



Decanato de Artes y Comunicación

Escuela de Publicidad

Proyecto de monografía de grado para optar por el título de:

Licenciatura en Publicidad

Título:

Campaña virtual para apreciar la Música Clásica dominicana
por parte de los jóvenes en Santo Domingo 2016.

Nombres estudiantes y Matrículas

Sarah Bergés 2012-2329

Laura García 2012-1975

Asesores

Rubén Tascón, Joel Combes

Distrito Nacional

2016

Índice

Dedicatoria.....	4
Agradecimientos.....	5
Agradecimientos.....	6
Resumen.....	7
Introducción.....	8

CAPÍTULO I. MÚSICA CLÁSICA DOMINICANA

1.1.Origen y desarrollo de la música clásica.....	10
1.2.Contexto de la Música clásica en República Dominicana.....	11
1.3.Música clásica dominicana o de cámara folklórica.....	12
1.3.1. Exponentes y academias de la música clásica dominicana.....	13
1.3.2. Conciertos de música clásica.....	18
1.3.3. Beneficios.....	21

CAPÍTULO II. REDES SOCIALES, HERRAMIENTA PARA LA PUBLICIDAD

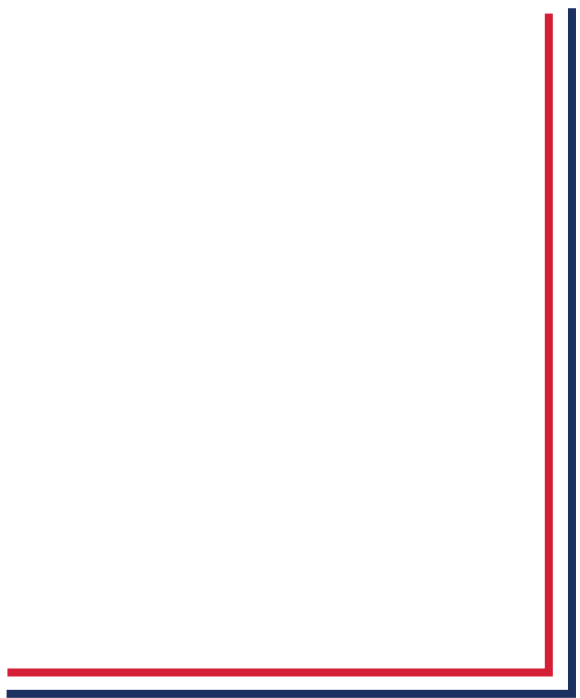
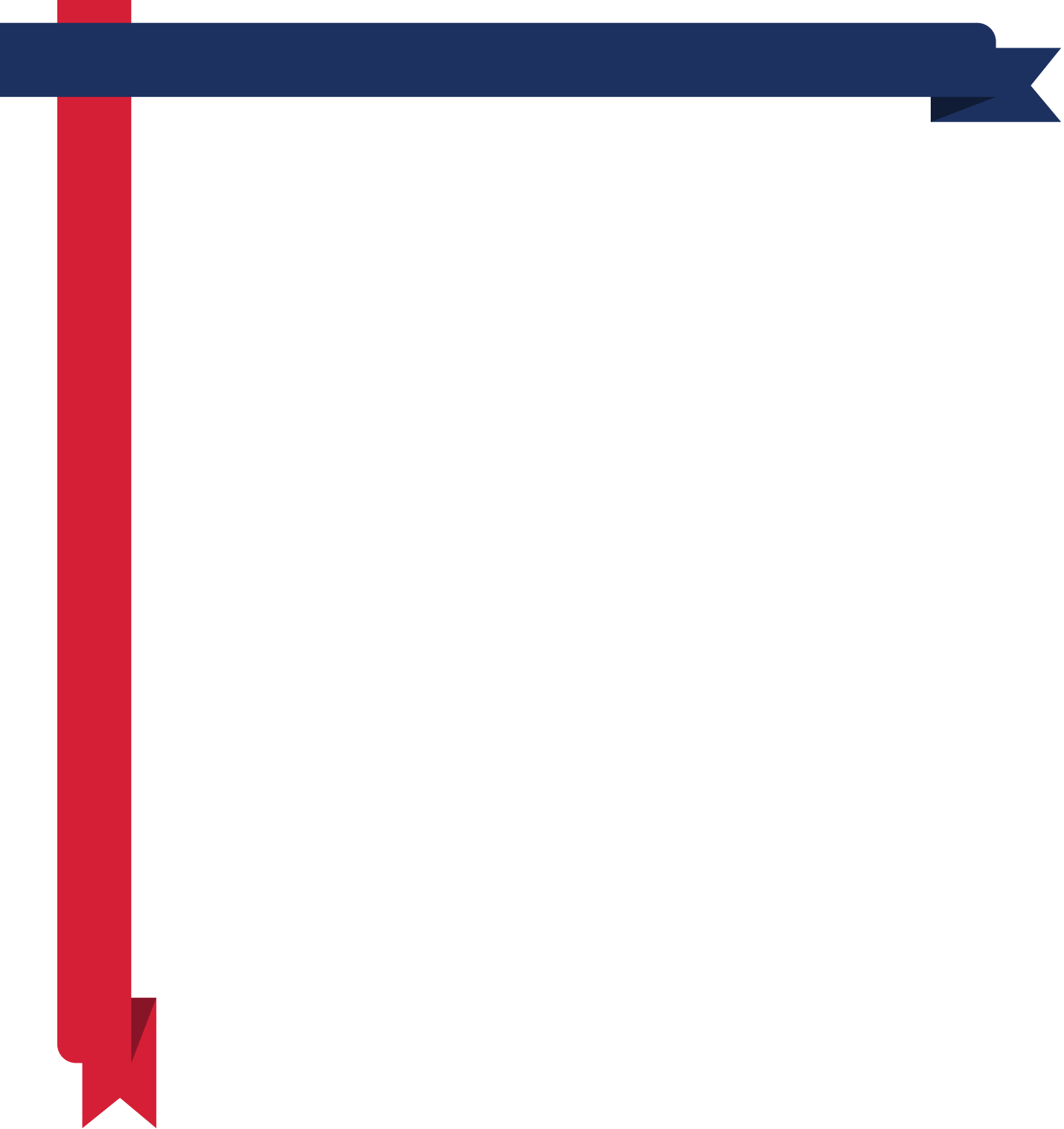
2.1. Redes Sociales.....	25
2.1.1. Concepto.....	25
2.1.2 Diferentes redes sociales.....	26
2.2. Casos de campañas sociales exitosas en redes sociales.....	28
2.3. Análisis de la oportunidad de crecimiento por el uso de las Redes Sociales.....	29

CAPÍTULO III. ANÁLISIS PREVIO

3.1. Tipo de investigación.....	32
3.2. Métodos, técnicas e instrumentos.....	32
3.3. Población y Muestra.....	32

CAPÍTULO IV. DIFUSIÓN DE LA REALIDAD DE LA MÚSICA CLÁSICA

4.1. Concepto de la campaña.....	35
4.2. Redes sociales.....	37
4.2.1. Estrategia de comunicación en las redes.....	38
4.2.2. Artes.....	47
4.3. Página Web.....	57
Conclusión.....	69
Bibliografía.....	70
Anexos.....	71





Dedicatoria

A Dios por ser nuestra guía y sustento en todas las facetas de nuestra vida,
A nuestros padres por apoyarnos desde el principio de la carrera y guiarnos en
nuestro camino a ser profesionales,
A nuestros maestros y maestras por mostrarnos todo lo que hoy día podemos
usar como profesionales,
A nuestros familiares y amigos por estar siempre ahí para nosotros en los momen-
tos que más necesitábamos y brindarnos apoyo,
A todas las personas que de una manera u otra colaboraron en nuestro crecimen-
to personal, académico y profesional.

¡Gracias a todos!

Agradecimientos

Laura M. García

En primer lugar quiero agradecer a Dios por ser mi guía en todo este trayecto, a mis padres Justo García y Belkys Peña por cuidarme y apoyarme siempre, incluso en los momentos más difíciles, por alentarme en este camino que no ha sido nada fácil, sin ellos no hubiese sido posible. A mi hermano, mi abuela y mi tío que siempre están apoyándome en mis decisiones y son parte importante de este logro.

A mi mejor amiga y compañera de esta aventura Sarah Bergés, siempre ha estado ahí para mí, en los momentos difíciles y cuando más la necesitaba, desde que esto inicio nos propusimos terminar este trayecto juntas y no sé qué hubiesen sido estos cuatro años sin ella.

A mis mejores amigas Elisa, Ayleen, Geymi y Amelia que a pesar de no estudiar en la misma universidad han sido parte de todo este camino y siempre están ahí para aconsejarme, apoyarme y alentarme en las decisiones que tomo no sé qué haría sin ellas.

Al grupo de situación APEC, los cuales se convirtieron casi en familia y en estos cuatro años siempre han estado ahí para mí y que saben que tienen un lugar en mi corazón.

Gracias a los profesores que de una u otra manera marcaron mi paso por APEC y de los cuales me llevo grandes enseñanzas tanto en para lo profesional como para la vida y que siempre hacían que diera más de mí.

Para finalizar agradezco a UNAPEC por permitirme ser parte de su familia y por haberme dado la oportunidad de haber conocido personas tan maravillosas.

Gracias.

