preg. 8.
Autor: Andrés Espín

ANÁLISIS:

El 47.61% de los encuestados, Les agrada el grupo de palabras Superación Riodrummer.

El 23.80% de los encuestados, Les agrada el grupo de palabras Victoria Percusión.

El 14.28% de los encuestados, Les agrada el grupo de palabras Evolución Percusión.

El 14.28% de los encuestados, Les agrada el grupo de palabras Riodrummer Evolution.

Pregunta para definir: definimos el nombre de la marca.

Pregunta 9: pregunta de selección múltiple

Con qué imagen representarías a la percusión?



Figura III. 39 Percusión.
Autor: Andrés Espín

TABLA DE FRECUENCIAS

	TARJAS	Ni	Fa%
A.	IIIIIIIIII	13	61.90%
B.	IIII	5	23.80%
C.	III	3	14.28%

n=21 Σ = 100%

Tabla III. XIII Preg. 9
Autor: Andrés Espín

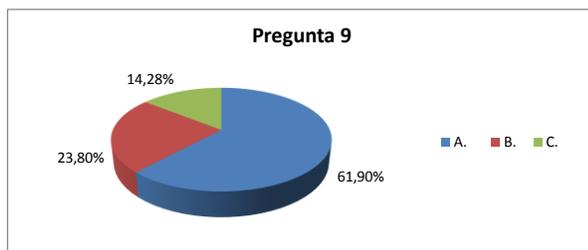


Figura III. 40 Preg. 9.

Autor: Andrés Espín

ANÁLISIS:

El 61.90% de los encuestados, Les representarían a la percusión con la imagen A.

El 23.80% de los encuestados, Les representarían a la percusión con la imagen B.

El 14.28% de los encuestados, Les representarían a la percusión con la imagen C.

Pregunta para definir: definimos imagotipo.

Pregunta 10: pregunta de orden de preferencia.

Porque medios te gustaría recibir clases de batería?

TABLA DE FRECUENCIAS

	Fr
A. Video	35
B. Clases Particulares	36
C. Partituras	10
D. Textos	18
E. Internet	16
F. Audio	11

Tabla III. XIV Preg. 10

Autor: Andrés Espín

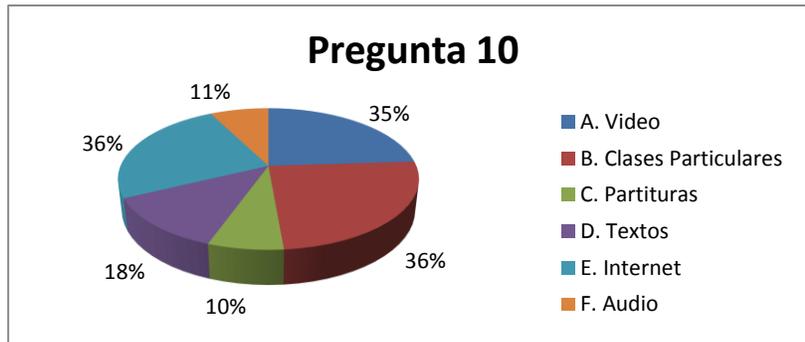


Figura III. 41 Preg. 10.
Autor: Andrés Espín

ANÁLISIS:

Según la tabla de frecuencias el orden de preferencia de los encuestados quedaría de la siguiente manera.

- Clases Particulares
- Video
- Textos
- Internet
- Audio
- Partituras

CAPÍTULO IV: DESARROLLO DEL PRODUCTO MULTIMEDIA

4.1 PLANIFICACIÓN

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO	Generalidades	Emisor: ESPOCH	
		Receptor: Estudiantes del Centro Cultural Chaquihuasi.	
		Medio: DVD	
		Objetivo: Realizar un estudio de los diferentes tipos de motivaciones en el ámbito educacional, y aplicación de estas teorías en un producto multimedia el cual permita enseñar a utilizar instrumentos de percusión (batería).	
	Función (del material Multimedia)	Formativa (Tutoriales)	X
		Entretenimiento (Juegos)	
		Informativa (Revistas)	
		Publicitaria (Catálogos)	
		Comunicativa (Chats)	
	Modelos de Aprendizaje	M. cuadrantes cerebrales	
		M. Felder y Silverman	
		M. de Kolb	
		M. de Programación Neurolingüística	X
M. Hemisferios Cerebrales			
M. Inteligencias Múltiples.			

Tabla IV. XV Planificación

Autor: Andrés Espín

4.2 DISEÑO

MODELADO DE USUARIO	Perfil	Género: Masculino/Femenino	
		Edad: 18 – 22 años	
		Clase Social: Media Alta	
		País: Ecuador	
		Región: Sierra	
		Idioma: Español	
	Experiencia (Interacción Computadora)	Alto (Usuario Experto)	
		Medio (Usuario Promedio)	X
		Bajo (Usuario Principiante)	
	Necesidad (a nivel de usuario)	Educarse	X
		Informarse	
		Entretenerse	
		Comunicarse	
	Característica Común	Jóvenes que tienen como principal interés el gusto por la percusión.	
	Condiciones de acceso (Especificar si existe algún tipo de discapacidad)	Pantalla	X
		Teclado	
Mouse		X	
Audio		X	
Periféricos Especiales (Descripción)			

Tabla IV. XVI Diseño y Análisis de tareas

Autor: Andrés Espín

4.3 ANÁLISIS DE TAREAS

ANÁLISIS DE TAREAS	¿Qué quiere realizar el usuario? Recibir información sobre clases de percusión (batería).
	Qué información necesita? Información sobre: <ul style="list-style-type: none">• Técnicas de Percusión.• Teoría Musical• Géneros Musicales.
	Qué acciones debe llevar a cabo? <ul style="list-style-type: none">• Colocar el DVD en la unidad lectora del computador.• Esperar a que se abra automáticamente.• Escoger la opción deseada del menú principal.• Interactuar con la información de la ventana.• Salir del programa cuando desee.• Sacar el DVD de la unidad lectora del computador.

Tabla IV. XVII Diseño y Análisis de tareas

Autor: Andrés Espín

4.4 DIAGRAMA EXTRUCTURAL

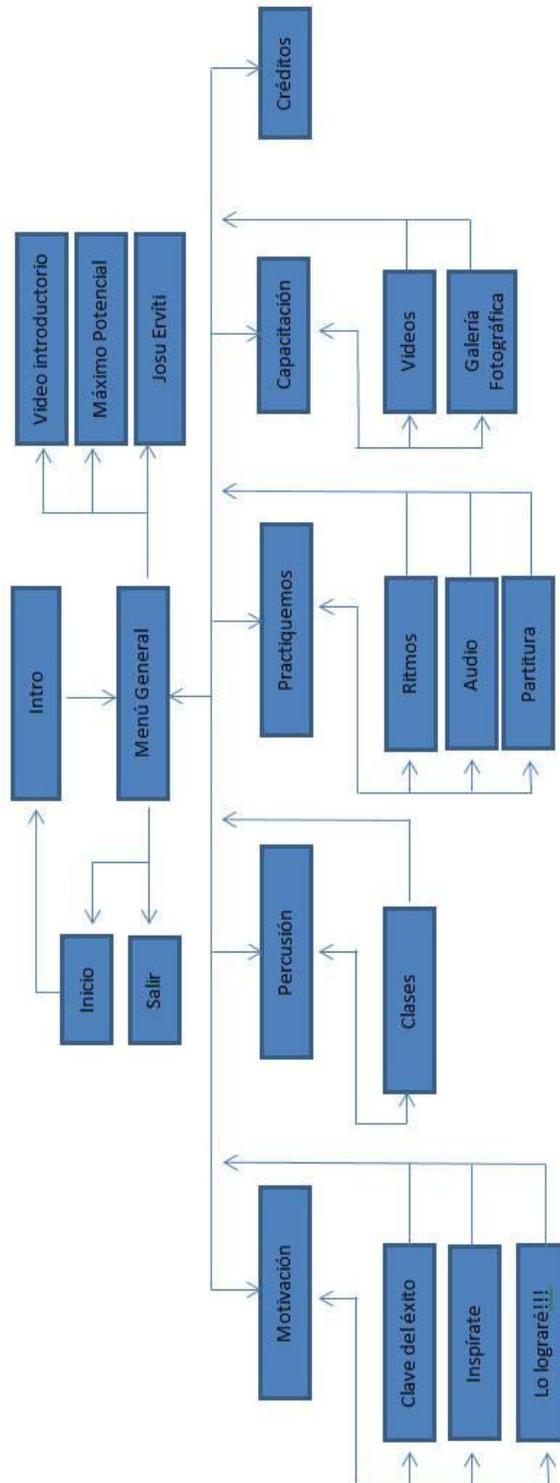


Figura IV. 42 Diagrama Estructural
Autor: Andrés Espín

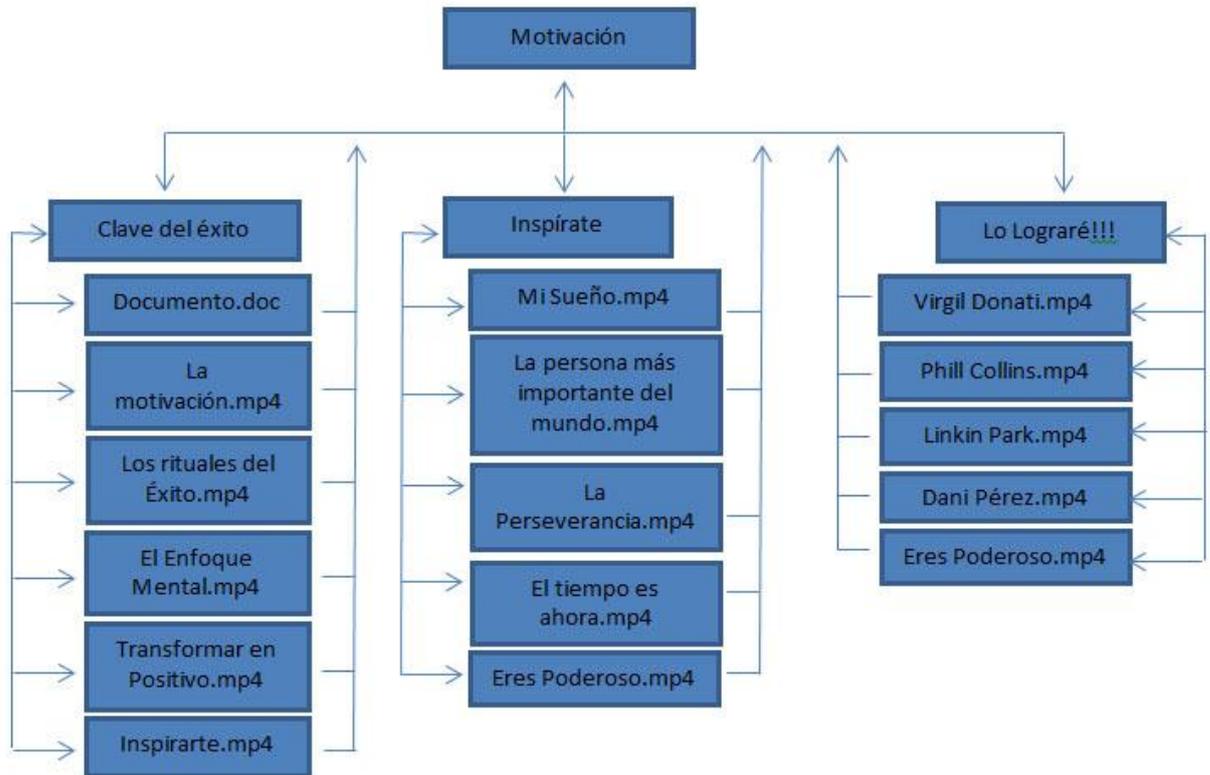


Figura IV. 43 Diagrama Estructural
Autor: Andrés Espín

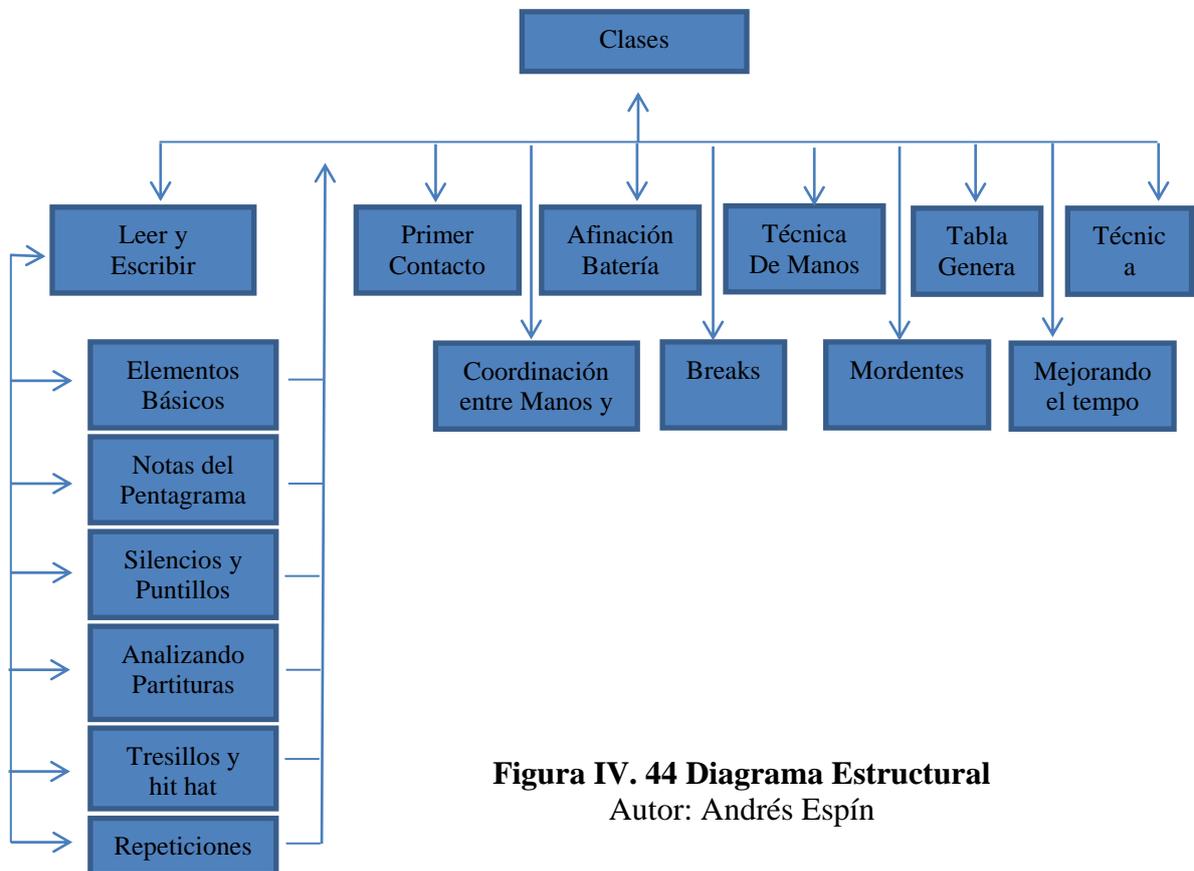


Figura IV. 44 Diagrama Estructural
Autor: Andrés Espín

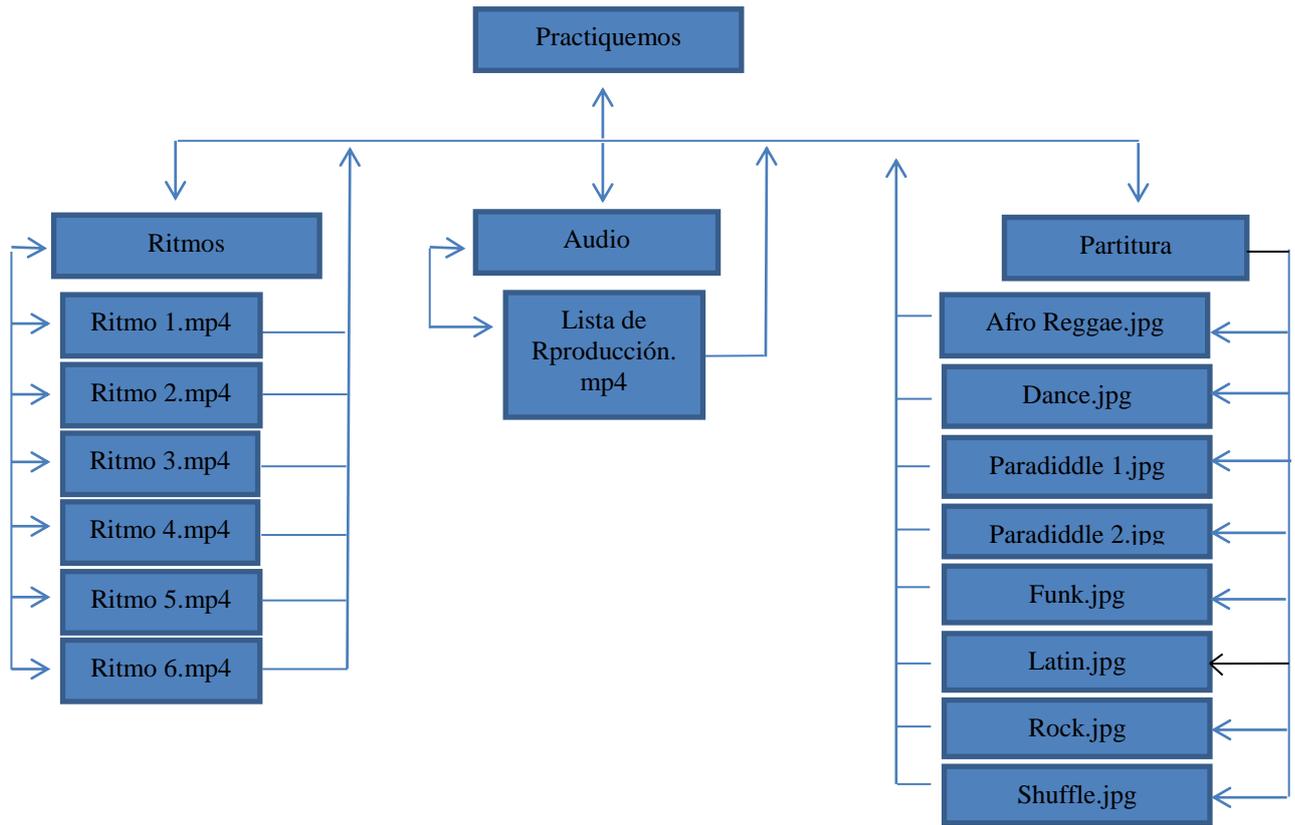


Figura IV. 45 Diagrama Estructural
Autor: Andrés Espín

4.5 GUIÓN MULTIMEDIA

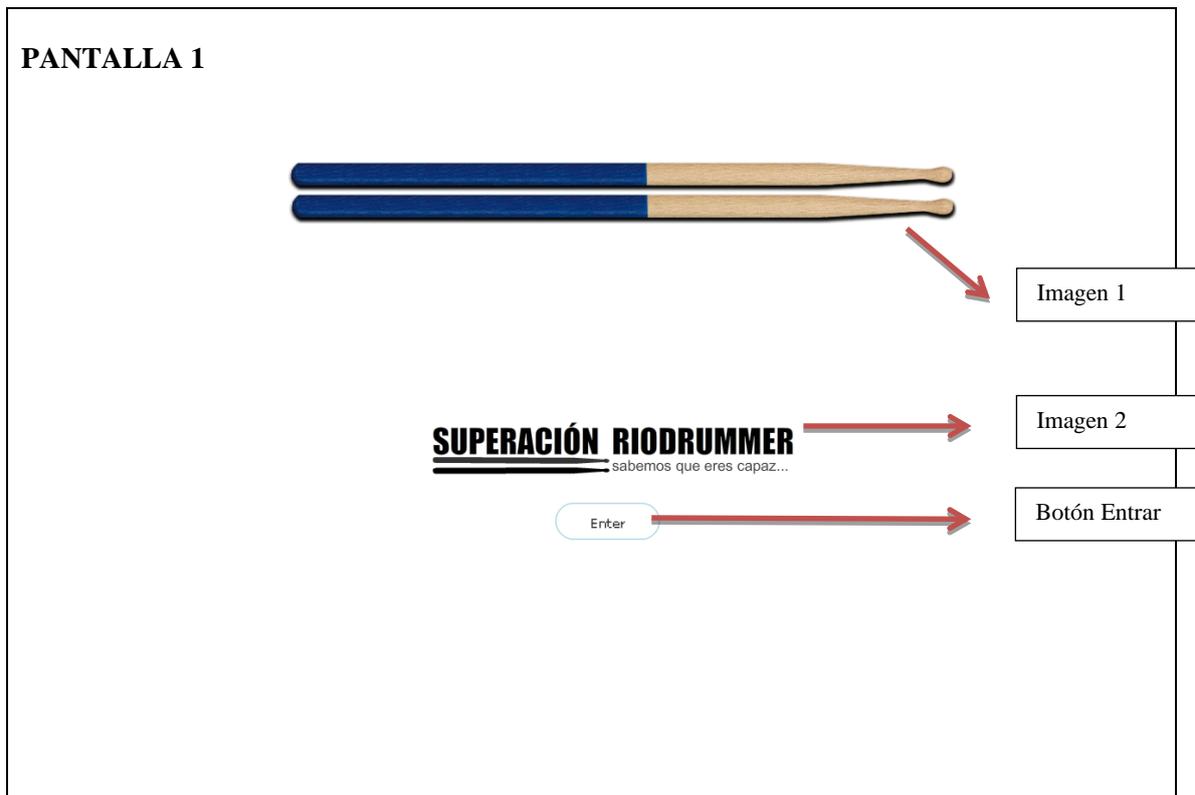
PANTALLA 1	
	
Imagen	Imagen 1.png: Imagen Fija - Imagen de un palillo Imagen 2.png: Imagen Fija – Logotipo Riodrummer