Agradecimientos

Sarah Berges

Antes que nada, gracias a Dios por regalarme un día más de vida. Por guiarme, protegerme y darme la sabiduría para poder tomar las decisiones en mi vida. A José Bergés y Rosaura Lebrón, mis padres por apoyarme incondicionalmente en todo ya sea moral y económicamente e incitarme siempre a hacer las cosas bien. También, le agradezco a Sobeida mi segunda madre por el cariño y apoyo. Mrjolu mi hermano, gracias por tu sinceridad y ojo clínico con mis trabajos, por impulsarme a crear cosas nuevas y conseguir nuestra primera cámara con la que aprendimos mucho. ¡Y te estás adelantando!

Mis mujeres Elisa, Ayleen, Geymi, Amelia y Laura con las cuales llevo una relación de hermandad desde el colegio, vivieron conmigo muchas de experiencias bonitas, y otras de las cuales aprendimos juntas y aunque no lo crean me enseñaron muchas cosas que me ha hecho cambiar para bien. ¡Gracias!

A Laura, mi compañera, no solo de tesis sino de la vida, mi amiga desde hace 7 años que se ha llegado a convertir en mi hermana, me ha apoyado en todas mis travesías y locuras, gracias por ser mi memoria de respaldo (¡wao! como recuerdas todo) por ser el chicle que une no solo a nuestras amigas sino también a los compañeros de la universidad.

Agradezco a Yobinson quien apareció justo en la recta final cuando menos lo pensaba y más necesitaba de alguien. Fue un gran apoyo emocional durante el tiempo en que trabajaba el proyecto, lo hizo más ameno y llevadero con su forma de ser, gracias por todo.

Gracias a los Jóvenes músicos que se desbordaron con sus puntos de vista y a Juanilda por conectarnos con ellos y ser una guía o ayuda a la cual poder recurrir. Gracias a “Situación APEC” compañeros que espero tener de por vida, han hecho de los años de carrera algo más ameno y entretenido. Gracias a los profesores que marcaron mi tiempo de carrera, hicieron dar lo mejor de mí y amar más lo que hago.

Resumen

El objeto de estudio de este proyecto es la música clásica dominicana; La necesidad de trabajar con esta temática es el escaso interés del género por parte de los jóvenes dominicanos.

Para incrementar el interés hacia el género clásico se emplearán herramientas publicitarias, una estrategia de difusión por medio de las redes sociales y la realización de una página web. El objetivo número uno de la publicidad realizada es producir un crecimiento del público joven interesado en la música clásica dominicana, que los mismos asistan a los conciertos, ferias y actividades; Esto será de beneficio para los músicos y academias de música clásica dominicana.

Introducción

La música clásica dominicana también llamada música clásica de cámara folklórica, es un género muy rico y lleno de la cultura del país, son manifestaciones tradicionales llenas del carácter dominicano, planteadas con el género clásico. Los beneficios que se le pueden aprovechar de estas son infinitos. Tanto en la salud como en la parte socio-económica.

La problemática planteada en esta propuesta nace de la reducida atención o importancia que tiene este género por el público objetivo (los jóvenes) y no solo estos, también los diferentes rangos de edades no tienen interés en este.

Las Redes sociales llegan a revolucionar la manera en la que las personas ven sus teléfonos y se han convertido en parte importante de la vida del ser humano, en especial los jóvenes ya que por medio de estas se pueden enterar de nuevos acontecimientos y mantener una comunicación estrecha e instantánea con sus allegados.

El presente proyecto tiene como fin la creación de una campaña para incentivar a los jóvenes residentes en Santo Domingo a que aprecien la música clásica dominicana como un género interesante el cual puedan escuchar, entretenerse y asistir a las actividades.

Esta campaña se realizará a través de las redes sociales más utilizadas por los jóvenes, será interactiva para que los mismos expresen su opiniones e inquietudes. El tiempo estimado en el que se difundirá es de tres meses (agosto-octubre) por la razón de que se en ese período se desarrollan muchas actividades interesantes relacionadas a la música clásica. En ella se plantearán los beneficios de la misma y los eventos de una manera en la que los jóvenes se sientan atraídos a la asistencia.

CAPÍTULO I.

MÚSICA CLÁSICA

DOMINICANA

1.1. Origen y desarrollo de la música clásica

El origen de la música tradicional se da desde antes de la llegada de nuestros colonizadores con el *areíto* que no era más que los cantares y bailes que hacían los taínos a sus dioses. Estos cánticos tenían connotación de pueblo primitivo. Fernández de Oviedo definió los areitos como “cantares y bailes” en los cuales los indios recordaban “las cosas pasadas y antiguas” y tenían lugar por “solo por placer...” (Ortiz F. , 1965)

El proceso de introducción de la música europea a los taínos se da durante las evangelizaciones en las cuales los misioneros recurrieron a la música como medio de llevar la palabra de Dios. Los indígenas aprendieron estos cantos y participaban en las ceremonias litúrgicas.

Bernarda Jorge destaca el intercambio cultural entre España y Santo Domingo, en el que llegaban músicos con frecuencia, permaneciendo por muchos años a proseguir la enseñanza del arte de danzar. “llegaba en naves españolas un instrumental variado, partituras de música litúrgica y profana ya sea impresa o manuscrita” Los Romances, villancicos, cantos y todo género de música española nutrieron el repertorio vocal. Esto posibilitó una determinada práctica y actividad musical en los primeros años de la sociedad colonial.

El 27 de febrero del 1855 se instaló la filarmónica con el objetivo de “dar un empuje al tan delicioso arte de la música” su presencia fue efímera pero dio paso a otras agrupaciones. La formación de numerosos instrumentistas durante la época estuvo a cargo de Don Esteban Valencia, Don Antonio Mendoza entre otros maestros de música. El piano fue de los instrumentos más difundidos desde su llegada a la isla.

Menciona E. Rodríguez que durante la España Boba se reconocían diferentes agrupaciones instrumentales que hacían amenas las fiestas públicas y populares como por ejemplo la orquesta de Vicente Suárez en la Vega. (D.)

En la época del siglo XIX los músicos criollos imitaron los modelos impuestos tanto los de la música de baile como de las pequeñas piezas instrumentales de Minuet, Polka (Bailes de pareja originarios del centro de Europa) entre otros.

A principios del siglo XX se da el acrecentamiento de la música clásica de cámara folklórica a través de audiciones que tenían lugar en los diferentes clubes de la alta sociedad. Estas reuniones sociales también se daban en otros centros de aristocra-

cia capitaleña con un despliegue de romanticismo y ejecuciones pianísticas a cargo de aficionados y jóvenes llamadas damitas. La música de cámara folklórica dio sus pasos en las jóvenes dominicanas ya que la moda en esos tiempos era que las señoritas aprendieran a tocar piano, no por tener vocación a la música sino porque el saber ese instrumento se “veía bien” las jóvenes asistían a la escuela del Don “chuchu” Ravelo porque en aquel tiempo no existía el Conservatorio Nacional de Música. (Aybar, 1971)

A mediados del siglo XX, la producción musical continúa en lo fundamental. La tradición de los años ochenta. El compositor dominaba el géneroailable, de corte criollo o extranjero como también el de salón. En el periodo se trabajaron además obras cortas de aliento militar, religioso y educacional; piezas para piano, dúo, trío o conjuntos de cámara para banda y orquesta.

El conservatorio de música nacional fue fundado el 12 de febrero de 1942 por la ordenanza No.59942 como Institución de Enseñanza Superior de la música sustituyendo al antiguo Liceo Musical del destacado compositor dominicano José de Jesús Ravelo.

A partir del 1960 se empiezan a ver tendencias estéticas a partir del dodecafonismo que es una forma de música atonal, con una técnica de composición en la cual las doce notas de la escala cromática son tratadas como equivalentes. Las primeras obras se dan en 1969.

Los 31 años que duró la tiranía de Rafael Leónidas Trujillo estuvieron sustentados en el merengue, ritmo que la clase alta rechazaba, pero que el dictador llevó a los grandes salones de la alta sociedad.

Además, lo utilizó como estrategia política e ideológica para ganar adeptos a su régimen en la población humilde y campesina, como quedó demostrado durante su campaña por la presidencia del país en 1930, cuando empleó el popular género musical para criticar a las pasadas autoridades y presentarse como el hombre que garantizaría la paz y la tranquilidad de la nación. Tanto Joseíto Mateo como Rafael Solano citan al compositor y músico vegano Luis Alberti como la persona que -por petición de este caudillo- llevó el merengue de las fiestas campesinas a la alta sociedad.

A raíz de la muerte del tirano se abrió una nueva etapa en la cultura dominicana, caracterizada por el despliegue de nuevas fuerzas y posibilidades hasta entonces inexploradas.

1.2. Contexto de la Música clásica en República Dominicana

En Santo Domingo hay diferentes formas de percibir que tanta relevancia tiene la música clásica de cámara folklórica; La violinista dominicana Aisha Syed señala en la Revista café Miami que según su percepción el área de la música clásica de la República Dominicana en la actualidad va Maravillosamente. “Tenemos por ejemplo a Darwin Aquino triunfado, a la Orquesta Sinfónica Nacional, la Orquesta Sinfónica Juvenil y a muchos cantantes líricos. Hay muchas cosas buenas pasando allá, así que creo que nos espera un futuro muy brillante en la música clásica.” Esto quiere decir que en cuanto a escuelas y flujo de estudiantes se ha visto un incremento. (Syed)

Según los jóvenes músicos entrevistados (algunos de ellos en desarrollo o estudiantes) opinan que la carrera de música no es suficiente para poder subsistir en el país. Estos han expresado que se necesita tener una carrera de “respaldo” o también buscar una beca en academias internacionales y desarrollarse fuera del país. Por otro lado, se ha visto un aumento de jóvenes estudiantes de música clásica. Esto se ha dado por los movimientos que buscan impulsar a los estudiantes a conocer la música clásica esto se ve desde las escuelas y academias de música. Lo quiere decir es que el interés de los jóvenes ha aumentado en las últimas décadas gracias a las academias y movimientos culturales que los llevan a apreciar e interesarse en el género.