Acción	Botón- clic: se dirige al interfaz principal

Tabla IV. XVIII Pantalla 1

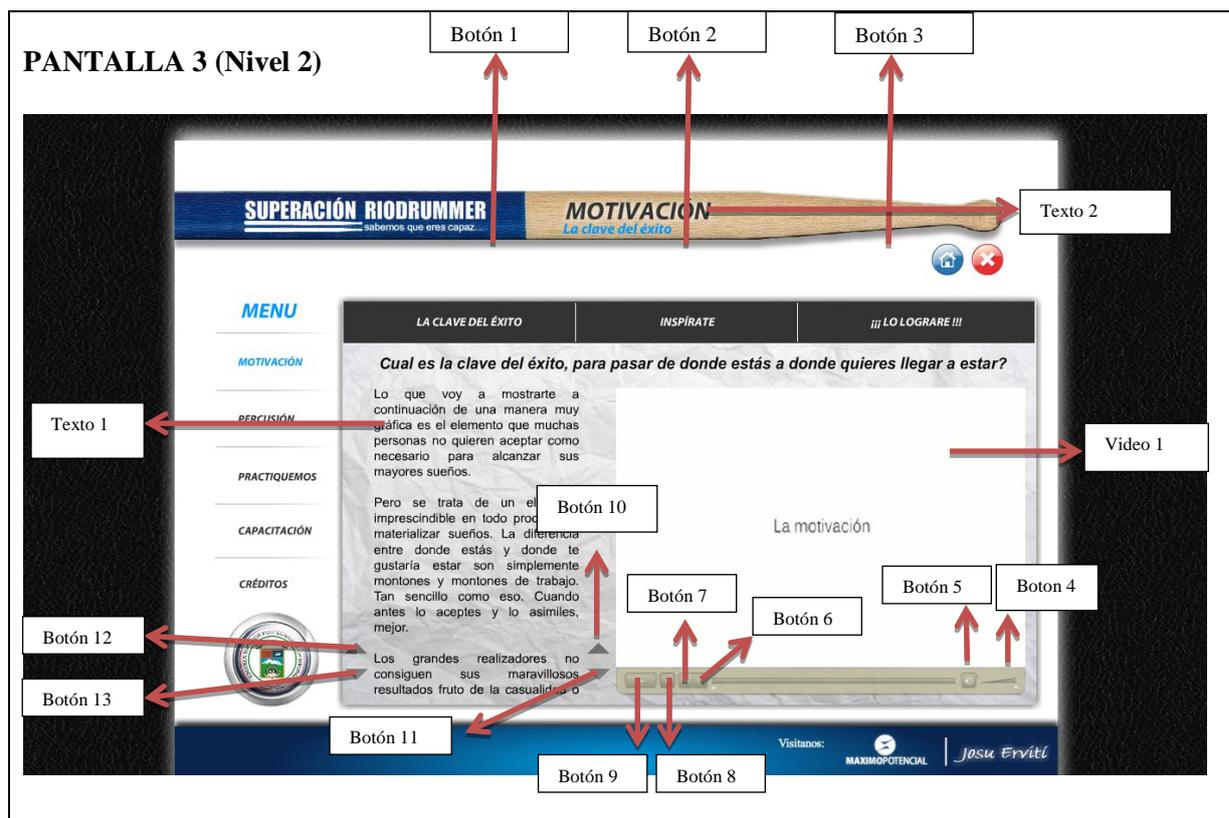
Autor: Andrés Espín



Imagen	Imagen 1.png: Imagen fija- Imagen de un palillo
	Imagen 2.png: Imagen fija- Logotipo Riodrummer
	Imagen 3.png: Imagen fija- Logotipo ESPOCH
Texto	Texto 1.doc: Menú
	Texto 2.doc: Visítanos
Video	Video 1.mp4: video de introducción
Acción	Boton1 – clic: Salir
	Boton2 – clic: Inicio
	Boton3 – clic: Entra al tema “Motivación”
	Boton4 – clic: Entra al tema “Percusión”
	Boton5 – clic: Entra al tema “Géneros Musicales”
	Boton6 – clic: Entra al tema “Capacitación”
Boton7 – clic: Entra al tema “Créditos”	

Tabla IV. XIX Pantalla 2

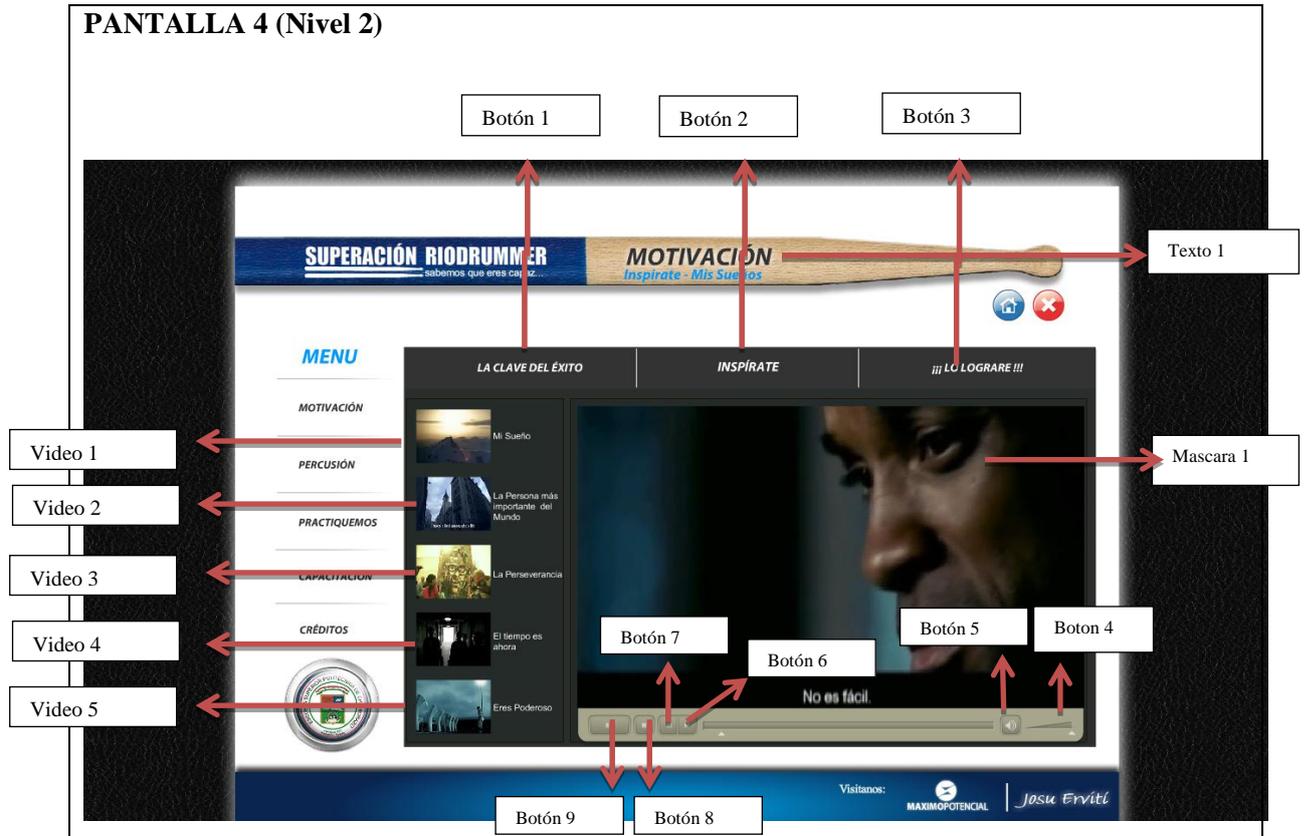
Autor: Andrés Espín



Pantalla 2 (Nivel 1)	Se mantiene
Texto	<p>Texto 1.doc: Cual es la clave del éxito, para pasar de donde estás a dónde quieres estar?</p> <p>Texto 2.doc: Barra de Estado “ Motivación- La clave del éxito”</p>
Video	Video 1.mp4: Video motivacional
Acción	<p>Botón 1 – clic: Entra al tema “La clave del éxito”</p> <p>Botón 2 – clic: Entra al tema “Motivación”</p> <p>Botón 3 – clic: Entra al tema “Inspírate”</p> <p>Botón 4 – clic: Control de volumen</p> <p>Botón 5 – clic: Cancela el audio</p> <p>Botón 6 – clic: Adelanta el video</p> <p>Botón 7 – clic: Rebobina el video</p> <p>Botón 8 – clic: Stop</p> <p>Botón 9 – clic: Play</p> <p>Botón 10 – clic: Sube lista de videos</p> <p>Botón 11 – clic: Baja lista de videos</p> <p>Botón 12 – clic: Sube texto</p> <p>Botón 13 – Clic: Baja texto</p>

Tabla IV. XX Pantalla 3

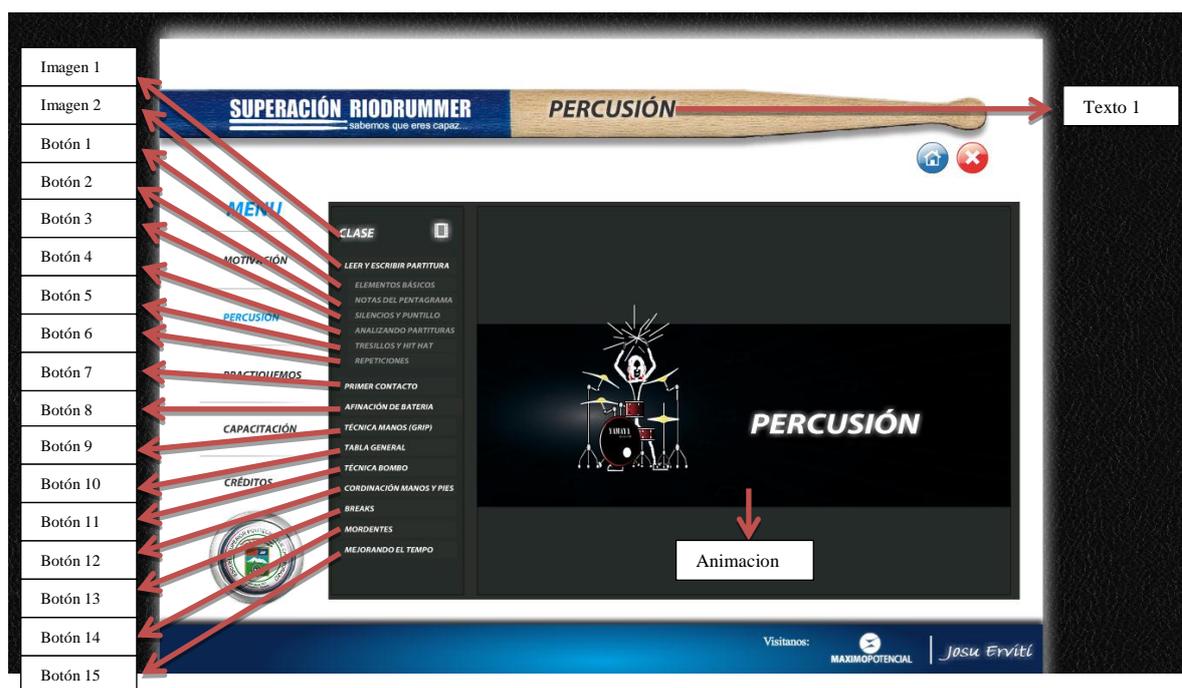
Autor: Andrés Espín



Pantalla 2 (Nivel 1)	Se mantiene
Texto	Texto 1.doc: Barra de Estado “ Motivación - inspírate - mis sueños ”
Video	Video 1.mp4: “Mi sueño”
	Video 2.mp4: “La persona más importante del mundo”
	Video 3.mp4: “La perseverancia”
	Video 4.mp4: “El tiempo es ahora”
	Video 5.mp4: “ Eres Poderoso”
Acción	Mascara 1: Área de reproducción Video
	Botón 1 – clic: Entra al tema “La clave del éxito”
	Botón 2 – clic: Entra al tema “Motivación”
	Botón 3 – clic: Entra al tema “Inspírate”
	Botón 4 – clic: Control de volumen
	Botón 5 – clic: Cancela el audio
	Botón 6 – clic: Adelanta el video
	Botón 7 – clic: Rebobina el video
	Botón 8 – clic: Stop
Botón 9 – clic: Play	