Si la música clásica llega a tener una gran relevancia en el país esto podría ser de beneficio para los músicos ya que generaría fuentes de ingreso con las cuales se puedan sentir más seguros y dedicarse de lleno al género.

Según la encuesta realizada para el proyecto, la poca relevancia que tiene este género puede deberse al hecho de que un 88,8% de los encuestados nunca han visto una campaña impulsando la música clásica, el desconocimiento de esto retrasa el flujo de personas en los recitales y el apoyo a los mismos; esto quiere decir que la publicidad sería una herramienta necesaria para llegar a más partes.

1.3. Música clásica dominicana o de cámara folklórica

La música clásica dominicana, comienza en cuando el merengue sufre una modificación tratando de “embellecerse” con el objeto de liberarlo de los elementos que evocaban su oriundez campesina y pasa de ser el que se baila en locales rurales a ser el tocado en salones.

El señor Juan Francisco García en 1918 escribió merengues para escucharse en teatros y salas de conciertos. Sometiendo este género a un proceso de elaboración artística. Durante este proceso el merengue no solo sufre alteraciones en algunos de sus elementos melódicos y armónicos sino también de otros relativos a su instrumentación.

Cabe destacar que la música de cámara folklórica es la compuesta por un grupo “residuo de instrumentos” (Grupo reducido de instrumentos) a diferencia de la música de orquesta. El nombre de esta viene de lugares en los que ensayaban pequeños grupos de músicos. (Jorge, 2011)

En conclusión, en nuestro país adaptamos los géneros folklóricos al estilo clásico desde las décadas pasadas y hoy día se sigue realizando.

1.3.1. Exponentes y academias de la música clásica dominicana

Exponentes

Rafael Solano: se inició en la música a temprana edad y es considerado el músico y compositor dominicano que más influyente en estos últimos 50 años, su carrera ha tenido Trascendencia y reconocimiento y Por su labor el Maestro Solano ha sido merecedor de la Orden de Duarte, Sánchez y Mella, otorgada por el Gobierno dominicano. (Anonimo, 2011)

Luis Felipe Alberti Miseses

Destacado músico Dominicano nacido en la Vega 19- abril-1906 trabajó como director artístico de la emisora H. 1.9 B y transmitió un programa amenizado por su orquesta en el que estrenó “Compadre Pedro Juan”, el merengue más divulgado y popular en toda la historia de la música dominicana. Introdujo los elementos típicos del acordeón y la tambora en el merengue y le dio un aire citadino a este ritmo al utilizar un medio sonoro más complejo para interpretarlo. Llevó el merengue del conjunto campesino, conocido como perico ripiao, a la estructura de una orquesta con trompetas, piano y saxofón. Enriqueció el ritmo tanto armónica como melódicamente, cambió los textos y las voces para darle mayor apariencia urbana, que le abrió las puertas de los salones que frecuentaban las clases más altas de la sociedad. (Sotolongo, 2000)

Darío estrella

Empezó a formarse como músico a su corta edad; Luego de graduarse de piano, saxofón y armonía en el Conservatorio de La Vega decide cambiar la estructura del Merengue dando un paso más allá en la experimentación que los antecesores quienes ya habían comenzado en la forma de adaptaciones de Jazz para Orquestas de Merengue y en la introducción de solos jazzeados en los Merengues tradicionales. Decide bautizar esta fusión con el nombre de Merengue-Jazz, siendo la 1ra persona en utilizar este término. A partir de ese momento se convierte en un arreglista muy respetado haciendo arreglos a Maestros de gran experiencia como Rafael Solano y Papa Molina.

Jóvenes exponentes

Pedro Vidal

Se inició en la música siguiendo los pasos de su padre, en la escuela elemental Elila Mena y luego pasó a formar parte del proyecto de música de los colegios de APEC. La música le ha permitido conocer personas de diferentes culturas como Polonia, Alaska, España.

Juanilda Arnaud

Empezó a formarse a la edad de 14 años en el colegio, participando en las actividades extracurriculares del colegio como el coro y danza, luego empezó a tener interés en la batería y decidió probar con las clases de música que impartía el colegio, se dio cuenta que no solo daban batería sino percusión en general y decidió darle una oportunidad.

En el siguiente año escolar a la edad de 15 años se unió a la banda del colegio y participó en su primer festival en el cual obtuvieron el primer lugar. El director de la banda al ver la dedicación que ella ponía en los ensayos la invitó a unirse a la ODV y que fuera con ellos para Colombia ese mismo año. Estando en Colombia ella conoció un lado diferente de la música, lo que hizo que se entusiasmara más con esta.

Ha tocado como invitada con la sinfónica nacional, en la Juan Pablo Duarte y en el ministerio de cultura.

Hubo un momento en el que tuvo que ponerse a pensar hasta qué punto podía dedicarse a la música porque siempre le ha gustado la publicidad y siempre ha visto que los músicos en el país deben estudiar otra carrera.

Jean Carlo Ureña

Nació en una familia donde todo lo que se respiraba era música, su tío toca trompeta, su el clarinete, su papá la flauta y mi hermano tocaba piano y percusión. Su padre le dio sus primeras clases de percusión latina, y todo era solo por diversión. Más adelante lo inscribieron en la Escuela de música elemental Elila Mena, empezando a tomar clases entro a una competencia con su hermano, luego de ganar dicha competencia se le fue el deseo de seguir estudiando piano y todo lo concerniente a la música.

Aproximadamente duró cerca de 5 meses sin tomar lecciones de música, hasta que después tras la motivación de un profesor del conservatorio para que volviera a estudiar música, decidió entrar al conservatorio pero esta vez no como pianista, sino como percusionista.

Estando en el Conservatorio se fue destacando como percusionista, lo que le permitió con el paso de los años, el tener la oportunidad de tocar como solista con la Orquesta Nacional del país, en un concierto para Marimba y Orquesta! Dicho concierto le abre las puertas y su propia mente, porque aún no sabía si quería solo estudiar música o si seguiría estudiando ingeniería industrial y música.

Pero este concierto le puso en claro que esto era lo que quería hacer para el resto de su vida Y así aplicó a la universidad de Hartford Connecticut, en la escuela de música Hartt. En dicha universidad ha participado dos veces como solista con la orquesta de viento Capitol Wind y con la orquesta sinfónica de la escuela.

Samuel Ureña González

Nació el 18 de julio de 1991 en la ciudad de santo domingo, Se inició en la música gracias a la influencia de su familia, en la cual todos son músicos. Desde pequeño su padre le ponía en sus manos instrumentos de percusión con el fin de motivar para que se decidiera por tomar la música como opción de vida. No fue hasta los 15 años que se decidió por la trompeta, duró dos años en la academia de su iglesia (congregación Mita Aaron) en la cual tomó lectura musical. Su primer profesor de trompeta fue su padre el cual toca la flauta e instrumentos de percusión menor.

Luego se puso el reto de entrar al Conservatorio Nacional De Música en tiempo record y con la ayuda de sus padres logró entrar con tan solo 4 meses de preparación sin tener que pasar por la escuela elemental de música del mismo.

La música lo ayudaba en la escuela a analizar rápidamente cualquier problema que se presentará (matemático o de cualquier índole) porque en la música no todo es lineal y sistemático, también hay una parte expresiva que sobrepasa lo que está escrito musicalmente (Partitura Musical).

Hoy en día es:

- Trompetista de la Orquesta Sinfónica Nacional.
- Director del Tropical Brass (este es un grupo de instrumentos de viento metal y percusión. El cual fue creado por él para brindarle al público un producto musical con un alto contenido de calidad.)
- Trompetista Principal en la Orquesta Juvenil Juan Pablo Duarte del Conservatorio Nacional de Música.
- Profesor de Trompeta en el Proyecto Musical de la Universidad APEC.
- Profesor de Trompeta Particular.

Juan José Morel

Se inició en la música a la edad de 14 años estudiando percusión, así pasó a ser parte de la banda del colegio en la cual fue desarrollándose porque él no sabía prácticamente nada sobre música. Al principio él lo vio como un pasatiempo pero se fue interesando cada vez más.

Con el tiempo entró en la ODV (Orquesta Dominicana de Viento). En el 2015 tuvo la oportunidad de tocar en una orquesta en California. Ha tocado en dos ocasiones con la sinfónica Nacional, también con la orquesta de conservatorio.

Giuseppe Gallo-Balma

El empezó en el colegio en un proyecto de música que había, él estaba estudiando guitarra y después de su clase él entraba a la clase de flauta de su hermana y molestaba mucho a la profesora, ella se dio cuenta que él no estaba en la clase y le preguntó si él quería aprender flauta y terminó quedándose en la clase porque faltaban estudiantes.

Luego entró a la escuela elemental del conservatorio y de ahí pasó al conservatorio y hoy en día está estudiando música en los estados unidos.

Academias

Escuela Elemental de Música Elila Mena

Esta se creó en el 1947 para capacitar a los niños/as en el nivel básico y que luego pasarán al conservatorio. Esta es parte del sistema de escuela de bellas artes, su principal soporte es el del estado.