Tabla IV. XXI Pantalla 4
 Autor: Andrés Espín

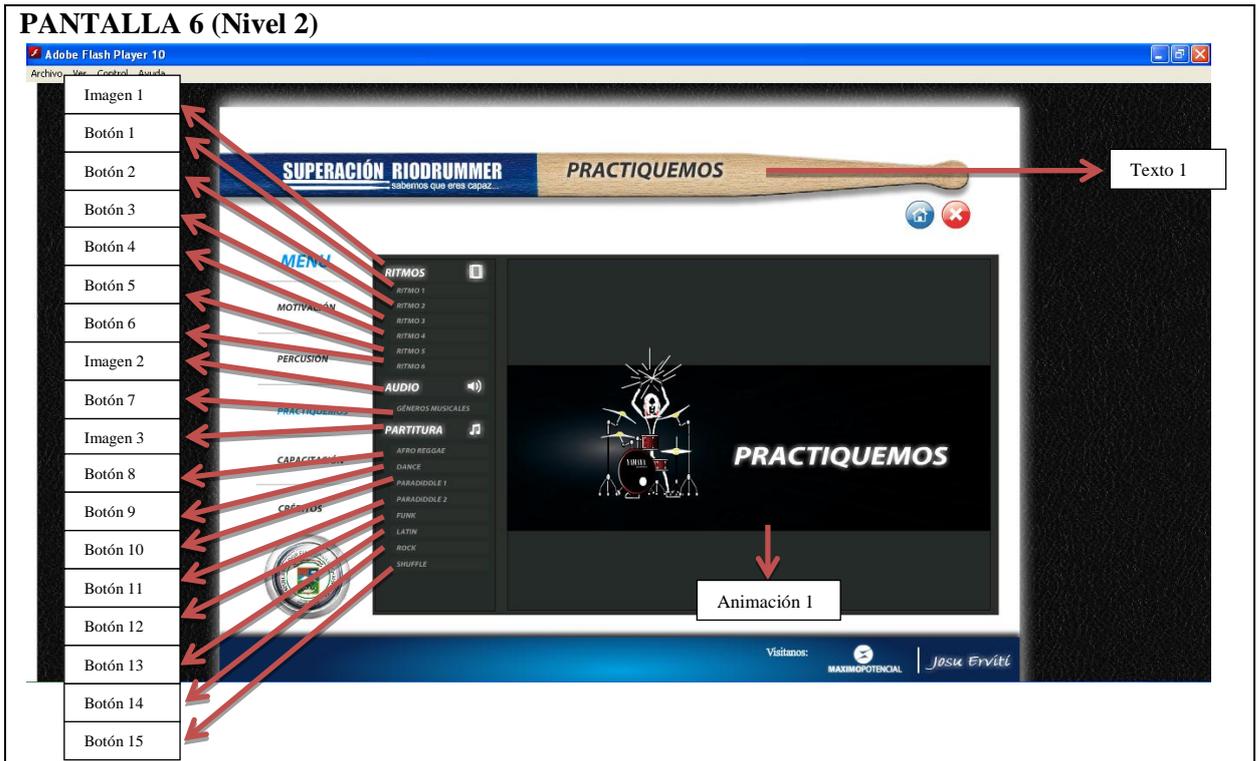
PANTALLA 5 (Nivel 2)



Pantalla 2 (Nivel 1)	Se mantiene
Texto	Texto 1.doc - Barra de Estado “Percusión”
Imagen	Animación 1.swf: Animación 2d de un avatar baterista junto a la palabra “Percusión” Imagen 1.png: imagen fija “Clase” Imagen 2.png: imagen fija “leer y escribir partituras”
Acción	Botón 1 – clic: Entra al subtema “Elementos Básicos” Botón 2 – clic: Entra al subtema “Notas del Pentagrama” Botón 3 – clic: Entra al subtema “Silencios y puntillos” Botón 4 – clic: Entra al subtema “Analizando partituras” Botón 5 – clic: Entra al subtema “Tresillos y hit hat” Botón 6 – clic: Entra al subtema “Repeticiones” Botón 7 – clic: Entra al tema “Primer contacto” Botón 8 – clic: Entra al tema “Afinación de batería” Botón 9 – clic: Entra al tema “Técnica manos (grip)” Botón 10 – clic: Entra al tema “Tabla general” Botón 11 – clic: Entra al tema “Técnica bombo” Botón 12 – clic: Entra al tema “Coordinación manos y pies” Botón 13 – clic: Entra al tema “Breaks” Botón 14 – clic: Entra al tema “Mordentes” Botón 15 – clic: Entra al tema “Mejorando el tempo”

Tabla IV. XXII Pantalla 5

Autor: Andrés Espín



Pantalla 2 (Nivel 1)	Se mantiene
Texto	Texto 1.doc - Barra de Estado “Percusión- inspírate mis sueños ”
Imagen	Animación 1.swf: Animación 2d de un avatar baterista junto a la palabra “Practiquemos” Imagen 1.png: imagen fija “RITMOS” Imagen 2.png: imagen fija “AUDIO” Imagen 3.png: imagen fija “PARTITURAS”
Acción	Botón 1- clic: Entra al subtema “Ritmo 1” Botón 2- clic: Entra al subtema “Ritmo 2” Botón 3- clic: Entra al subtema “Ritmo 3” Botón 4- clic: Entra al subtema “Ritmo 4” Botón 5- clic: Entra al subtema “Ritmo 5” Botón 6- clic: Entra al subtema “Ritmo 6” Botón 7- clic: Entra al subtema “Géneros musicales” Botón 8- clic: Entra al subtema “Afro reggae” Botón 9- clic: Entra al subtema “Dance” Botón 10- clic: Entra al subtema “Paradiddle 1” Botón 11- clic: Entra al subtema “Paradiddle 2” Botón 12- clic: Entra al subtema “Funk” Botón 13- clic: Entra al subtema “Latin” Botón 14- clic: Entra al subtema “Rock” Botón 15- clic: Entra al subtema “Shuffle”

Tabla IV. XXIII Pantalla 6

Autor: Andrés Espín

PANTALLA 7 (Nivel 3)

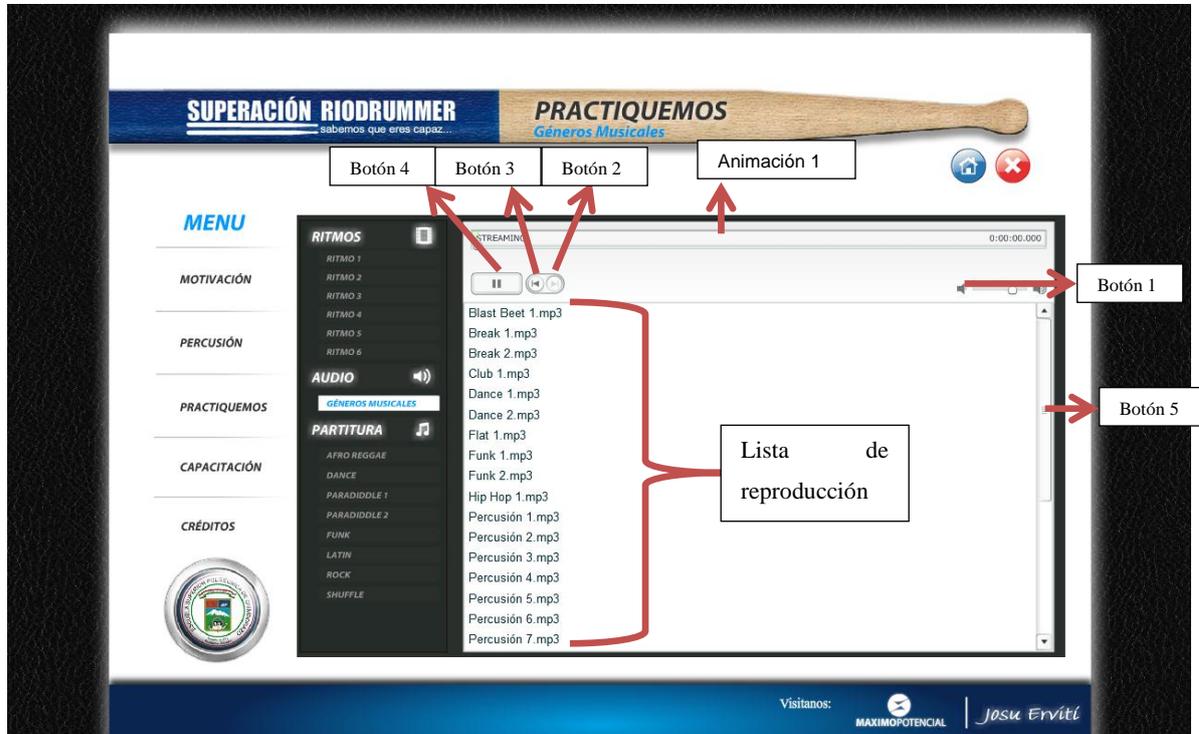


Pantalla 2 (Nivel 1)	Se mantiene
Pantalla 6 (Nivel 2)	Se mantiene
Acción	Mascara 1: Área de reproducción Video
	Botón 1 – clic: Control de volumen
	Botón 2 – clic: Cancela el audio
	Botón 3 – clic: Adelanta el video
	Botón 4 – clic: Rebobina el video
	Botón 5 – clic: Stop
	Botón 6 – clic: Play