El nombre le fue dando en reconocimiento a la reconocida pianista.

Conservatorio

El Conservatorio Nacional de Música es la academia de música de la República Dominicana. Es la única escuela de enseñanza superior de la música en el país. Ha sido la escuela de grandes figuras de la música dominicana, como el compositor y director de orquestas sinfónicas José Antonio Molina, el cantautor Juan Luis Guerra, el pianista Michel Camilo.

CEMM

Centro especializado en la enseñanza musical, con 24 años de labor pedagógico-musical ininterrumpida ofreciendo a niños y jóvenes una educación musical completa e integral, en base a métodos didácticos modernos e innovadores. pioneros en el concepto de los Talleres Musicales-Corales, habiendo creado una metodología global en la que se unen los aspectos psicomotores, las destrezas instrumentales, la audición consciente, el canto como expresión natural y fundamental del ser humano, los aspectos teóricos - prácticos de la música y el estudio de uno o más instrumentos musicales elegidos por los alumnos.

Centro de Enseñanza Musical Festi-Band

Está constituida por el programa de estudio del Centro de Enseñanza Musical y la oferta extracurricular de las Prácticas de Conjunto (Ensamblés de Flauta Dulce, Bandas de Música y Grupos de Cámara).

El Estudio Diná

Fundado en 1983, es un centro de enseñanza musical que agrupa alumnos desde 6 meses de edad con inquietud de adentrarse el maravilloso mundo de la música. Con una población estudiantil de alrededor de 500 alumnos en sus 3 recintos de Santo Domingo, Zona Oriental y Santiago.

1.3.2. Conciertos de música clásica

- Temporada de Conciertos 2016 – Orquesta Sinfónica Nacional
- Temporada de conciertos didácticos

MINISTERIO DE CULTURA
ORQUESTA SINFÓNICA NACIONAL
DIRECCIÓN GENERAL DE BELLAS ARTES

"TEMPORADA DE CONCIERTOS DIDÁCTICOS 2016"

La orquesta Sinfónica Nacional se complace en invitarles a participar en nuestro proyecto "Cuarta Temporada de Conciertos Didácticos", fortaleciendo en cada alumno lo Cultural y Musical.

PEDRO Y EL LOBO **MARZO** 2, 3, 4
Lugar: Auditorio Enriqueillo Sánchez, Ministerio de cultura.
HORA: 10:00 A.M.

CONCIERTOS PARA JÓVENES SOLISTAS 2016 **ABRIL** 8 15 **MAYO** 6

Pedro y el lobo es una composición de carácter sinfónico, compuesta por Sergéi Prokófiev. La obra es una historia para niños, con música y texto adaptado, por él, con un narrador, quien es acompañado por la orquesta.

EN ESTA SERIE DE CONCIERTOS, JÓVENES INSTRUMENTISTAS DEMUESTRAN SUS HABILIDADES COMO SOLISTAS, JUNTO A LA ORQUESTA SINFÓNICA NACIONAL.

Los conciertos no tienen ningún costo y están dirigidos a estudiantes de OCHO (8) años en adelante.

Confirmar su participación vía los siguientes correos electrónicos:
osnreservas@gmail.com | osncommunity@gmail.com

- Concierto con traktorkestar (febrero 2016)

MINISTERIO DE CULTURA
Sistema Nacional de Escuelas Libres
Dirección Regional Norte
y Fundación Musik Übers Meer

Tienen el honor de invitarle (s) al concierto
de la agrupación suiza

Traktorkestar

7:00 p.m.
26 de febrero del 2016
Centro León Jimenes
Santiago de los Caballeros

Escuela Libre
MUSIK
ÜBERS
MEER
Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun Svizra
Embajada de Suiza en la República Dominicana
CENTRO
LEÓN

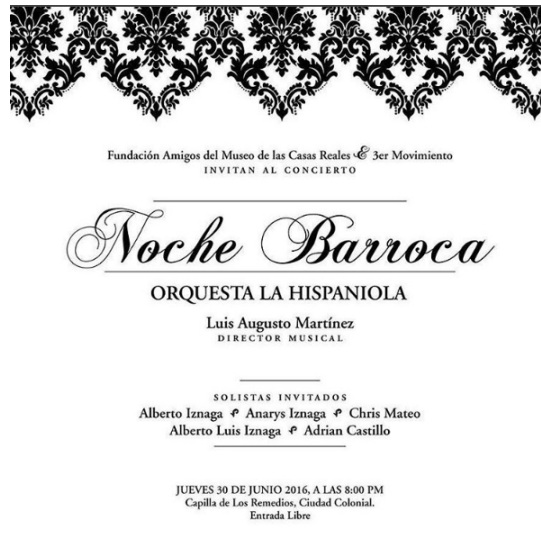
- 1er concierto de la agrupación de arpas



- Taller para instrumentista de viento (maderas y metales)



- Noche barroca con la orquesta la Hispaniola



- Temporada de conciertos para jóvenes solista 2016
 - Temporada Manuel Simó
 - Noche larga de los museos



1.3.3. Beneficios

El arte es importante para una sociedad a nivel educacional, cultural y turístico, en el país hay un sistema fallido porque las manifestaciones artísticas no cuentan con el apoyo de las instituciones para llegar a los diferentes ámbitos ya sea de clase alta como baja lo que genera una necesidad de esparcir el talento y al mismo tiempo educar y rescatar a la sociedad con la cultura y las artes. Camilo Rijo menciona "... yo creo que por medio de la cultura es que se puede rescatar los pueblos, la ignorancia, la falta de cultura, que haya arte en las calles, que la gente conozca, y descubra lo que es la música clásica, vea lo que es el country, vea lo que es el blues, el flamenco, porque por ejemplo aquí no hay flamenco, pero una idea que yo tengo es lo del intercambio cultural. Mandarle artistas de aquí a otro país y que de ese país envíen artistas de la calle de allá." (anonimo, 2015)

La música clásica puede tener efectos socioculturales hacia los jóvenes de una manera positiva ya que la misma ayuda a desarrollar otros ámbitos del arte o culturales. Por ejemplo, si los jóvenes generan interés en esta pueden asistir a los eventos que se realicen como a los museos, conciertos de la sinfónica, en fin habría un mayor flujo de audiencia en las actividades. En lo turístico serviría de atracción para los visitantes porque no solo encontraría playas y paisajes sino también la variedad musical que tiene en el país.

Otra cualidad positiva de la música clásica para las personas de escasos recursos es que abriría puertas a oportunidades de estudios y reconocimiento, es decir que puede ser una buena fuente de ingresos para los mismos. Claro está, si la música clásica llega a tener una gran relevancia en el país y logra ser una fuente de ingresos y reconocimiento para los músicos. Si incrementa el género en el país, podrá considerarse al mismo como una carrera en la que se pueda tener una buena fuente de ingresos y ser apoyados internacionalmente.

Con relación a la delincuencia, si un joven se centra o enfoca en la música clásica, podría dedicar su tiempo a estudiar la música clásica en vez de pasarlo en las calles expuestos a ser víctimas y victimarios de la delincuencia.

También puede verse que los jóvenes interesados en el género clásico se rodeen y desarrollen en un ambiente más pacífico, más interesado en la cultura y folklore dominicano y genere una pasión por el género que los lleve a estudiarlo; Aprender todo sobre los exponentes y les ayuda a ampliar su conocimiento musical y no cer-

rarse en los géneros modernos como el pop, música electrónica, música urbana entre otras.

En la parte de la educación este género ayuda a mejorar la capacidad de concentración y memoria del estudiante el problema está en que la forma de explicar la música en la educación dominicana es de forma fría y distante, sin buscar puntos de contacto con el resto de las asignaturas ni buscar puntos de interés con el alumno.

Tradicionalmente la historia de la música se ha enseñado como algo aislado, sin conexión con la estética, con la historia del arte, con la historia en general, ni siquiera con el instrumento en sí. Solo algunas escuelas públicas y colegios ofrecen la materia de música completa (en lo teórico con historia de la música, apreciación musical y en lo práctico con el aprendizaje de instrumento, realización de recitales y demás)

En sí, la música clásica no hace milagros, pero a través de la práctica de un instrumento se puede hacer más responsable y disciplinado a un joven que apenas muestra interés por sus obligaciones o estudios

Los beneficios para la salud del oyente de la música clásica son muchos, esta ayuda a combatir el insomnio y mejora la concentración de los oyentes. Según menciona Pilar Lago en su estudio “La música tiene su función curativa y relajante”, ha sido una de las terapias no farmacológicas más importantes y antiguas de la humanidad. Este género aporta beneficios tanto para la salud como para la concentración. (Lago, 2012)

La investigación publicada en The Journal of Surgery Cardiothoracic destaca que “escuchar música clásica después un trasplante de corazón puede significar la diferencia entre el éxito y el fracaso” ya que han encontrado que la música reduce la ansiedad, el dolor y las náuseas. También aumenta el rendimiento y concentración de las personas; Esto fue demostrado durante un estudio en el Health Science Center de la Universidad de Texas, los médicos que escucharon a Mozart mientras realizaban una colonoscopia aumentaron sus tasas de detección por encima de las referencias, y por encima de los médicos que no escuchaban música.

Escuchar música clásica mejora la actividad de los genes implicados en la secreción y transporte de dopamina, la neurotransmisión sináptica, el aprendizaje y la memoria, y baja la expresión de genes que median la neurodegeneración. (Kanduri, 2015)



En este sentido el autor Tomatis manifiesta que “la música debe ser estudiada en relación directa con el sistema nervioso” en el que se comportaría como en la comunicación: un emisor y un receptor de emociones. (A., 1991)

La razón por la cual es importante y beneficioso el implementar el estudio de música clásica en los jóvenes es el cambio que puede provocar tanto en lo cultural, social y en la moral de los jóvenes que al desenvolverse en ese área puede desarrollar una diferencia en el comportamiento en un largo plazo.

CAPÍTULO II.

**REDES SOCIALES, HERRAMIENTA
PARA LA PUBLICIDAD**

2.1. Redes Sociales

El uso de las redes sociales como medio publicitario proporciona muchos beneficios tanto a las personas como a las PYMES, proyectos emprendedores o cualquiera que esté iniciando y quiera salir a la luz pública. Entre los beneficios que nos proporciona esta herramienta se pueden destacar la comunicación continua que permite la respuesta al instante sin necesidad de estar presente físicamente, los bajos costos de marketing y publicidad, la interactividad y el feedback o retroalimentación que generan los usuarios de las redes lo cual que produce viralidad al compartir el contenido.

Las redes sociales se han convertido en las protagonistas de la vida de los jóvenes en estos últimos tiempos, como menciona Rafael Bordes en su libro “Las redes sociales son como la vida real”, los jóvenes las utilizan gran parte del día para compartir sus experiencias y para comunicarse. Cada Red Social tiene características que las diferencian de las demás o las hacen atractivas para diferentes usos o funciones. (Martinez, El ABC de las redes sociales, 2013)

2.1.1. Concepto

Se puede describir a las redes como plataformas sociales compuestas por usuarios conectadas por uno o varios tipos de relaciones (amistad, trabajo, parentesco, ideológicos) con Intereses comunes.

Menciona Bordes en su libro que “Las redes sociales son estructuras formadas por personas que permiten la comunicación entre las partes. O de otra forma: son sitios web donde las personas se socializan en el mundo virtual o más conocido como mundo 2.0.” (Martinez, El ABC de las redes sociales, 2013)

La social media tiene mecanismos específicos para su funcionamiento. Suele iniciar con invitaciones enviadas por “amigos”; Al suscribirse, el usuario diseña su “perfil” con información personal e invita a otros amigos, en el perfil se suben fotos, comenta el estado de ánimo de los demás, expresa nuestros propios pensamientos, y se suben enlaces, también está la posibilidad de interactuar con los conocidos conectados en ese momento, etc. (Octavio Islas, 2013)

Se puede decir que las redes sociales son “comunidades virtuales” y su objetivo principal es establecer contactos con la gente, ya sea para re-encontrarse con antiguos conocidos o para crear nuevas amistades. Pertenecer a estas le permite al usuario construir un grupo de contactos, que puede exhibir como su “lista de amigos”.

Morduchowcz, señala que “en la actualidad existen más de 200 de ellas, con más de 800 millones de usuarios en todo el mundo. Una tendencia que crece cada mes”.

Los antecedentes se remontan al año 1995, cuando un ex estudiante universitario creó una red a la que llamó classmates.com para mantener el contacto con sus antiguos compañeros de estudio. Dos años más tarde, aparece SixDegrees.com, primer sitio de redes sociales para un uso tal y como lo conocemos hoy, que permite crear perfiles de usuarios y listas de “amigos”. (Roxanna Morduchowcz, 2010)

2.1.2 Diferentes redes sociales

Actualmente existen muchas redes sociales, algunas especializadas u orientadas a un mercado concreto; Tinder, Tagged y MyLife son un buen ejemplo de esto ya que a través de la ellas es posible hallar amigos, parejas y compañeros. Las más convenientes para el desarrollo de la campaña son Facebook, Instagram y Youtube.

Facebook

Es la red social por excelencia, pues es una de las más completas ya que permite el manejo de contenido variado como: imágenes, texto, audiovisuales entre otros. También, permite publicitarse, programar posteos y demás. Fue una de las primeras redes sociales en tener un éxito notable que sigue presente. Está basada en un sistema donde los contactos se invitan y aceptan para poder conectarse socialmente en dicha red, lo cual implica que para que alguien esté interactuando con nosotros o nosotros con ellos debemos ser aceptados. En esta Red social se tiene la posibilidad de que las empresas tengan sus páginas donde cualquiera puede hacerse fan pulsando sobre el famoso “me gusta”.

El término “fan” es muy utilizado en esta red, millones de personas se lanzan a hacerse “fans” de los personajes y productos más variados. La publicidad ha causado que estas páginas causen impacto y los usuarios las sigan hasta llegar al punto de que los mismos son los que crean páginas dedicadas a sus ídolos musicales, mitos eróticos, marcas de ropa y casi todo lo imaginable. (Morales, 2010)

Los autores del libro El proyecto de Facebook señalan que “La estructura de Facebook es un reflejo de la propia sociedad.” esto es porque esta es una de las redes sociales más utilizadas hoy en día, de hecho es la red con mayor número de usuarios y esto representaría una “sociedad virtual” (Iván Adaime, 2010)

Twitter

Es la red social de las noticias, de las personas activas y su frenético ritmo de publicaciones así lo demuestran. Es una red donde “el momento” es lo más importante.

Está basada en un sistema donde cada usuario sigue a quien quiere (siempre que este no tenga la privacidad activada) y que permite el seguimiento de los hashtags que son palabras clave que han permitido movimientos y revoluciones que hablaremos en otro capítulo de este sitio. twitter reúne las ventajas de los blogs, las redes sociales y la mensajería instantánea.

Instagram

Es una red social que comenzó como una aplicación para terminales móviles, más bien para los dispositivos Apple y con el pasar de los años se expandió a otros dispositivos y se ha convertido en la forma más sencilla de hacer fotos y colgarlas con retoques altamente profesionales. Cuenta ya con 230 millones de usuarios en todo el mundo. Por lo que es una red social atractiva y una herramienta efectiva para la publicidad. (Martinez, 2013)

Youtube

Este portal, que nació en 2005, dicen que por la necesidad de tres amigos de compartir los vídeos grabados en una fiesta, es ahora un auténtico gigante del entretenimiento con tantas horas de contenido que si alguien en 2012 se hubiese puesto a verlo todo habría tardado 1.700 años. Este dato curioso forma parte del libro “Cómo triunfar en Youtube” de Ernest Codina, Roger Carandell y Daniel Feixas. (Ernest Codina, 2014)

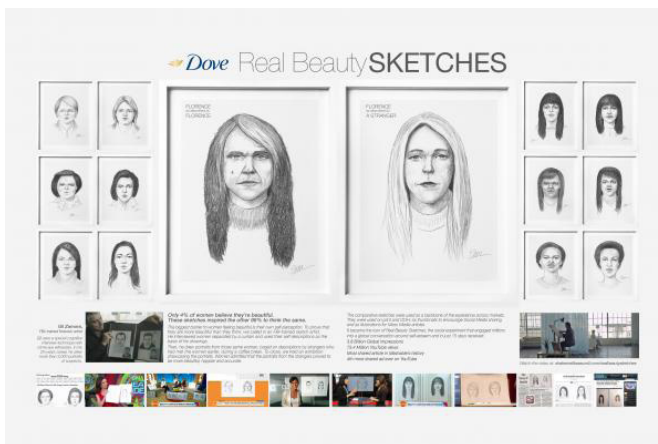
Esta red se ha llegado a ser un medio masivo para los usuarios virtuales es utilizado por una gran cantidad de personas en búsqueda de videos con diferentes temáticas, tutoriales, datos interesantes y estrenos de sus artistas favoritos entre otros.

2.2. Casos de campañas sociales exitosas en redes sociales

Campaña: Real Beauty Sketches

Esta presenta campaña fue realizada por DOVE, era como experimento en el que le piden a un grupo de mujeres que se describan ante un artista forense para que este las dibuje, luego otras personas describen a las mujeres ante el dibujante. Lo que querían lograr con esto demostrar que la descripción de la otra persona se ajusta más a la realidad que lo que ve la misma mujer.

El video logró viralizarse en youtube y se considera el tercer anuncio más compartido. Está también contaba con su página web.



Campaña: #IceBucketChallenge

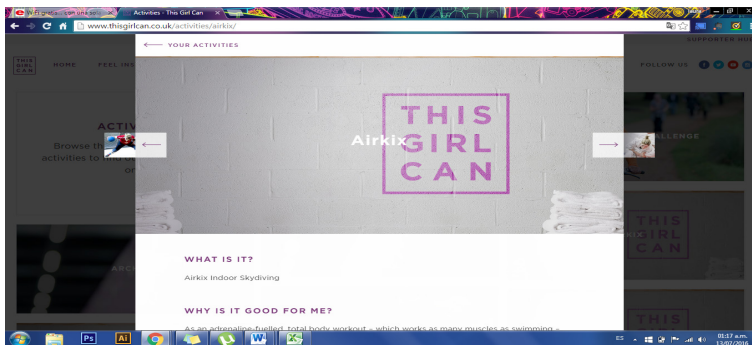
La campaña consistía grabar un video echándose una cubeta de hielo y subirlo a las redes sociales. El propósito de esta era dar a conocer la enfermedad esclerosis lateral amiotrófica y conseguir donaciones.

La campaña fue tan viral que personas del medio han aceptado el reto.



Campaña: #ThisGirlCan

Esta campaña se realizó para fomentar el deporte como un hábito entre las mujeres de reino unido. Esta consistía en mostrar a través de un video imágenes de mujeres reales que podrían ser vecinas, amigas o familia practicando deportes, la campaña se volvió viral gracias a Facebook y Youtube.