Tabla IV. XXIV Pantalla 7

Autor: Andrés Espín

PANTALLA 8 (Nivel 3)

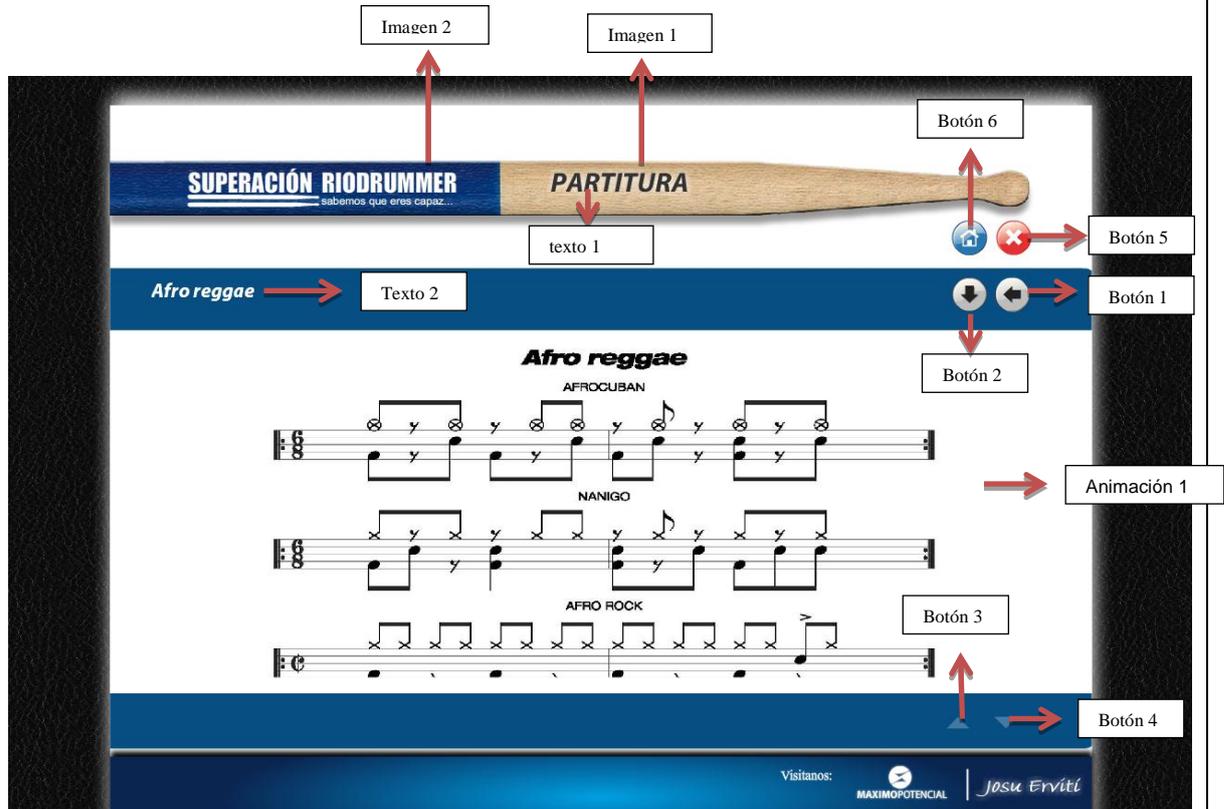


Pantalla 2 (Nivel 1)	Se mantiene
Pantalla 6 (Nivel 2)	Se mantiene
Animación	Animación 1: línea de tiempo
Audio	Lista de reproducción
Acción	Botón 1 – clic: Control de volumen
	Botón 2 – clic: Adelanta el audio
	Botón 3 – clic: Rebobina el audio
	Botón 4 – clic: Play
	Botón 5 – clic: scroll bar

Tabla XXV. XXV Pantalla 8

Autor: Andrés Espín

PANTALLA 9 (Nivel 3)



Texto	Texto 1.doc: Barra de Estado “Partitura”
	Texto 2.doc: Afro reggae
Imagen	Imagen 1.png: Imagen fija- Imagen de un palillo
	Imagen 2.png: Imagen fija- Logo Riodrummer
	Animación 1: Partitura se desplaza de arriba - abajo
Acción	Botón 1 – clic: Regresar
	Botón 2 – clic: Descargar
	Botón 3 – clic: Subir partitura
	Botón 4 – clic: Bajar partitura
	Botón 5 – clic: Salir
	Botón 6 – clic: Inicio

Tabla IV. XXVI Pantalla 9

Autor: Andrés Espín

PANTALLA 10 (Nivel 2)

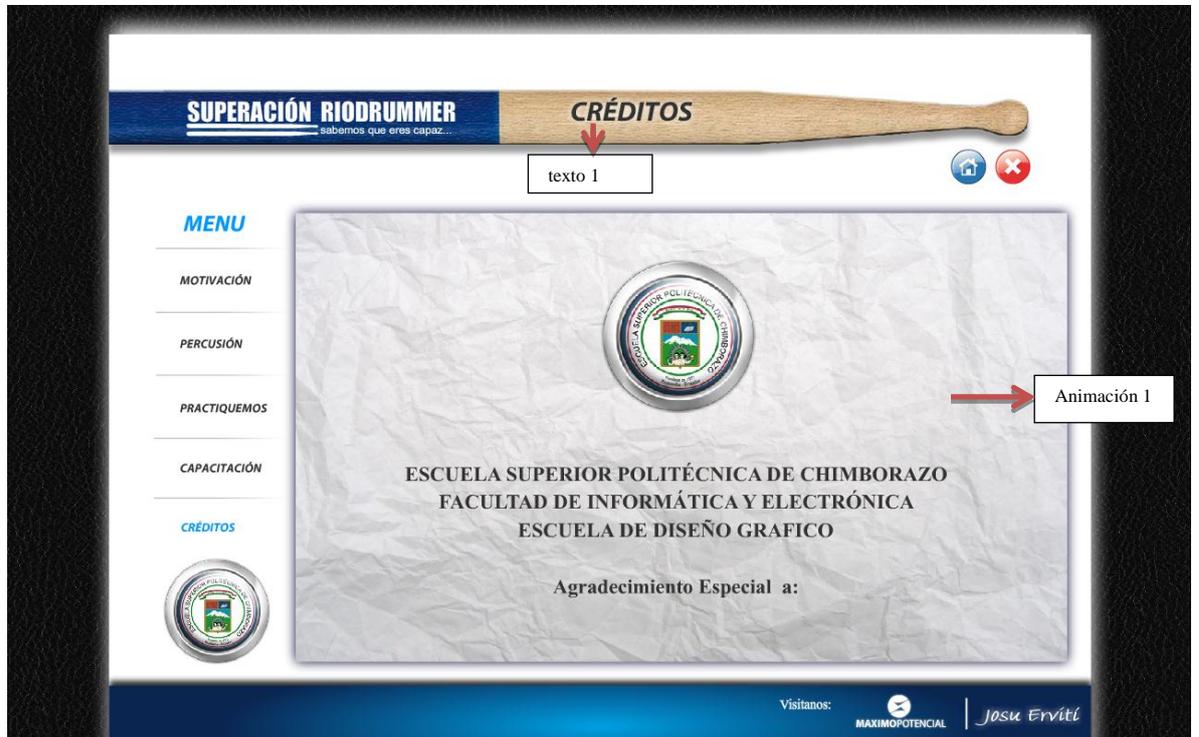


Pantalla 2 (Nivel 1)	Se mantiene
Texto	Texto 1.doc: Barra de Estado “Capacitación” “Fotos - capacitación”
Acción	Botón 1 – clic: imagen anterior
	Botón 2 – clic: imagen siguiente

Tabla IV. XXVII Pantalla 10

Autor: Andrés Espín

PANTALLA 11 (Nivel 2)



Pantalla 2 (Nivel 1)	Se mantiene
Texto	Texto 1.doc - Barra de Estado “Créditos”
Imagen	Animación 1: animación de los créditos de la investigación.