2.3. Análisis de la oportunidad de crecimiento por el uso de las Redes Sociales

Cada día más jóvenes eligen unirse a una red social. Su crecimiento en los últimos años llegó de la mano de la llamada Web 2.0, que propuso un nuevo uso de Internet. Hasta el año 2000, la red solo permitía básicamente buscar información y hoy en día la Web 2.0 posibilita la producción e intercambio de contenidos.

Gracias al avance que ha tenido la Web 2.0 estamos en un tiempo donde los jóvenes utilizan menos la televisión, radio, o prensa y consumen más los medios digitales a través de dispositivos móviles por su versatilidad, acceso instantáneo a la información e interactividad con los demás usuarios. Al trabajar en web, redes sociales y compartir contenido allí, los jóvenes se ven expuestos a muchos anuncios pagados. (Ortiz C. L.)

El triunfo de las redes sociales puede deberse a que es una herramienta que conjuga todos los elementos que componen la naturaleza de Internet y que acentúan su singularidad en el sistema comunicativo (Multimedia, Hipertexto, Interactividad, y



constante Actualización). Es por esto que las redes sociales representan un medio vital y funcional para publicitarse por el alcance que tiene en la sociedad dando posibilidad a causar impacto y facilidad de llegar a los usuarios de una manera más económica.

Es de suma importancia tener en cuenta a la hora de implementar una campaña publicitaria digital, el alinear lo que cada plataforma ofrece, versus el objetivo del conjunto de anuncios. Para poder aprovechar al máximo la inversión realizada.

CAPÍTULO III.

ANÁLISIS

PREVIO

3.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación que se realizó es Aplicada ya que en esta se busca resolver la problemática del escaso auge o consumo de la música clásica en los jóvenes dominicanos.

3.2. Métodos, técnicas e instrumentos

Deductivo: Se utilizó para sacar conclusiones partiendo de los diversos resultados obtenidos durante las entrevistas, observaciones, encuestas.

Técnicas e instrumentos

Cuantitativa: recopilaremos datos numéricos de las conclusiones de cada respuesta por medio de las entrevistas, encuestas y observación, estos ayudarán a proyectar de manera clara los datos recopilados de la investigación, y así limitarlos y saber exactamente dónde inicia y en qué dirección va la investigación es decir, qué estrategia se puede aplicar para la campaña.

Observación: se utilizara para analizar cómo reacciona el público con relación al tema tratado.

Encuestas: se aplicará en los jóvenes con edades entre 13 a 25 años en diferentes escenarios (escuelas, universidades, entornos recreativos) para la recopilación de datos para la elaboración del concepto de campaña y la estrategia de medios.

Entrevistas: se aplicará a los exponentes del género y los que trabajan en esta área ya que son entes claves para la investigación.

3.3. Población y Muestra

Según la oficina nacional de estadística el Distrito Nacional cuenta con una población de 965,040 habitantes, de las cuales encuestamos a 101 personas. (Estadística, 2012)



A través de la encuesta se determinó que un 72,5% de los jóvenes sienten interés en escuchar música clásica, el 66,3% no conoce la música clásica dominicana, un 34% cree que los jóvenes no escuchan este tipo de música por la falta de educación y cultura y un 31% porque creen que es aburrida.

Un 87,1% no han visto campañas sobre música clásica, el 94,1% considera que se debe realizar una campaña, los medios que consideraron serían convenientes para esto fueron las redes sociales con 92,1%, la televisión con 56,4% y la radio con 55,4%.

CAPÍTULO IV.

DIFUSIÓN DE LA REALIDAD

DE LA MÚSICA CLÁSICA

4.1. Concepto de la campaña

Concepto:

El desarrollo de esta propuesta conlleva la creación de una campaña digital con el fin de generar un interés en los jóvenes para que vean la música clásica como un género interesante el cual puedan escuchar, entretenerse y asistir a las actividades.

Esta campaña se realizará a través de las redes sociales más utilizadas por los jóvenes, será interactiva para que los mismos expresen su interés y sus inquietudes. El tiempo estimado en el que se difundirá es de tres meses (agosto-octubre) por la razón de que la temporada sinfónica inicia en agosto y en ese trimestre se desarrollaran actividades interesantes. En ella se plantearán los beneficios de la misma y los eventos de una manera en la que los jóvenes se sientan atraídos a la asistencia.

Cultura clásica, ¿Por qué no?

La campaña iniciará con fotografías y mensajes que creen expectativa a los usuarios. Estas imágenes se divulgarán durante la primera semana para acaparar más personas con el interés de conocer que es lo que se aproximará. Los artes llevarán el mensaje: ¿Por qué no? Con elementos alusivos a la música clásica.

Para lanzar la completamente la campaña se posteará un video hablando sobre la riqueza cultural de la música clásica dominicana, el poco interés que la sociedad y la juventud le da al género y lo beneficioso que puede ser para la sociedad si los jóvenes muestran interés. A medida que se vayan aproximando los conciertos de música clásica y actividades se promocionarán en las redes sociales y la página web. Las imágenes que se postearán interdiario serán Frases motivadoras, artículos interesantes sobre el tema. También se postearan videos de los jóvenes músicos tocando sus piezas musicales y hablando de su desarrollo en la música clásica. Videos breves sobre el opinión de los jóvenes sobre la música clásica.

El contenido que llegara a los jóvenes debe ser atractivo, dinámico y fresco, simple y con un mensaje directo. El diseño será simple, se emplearán colores representativos del país pero con menos intensidad e imágenes atractivas. Los días en los que no se hagan nuevos Post se impulsarán compartiendo y por medio de la publicidad.

La parte interactiva de desarrollará por medio de trivias y concursos anunciados en las redes. Estas serán preguntas acerca del evento o algo relacionado a la música clásica. Al ganador se le ofrecerá incentivos tales como entradas a eventos, cupos para talleres y charlas entre otros.

También el uso de HashTags es importante, siempre se utilizarán en los post normales y eventos, al igual que los jóvenes cuando posteen algo relacionado. Se realizara la producción de videos de las actividades y posteo de imágenes en las que aparezcan los jóvenes.

En las actividades solicitarles a los jóvenes que posteen imágenes de esto con los Hashtags de la campaña

Alcance social

Con este proyecto se pretende llegar a la mayor parte de las aéreas de santo domingo, habrá pequeñas excepciones ya que en algunos sectores no tienen acceso a Smartphones. En base al público meta se realizaran las piezas componentes de la campaña.

¿A quién va dirigida?

El público objetivo de esta campaña serán jóvenes y jóvenes adultos entre 13 y 25 años de edad, clase media-media baja y baja que residen en la ciudad de Santo Domingo, República Dominicana, estas son personas espontáneas con vida social activa, hacen uso de las redes sociales y por lo tanto poseen smartphones o computadoras. Laboran, estudian o ambas a la vez, siempre están dispuestos a conocer, les gusta asistir a diferentes actividades.

4.2. Redes sociales

Según los hallazgos encontrados en la encuesta, las Redes sociales a utilizar son:

Facebook:

Será la más importante, por ser una de las más completas y utilizadas, es la más factible para realizar un lanzamiento de campaña por permitir la publicación de texto, imágenes y audiovisuales, también permite mayor interacción con los usuarios al llegar a varios grupos de personas por medio de la publicidad. Provee facilidades como: herramientas de programación de posteos y las estadísticas que muestran el alcance de una publicación.

Se creará la cuenta como un Fan Page y se realizarán posteos interdiarios en horarios claves en los que haya mayor número de usuarios activos el contenido debe ser simple con imágenes de impacto, se destacarán los beneficios, actividades realizadas, eventos y testimonios de los músicos en desarrollo para incentivar a la juventud. Para poder llegar a más personas en Santo Domingo se empleará la herramienta de publicidad de Facebook y compartirá en grupos juveniles o relacionados con la música clásica.

Instagram:

La cuenta creada en esta red social utilizará la foto como el principal medio para comunicar el mensaje, se buscará construir el contenido a partir de la imagen. También se empleará el uso de Hashtags, reposteo de imágenes tomadas por los jóvenes que tengan relación a la música clásica y utilicen hashtags. También se colocarán videos que incentiven a los jóvenes a ver la música clásica como algo atractivo. Se empleará la herramienta de publicidad de Instagram para las personas que estén dentro del segmento de mercado.

Youtube:

Esta campaña se va a apoyar de videos sobre los testimonios de los músicos, y del resultado de las actividades y otros videos motivadores. Por eso Youtube será una herramienta favorable ya que los jóvenes dedican una buena parte del día a ver videos en esta Red.

Cabe destacar la importancia de siempre mantenerse atento a los comentarios de los seguidores y los mensajes, sus inquietudes deben ser respondidas a la brevedad para que haya más interactividad en las redes.

4.2.1. Estrategia de comunicación en las redes

Parte de los artes de la campaña serán promocionados en las redes (Facebook, Instagram, YouTube) por medio de la herramienta de publicidad.

Programación Agosto 2016				
Agt		4pm	5pm	6pm
L	1			campana expectativa
M	2			
M	3	campana expectativa		
J	4			
V	5			campana expectativa
S	6			
D	7	campana expectativa		
L	8	Video inicio de campana		
M	9	promocion inicio temporada sinfonica		
M	10			

J	11			promocion temporada sinfonica
V	12			
S	13	frase motivadora		
D	14			
L	15		articulo sobre musica clasica	
M	16			
M	17		trivia o concurso para seguidores	
J	18			
V	19		video testimonio jovenes musicos	
S	20			
D	21		imágenes de las actividades	
L	22			
M	23	frase motivadora		
M	24			
J	25		articulo sobre musica clasica	

V	26			
S	27		trivia o concurso para seguidores	
D	28			
L	29		video testimonio jovenes musicos	
M	30			
M	31		articulo sobre musica clasica	

Programación Septiembre 2016

Sept		4pm	5pm	6pm
J	1			imagen inicio del mes y cronograma de actividades
V	2			
S	3	promoción temporada sinfónica		
D	4			
L	5			artículo sobre música clásica
M	6			
M	7	frase motivadora		
J	8			
V	9	promoción inicio temporada		
S	10			
D	11			promoción temporada sinfónica y actividades
L	12			
M	13	frase motivadora		
M	14			
J	15		artículo sobre música clásica	

V	16			
S	17		trivia o concurso para seguidores	
D	18			
L	19		video testimonio jovenes musicos	
M	20			
M	21		imágenes de las actividades	
J	22			
V	23	frase motivadora		
S	24			
D	25		articulo sobre musica clasica	
L	26			
M	27		trivia o concurso para seguidores	
M	28			
J	29		video testimonio jovenes musicos	
V	30			

V	16			
S	17		trivia o concurso para seguidores	
D	18			
L	19		video testimonio jovenes musicos	
M	20			
M	21		imágenes de las actividades	
J	22			
V	23	frase motivadora		
S	24			
D	25		articulo sobre musica clasica	
L	26			
M	27		trivia o concurso para seguidores	
M	28			
J	29		video testimonio jovenes musicos	
V	30			

Programación Octubre 2016

Oct		4pm	5pm	6pm
S	1			imagen inicio del mes y cronograma de actividades
D	2			
L	3	promoción temporada sinfónica		
M	4			
M	5			artículo sobre música clásica
J	6			
V	7	frase motivadora		
S	8			
D	9	promoción inicio		
L	10			
M	11			promoción temporada sinfónica y actividades
M	12			

J	13	frase motivadora		
V	14			
S	15		articulo sobre musica clasica	
D	16			
L	17		trivia o concurso para seguidores	
M	18			
M	19		video testimonio jovenes musicos	
J	20			
V	21		imágenes de las actividades	
S	22			
D	23	frase motivadora		
L	24			
M	25		articulo sobre musica clasica	
M	26			
S	27		trivia o concurso para seguidores	
D	28			
L	29		video testimonio jovenes musicos	
M	30			
M	31		articulo sobre musica clasica	

Presupuesto

La promoción será de los post más representativa de la campaña.

Presupuesto publicidad en redes

Descripción	1er mes	2do mes	3er mes
publicidad facebook	920 pesos (20 US)	920 pesos (20 US)	920 pesos (20 US)
publicidad instagram	460 pesos (10 US)	460 pesos (10 US)	460 pesos (10 US)
costo bole- tas	500	500	500
	1880	1880	1880
			5640

4.2.2. Artes

Logos

PANTONE



Transparencia al 49%

¿Por qué no?

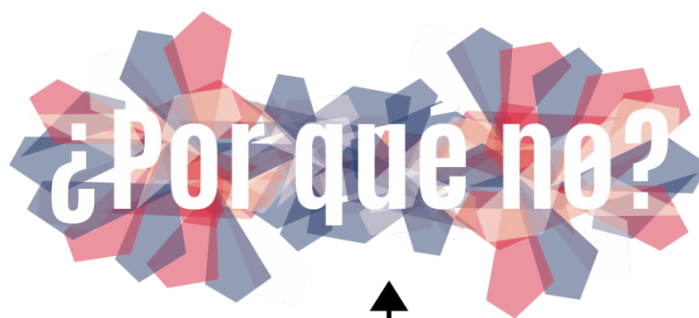


Tipografía: Antonio

PANTONE



Transparencia al 49%



Tipografía: Antonio

PANTONE



#1D305F
R:29 G:48 B:95

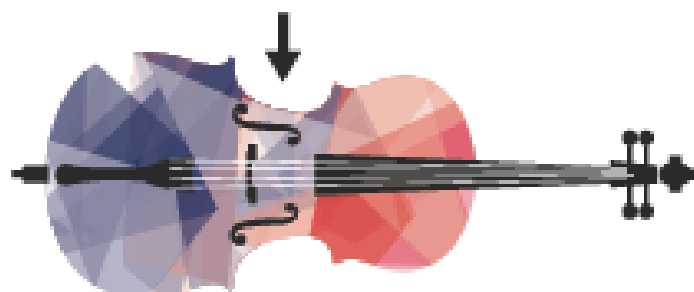


#D21F35
R:210 G:31 B:53



#2A2A2A
R:42 G:42 B:42

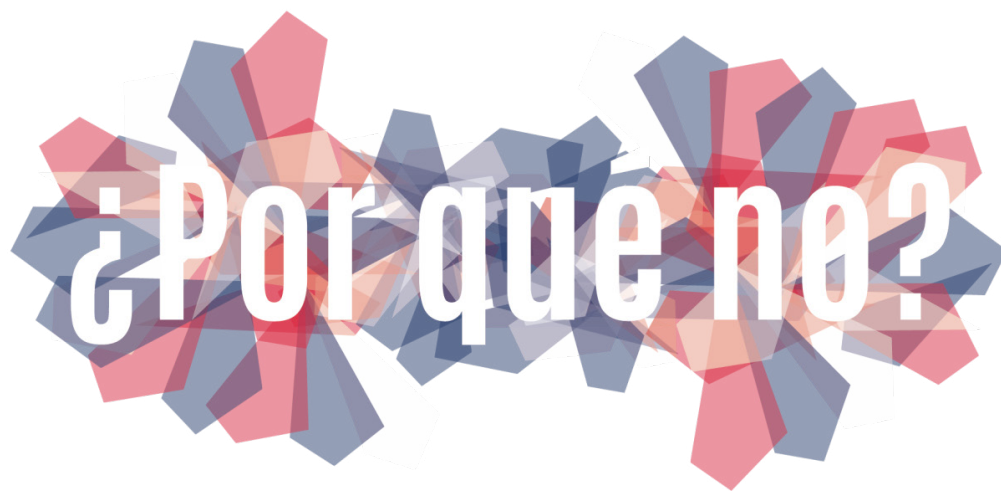
TRANSPARENCIA CRISTALES: 49%



Cultura Clásica

Tipografía: Althea ↑

Artes



¿Por qué no?



**DATO
CURIOSO**

¿PIENSAS QUE LA MÚSICA ES BENEFICIOSA PARA LA SALUD?

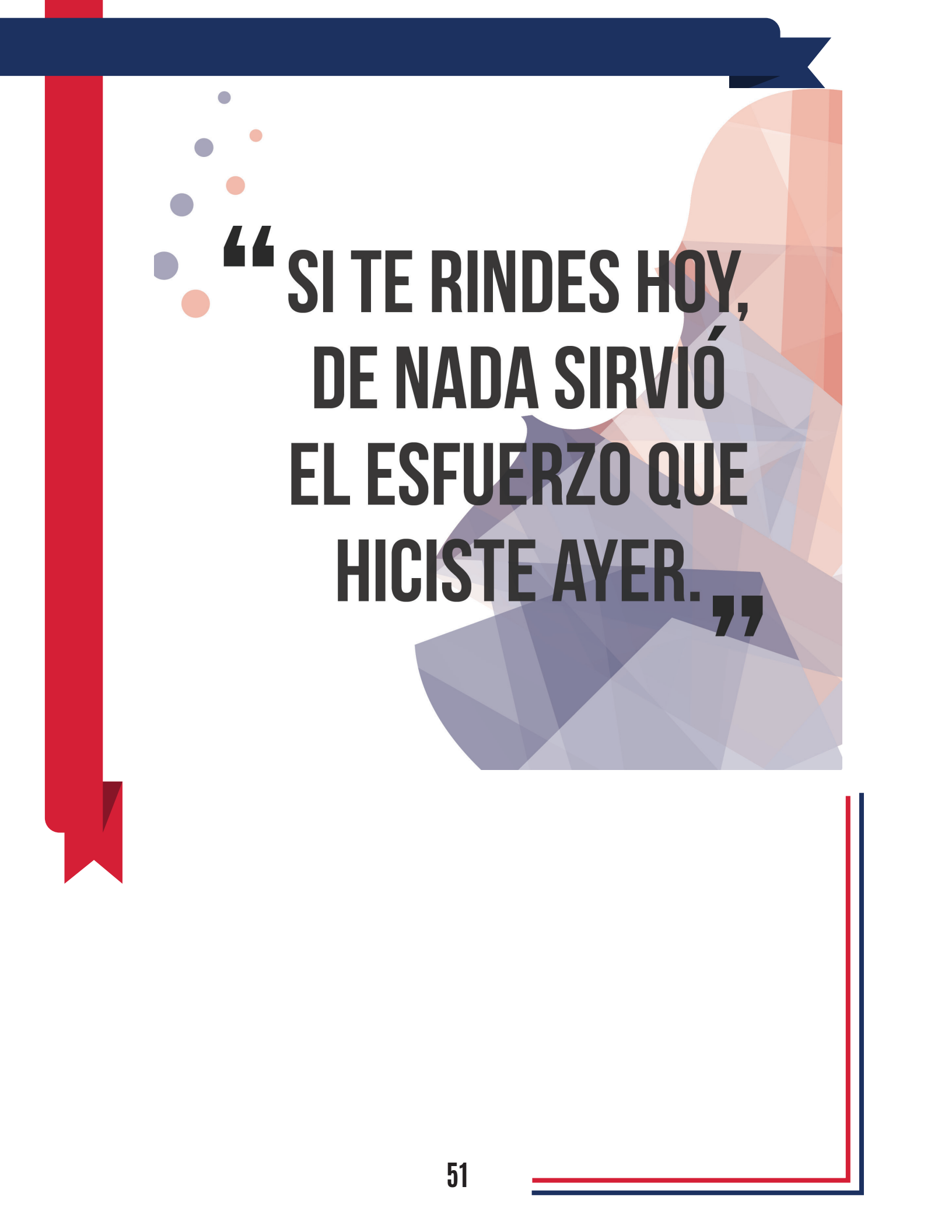
El conocido como efecto **Mozart**, es célebre por ayudar supuestamente la inteligencia. Según los científicos, la música del genio de Salzburgo optimiza la resolución de los procesos espacio-temporales y cognitivos, sin embargo el efecto duraría solamente quince minutos.