Tabla IV. XXVIII Pantalla 11

Autor: Andrés Espín

CAPÍTULO V:

VALIDACIÓN Y COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

5.1 Evaluación

La evaluación del producto multimedia, se realizó a un focus group de 21 estudiantes del centro cultural Chaquihuasi de la Epoch, específicamente del taller de música. Esta validación se la puso en práctica durante una semana 2 horas diarias en las aulas de expresión cultural – teatro.

Se tomaron varios aspectos para validar la hipótesis planteada “La aplicación de la metodología multimedia, diseñada a partir de un modelo educativo desde un punto de vista motivacional, permitirá un aprendizaje más efectivo?”.

A continuación detallamos las preguntas que ayudaron a validar esta hipótesis.

5.2 Análisis de Preguntas

Pregunta 1: pregunta dicotómica para determinar la navegabilidad del producto multimedia.

Pudo acceder de una manera fácil y rápida a los contenidos del Multimedia?

TABLA DE FRECUENCIAS

	f	Fa%
SI	18	85,71%
NO	3	14,28%
	n= 21	100%

Tabla V. XXIX Tabulación Pregunta 1

Autor: Andrés Espín

Pregunta 2: pregunta dicotómica

Al utilizar el producto multimedia logro usted receptar de mejor manera los conocimientos sobre percusión?

TABLA DE FRECUENCIAS

	f	Fa%
SI	19	90.47%
NO	2	9.52%
	n=21	100%

Tabla V. XXX Tabulación Pregunta 2

Autor: Andrés Espín

Pregunta 3: pregunta dicotómica para determinar la Efectividad del producto Multimedia.

Al utilizar el producto multimedia usted se sintió motivado para aprender más?

TABLA DE FRECUENCIAS

	N	Fa%
SI	20	95,23%
NO	1	4,76%
	n= 21	100%

Tabla V. XXXI Tabulación Pregunta 3

Autor: Andrés Espín

5.3 Evaluación de Parámetros.

Evaluación Producto Multimedia “Superación Riodrummer”							
N.	Pregunta	Si	No	total	Si (Fa%)	No (Fa%)	Comentario
1.	Navegabilidad	18	3	21	85,71%	14,28%	Positivo
2.	Usabilidad	19	2	21	90,47%	9,52%	Positivo
3.	Efectividad	20	1	21	95,23%	4,76%	Positivo

Tabla V. XXXII Evaluación de Parámetros

Autor: Andrés Espín

Evaluación del Producto Multimedia "SUPERACIÓN RIODRUMMER"

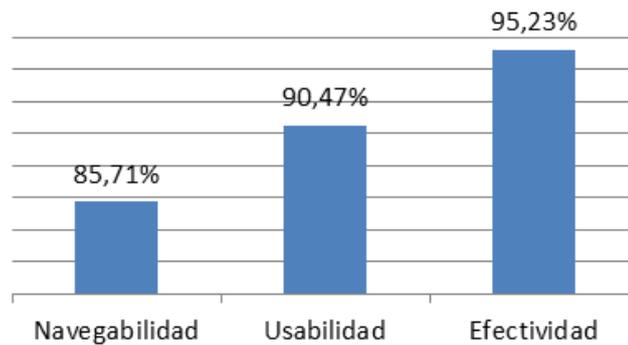


Figura V. 46 Evaluación de Parámetros

Autor: Andrés Espín

$$PROMEDIO = \frac{85,71 + 90,47 + 95,23}{3}$$

$$PROMEDIO = 90,4\%$$

5.4 Análisis de Parámetros para validar Hipótesis.

Después de evaluar los tres parámetros como navegabilidad, usabilidad y efectividad, se realizó un promedio para sacar un punto medio global sobre la evaluación del producto multimedia, teniendo como resultado que el 90,4% de los estudiantes creen que La aplicación de una metodología multimedia, diseñada a partir de un modelo educativo desde un punto de vista motivacional, Si permitirá un aprendizaje más efectivo.

CONCLUSIONES

- Se concluye que al investigar las metodologías para la creación del material audiovisual y multimedia, Se obtuvo información valiosa para establecer de mejorar manera un producto multimedia que logre llegar a un mercado específico de personas.
- Concluimos que al analizar cómo interactúan las motivaciones y el proceso de aprendizaje, Se logró obtener un porcentaje muy favorable sobre el interés del producto multimedia por parte de los estudiantes. Logrando así que deseen auto educarse.
- Concluimos que al analizar las motivaciones y desmotivaciones de un grupo de estudiantes podremos llegar de una manera más eficiente al estudiante.
- Se concluye que se logró un trato más personalizado con el estudiante. De esta manera se le da al estudiante la importancia que se merece.
- Concluimos que se estableció un grupo selecto de estudiantes gracias a la investigación de mercado. La cual también nos ayudó a identificar el modelo de aprendizaje más adecuado para perfil Psicográfico de este tarjet.

RECOMENDACIONES

- Recomendamos fortalecer la motivación en el estudiante todo el periodo de clases.
- Recomendamos que al inicio de cada periodo educativo, Se realice una encuesta para identificar motivaciones y desmotivaciones en el estudiante, para de esta manera saber cómo llegar al estudiante.
- Recomendamos la utilización de esta metodología de aprendizaje en los diversos instrumentos musicales de los talleres de expresión musical del Centro Cultural Chaquihuasi.
- Recomendamos la realización de un producto multimedia para apoyar los métodos de aprendizaje utilizado en libros.
- Recomendamos dar más importancia al perfil psicológico de cada estudiante para poder desarrollar un plan de estudios de acuerdo a cada grupo de estudiantes.
- Recomendamos utilizar videos motivacionales en los estudiantes de 18 a 22 años de edad, por tener un gran impacto sobre este grupo de edades, ya que se caracterizan por ser psicológicamente emocionales.

RESUMEN

Se elaboró un producto multimedia que fusionó la motivación y los modelos de aprendizaje para impartir clases de percusión, con la finalidad de generar aprendizaje de calidad en la educación musical, la cual fue dirigida a los estudiantes de la ESPOCH del Centro Cultural Chaquihuasi.

Para la elaboración del producto multimedia se utilizaron diferentes programas de Diseño Gráfico, edición de video y audio, multimedia entre otros como el paquete de creación Adobe CS5. También se ocuparon equipos tecnológicos entre ellos el computador, infocus y cámaras.

En el diseño de interfaz y selección de contenidos, utilizamos los instrumentos que esta metodología de investigación científica deductiva nos brinda, como son la encuesta y entrevista personal, estas herramientas nos ayudaron a recolectar la información necesaria para definir elementos gráficos de diseño como: imagotipo, cromática, contenidos, además de escoger el mejor tipo de motivación y modelo de aprendizaje para los estudiantes.

Después de todo el proceso investigativo se obtuvo un producto multimedia, en el cual se aplicaron los resultados de dicho estudio, Para luego proceder a evaluar el multimedia durante una semana, 2 horas diarias con los estudiantes del grupo seleccionado. Teniendo como resultado que el 90,4% de los 21 estudiantes si se sintieron motivados y con una mejor actitud de aprendizaje en las clases de percusión dictadas a través del multimedia.

Recomendamos la utilización y adaptación de este producto multimedia en los diferentes instrumentos musicales impartidos por el Centro Cultural Chaquihuasi de la ESPOCH.

SUMMARY

Multimedia product that combined motivation and learning models of quality in music education, which was addressed to students from the Cultural Center Chaquihuasi of the ESPOCH was developed.

For the development of the multimedia product different programs Adobe CS5. Were used technological equipment including computer, projector and camera are also occupied.

In interface design and selection of content, tools the methodology of deductive scientific research offers, as the survey and personal interviews, these tools helped us to collect the information necessary to define graphic design elements as imagotype, chromatic, content, in addition to choosing the best type of motivation and learning model for students.

After all the research process a multimedia product, in which the results of the study were applied, and then proceed to evaluate the media for a week 2 hours daily with students in the selected group was obtained. Taking as result that the 90.4% of those 21 students were motivated and a better learning attitude in percussion lessons through multimedia

The use and adaptation of this multimedia product on different musical instruments taught by Cultural Center Chaquihuasi ESPOCH is recommended.

Keywords: Multimedia Creation, Learning (musical), Percussion Instruments, Educational Multimedia, Graphical Interface (Design).

GLOSARIO DE TERMINOS

Armónico: Sonido que se produce de forma natural por la vibración de las ondas sonoras y acompaña a uno fundamental o básico.

Asociacionismo: reflexiona sobre cómo los pensamientos establecen diferentes clases de combinaciones en la mente.

Autorregulación: capacidad que posee una entidad o institución para regularse a sí misma

Conductismo: doctrina psicológica, fundada por J. B. Watson, cuyo método se basa en la observación objetiva de la conducta del ser que se estudia.

Cortical: anatomía relativo a la corteza cerebral

Demográficas: Ciencia que estudia estadísticamente la composición, estado y distribución de las poblaciones humanas, en un momento determinado de su evolución histórica

Dinámica: evolución en el tiempo de un sistema físico en relación con las causas que provocan los cambios

Fortísimo: término que se utiliza en notación musical para indicar un grado determinado de intensidad del sonido.

Gestaltismo: sostiene que la mente se encarga de configurar, mediante diversos principios, todos aquellos elementos que se pasan a formar parte de ella gracias a la acción de la **percepción** o al acervo de la **memoria**.

Heurístico: se relaciona con la creatividad y se ha propuesto que sea aquella regla sencilla y eficiente para orientar la toma de decisiones

Límbico: anatomía relativo al sistema reticular del cerebro.

Lingüística: nombra a aquello que pertenece o está relacionado con el lenguaje.

Metacognitivas: concepto que nace en la psicología y en otras ciencias de la cognición para hacer referencia a la capacidad de los seres humanos de imputar ciertas ideas u objetivos a otros sujetos o incluso a entidades.

Metamotivacionales: cuando las personas se sienten motivadas a alcanzar objetivos superiores.

Moller: Padre de la técnica de manos para percusión.

Masterización: es el producto final después de haber pasado por un proceso de ensamble para obtener copias del mismo."

Psicográfico: investiga el comportamiento de un segmento de mercado como intereses, actividades, opiniones, personalidad etc.

Packaging: es el empaque diseñado a partir de una ergonomía amigable con el usuario.

El envase es la única forma de contacto directo entre el producto y el consumidor

Plug-ins: Un plugin es aquella aplicación que, en un programa informático, añade una funcionalidad adicional o una nueva característica al software.

Restrictivas: prohíbe o delimita parámetros.

Shell: Caparazón, cubierta.

Tarola: sinónimo de tambor o redoblante.

ANEXOS

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMATICA Y ELECTRONICA
ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO**

Objetivo: Recopilar información para crear un cd multimedia de clases de percusión, con apoyo de la motivación educacional.

NOMBRE:
DIRECCIÓN:

CORREO ELECTRÓNICO
TELEFONO

Instrucciones:

- Subraya la opción que más te agrade.

CUESTIONARIO

1.- ¿Te gustaría aprender a tocar instrumentos de percusión como la batería?

Si
No

2.- ¿En qué actividad ocupas tu tiempo libre? (selecciona 1 opción)

- A. Deportes
- B. Salir Con Tus Amigos
- C. Video Juegos
- D. Música

3.- Porque te interesaría tocar instrumentos de percusión? (selecciona 1 opción)

- A. Conformar una banda de música
- B. Para impresionar a la gente
- C. Por auto superación
- D. Para hacer de la música una profesión
- E. Porque me gustaría ser como mi artista favorito

4.- Piensas que un instrumento musical puede servir como herramienta de motivación, Porque? si respondes que (NO) continúa a la siguiente pregunta.

Si

No

Si porque? (selecciona 1 opción)

- A. Porque rebaso mis propios limites
- B. Porque pone a prueba tu capacidad
- C. Porque me hace más inteligente
- D. Porque desarrollo mi capacidad mental.
- E. Otros

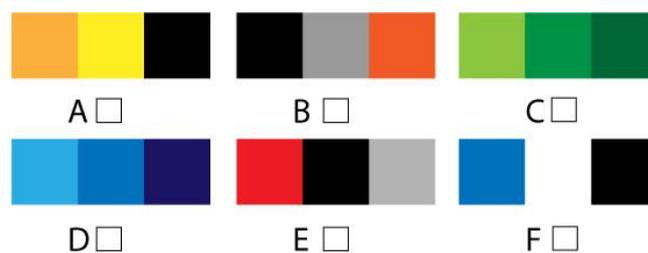
5.- Que te motiva a para aprender? (selecciona 1 opción)

- A. Cuando el profesor me anima así me haya equivocado.
- B. Para ser una persona más educada.
- C. Para sobresalir sobre el resto.
- D. Cuando el profesor tiene metodología de enseñanza.
- E. Para ser autosuficiente.

6.- Que te desmotiva para no estudiar? (selecciona 1 opción)

- A. Mi ambiente social
- B. Los problemas familiares
- C. Un futuro des prometedor por mi carrera
- D. Que tus profesores no transmitan adecuadamente los conocimientos.
- E. Que no exista la infraestructura adecuada para aprender.

7. Que grupo de colores te agrada más? (selecciona 1 opción)



8. Con que palabra representarías a la percusión? (selecciona 1 opción)

- A. Superación Riodrummer
- B. Victoria Percusión
- C. Evolución Percusión
- D. Riodrummer Evolution

9. Con que imagen representarías a la percusión? (selecciona 1 opción)



A.



B.



C.

10. Porque medios te gustaría recibir clases de batería.

Califique en orden de preferencia, Comience por elegir el ítem que más le agrade y asigne el número 6, luego el segundo ítem que le agrade y asígnele el número 5, continúe el procedimiento hasta que haya ordenado todos los ítems según su preferencia.

- A. Video
- B. Clases Particulares
- C. Partituras
- D. Textos
- E. Internet
- F. Audio

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMATICA Y ELECTRONICA
ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO**

Objetivo: Recopilar información para validar la hipótesis del trabajo de investigación.

NOMBRE:
DIRECCIÓN:

CORREO ELECTRÓNICO
TELEFONO

Instrucciones:

- Subraya la opción que creas conveniente.

CUESTIONARIO

1. Pudo acceder de una manera fácil y rápida a los contenidos del Multimedia?

SI

NO

2. Al utilizar el producto multimedia logro usted receptar de mejor manera los conocimientos sobre percusión?

SI

NO

3. Al utilizar el producto multimedia usted se sintió motivado para aprender más?

SI

NO

DISEÑO DE DVD



DISEÑO DE PACKAGING



BIBLIOGRAFIA

AMBROSE, G.P. Fundamentos de la tipografía. Barcelona-España. Parramon, 2007. pp. 54-67, 116-125.

BUSTAMANTE, J. Percusión básica. Buenos Aires – Argentina. Duco. 2012 pp. 10 – 150

BARCOS, A. PRO-Drumming Sistema. España. 2012. pp. 25 – 45.

GARCIA, A. y MATILLA R. Lectura de imágenes en la era digital. Madrid- España. De la Torre. 2008. pp. 26 - 40.

GONZÁLES, D. Psicología de la Motivación. La Habana – Cuba. Ciencias Médicas. 2008. pp. 1 – 24.

HELLER, E. Psicología del Color. Barcelona-España. Gustavo Gili. 2004. pp. 5 - 15.

MANTILLA, R. El Multimedia en la Educación. Lima – Perú. La fuente. 2010. pp 24 - 58

SANDOVAL, M. Módulo de Diseño Gráfico, Riobamba-Ecuador. s.e. 2006, pp. 1 - 40.

SHOKRY, M. Pasión por la percusión. Mándala. 2003. Sao Paulo – Brasil. pp. 21-22

PUBLICACIONES PERIODICAS (REVISTAS):

ANAYA, A.D. y ANAYA, C, Motivación. Tecnología Ciencia y Educación (IMIQ). (México) vol. 25 núm. 1; pp. 8, 2010.

ALCATARA, L. y ROCHA, S.B. El aprendizaje autorregulado y su relación con la motivación en estudiantes universitarios. Didac. (México) vol. 59; pp. 4 - 10, 2011.

PONCE, M.V. El aprendizaje. Revista Digital Para Profesionales de la Enseñanza. (Argentina) vol. 1 núm. 2. ISSN 1989- 4023; pp. 4-13 2009.

LINKOGRAFIA:

ERVÍTI, J. Clases de Batería, YouTube, 15/04/2012

<http://www.josuerviti.com>

HORNA, B. Motivación La Ley de la Motivación, YouTube, 07/03/2009

<http://www.youtube.com/watch?v=SZNSETySmol>

VARIOS AUTORES. Máximo Potencial, YouTube, 14/08/2013

<http://www.maximopotencial.com>

VESTFRID, M. Neurobiología de la motivación, YouTube, 28/07/2011

<http://www.youtube.com/watch?v=Kgk5qx9bpO0>