**DATO
CURIOSO**

¿PIENSAS QUE LA MÚSICA ES BENEFICIOSA PARA LA SALUD?

El conocido como efecto **Mozart**, es célebre por ayudar supuestamente la inteligencia. Según los científicos, la música del genio de Salzburgo optimiza la resolución de los procesos espacio-temporales y cognitivos, sin embargo el efecto duraría solamente quince minutos.



**“ SI TE RINDES HOY,
DE NADA SIRVIÓ
EL ESFUERZO QUE
HICISTE AYER. ”**



**“ LA MÚSICA DA ALMA AL UNIVERSO,
ALAS A LA MENTE,
VUELOS A LA IMAGINACIÓN,
CONSUELO A LA TRISTEZA Y
VIDA Y ALEGRÍA
A TODAS LAS COSAS. ”**

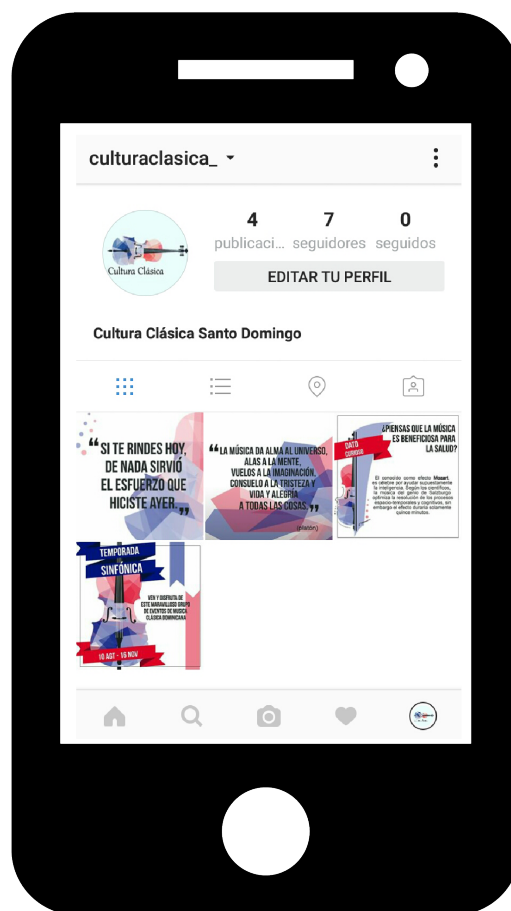
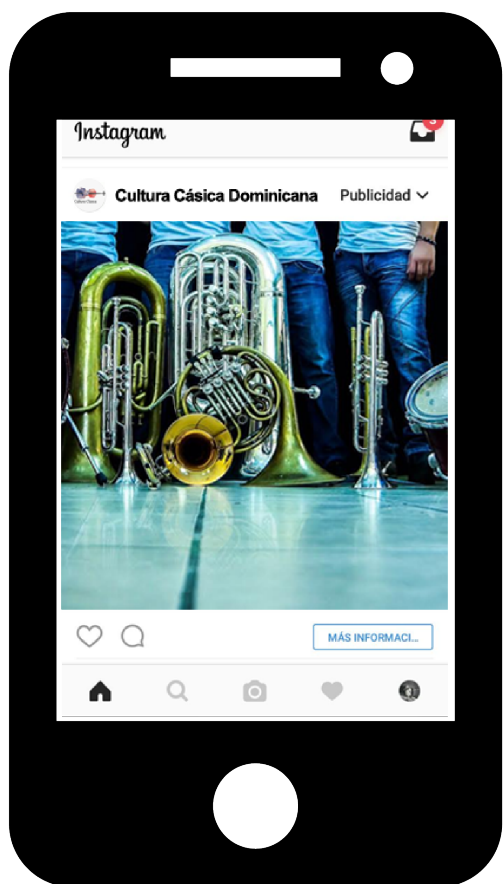
(platón)

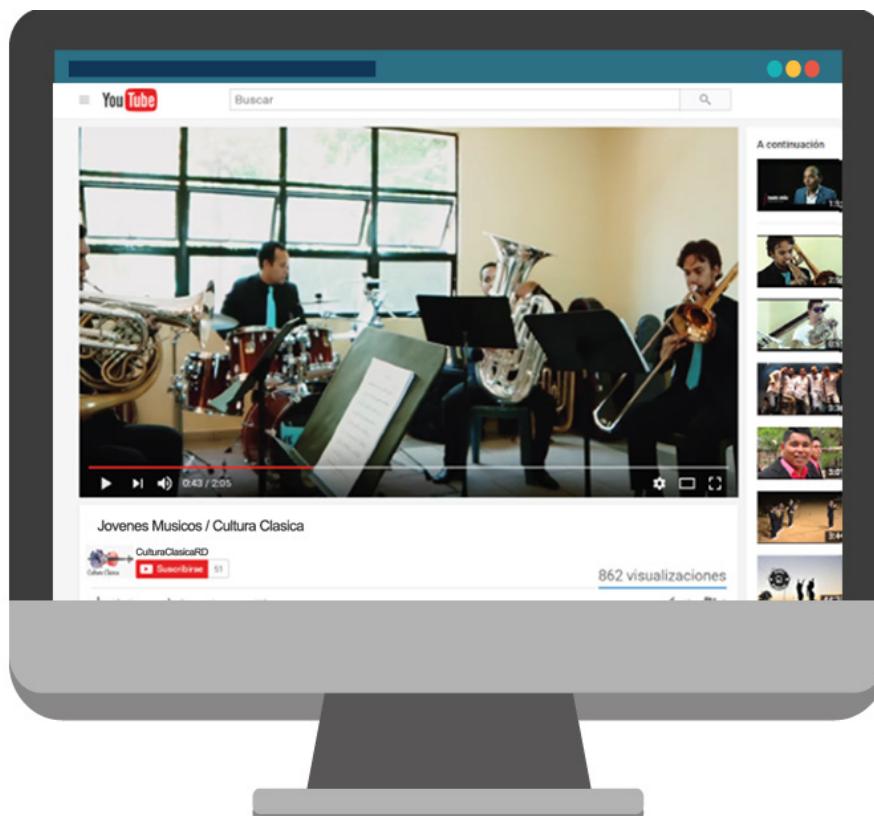


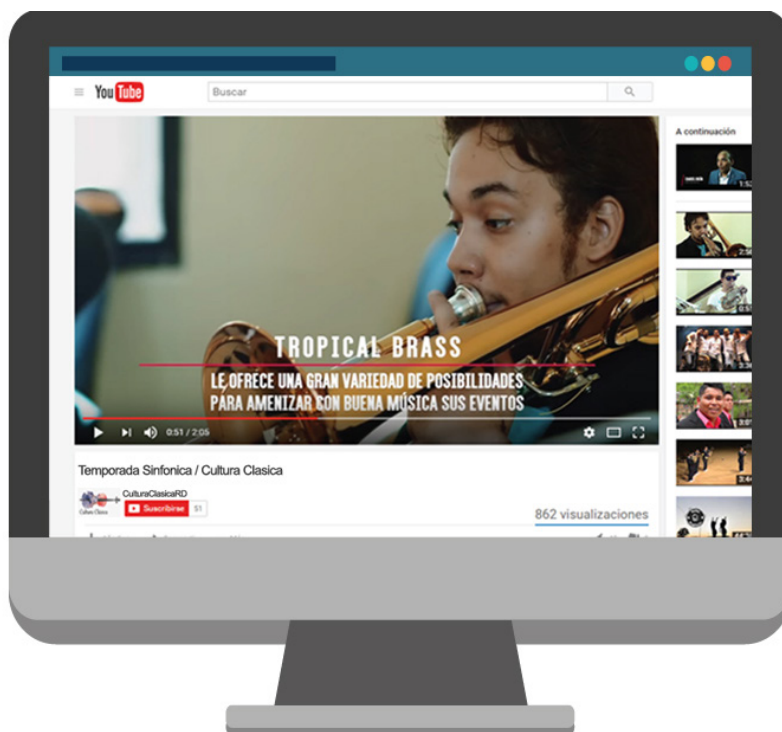
**TEMPORADA
SINFÓNICA**

**VEN Y DISFRUTA DE
ESTE MARAVILLOSO GRUPO
DE EVENTOS DE MUSICA
CLÁSICA DOMINICANA**

10 AGT - 16 NOV



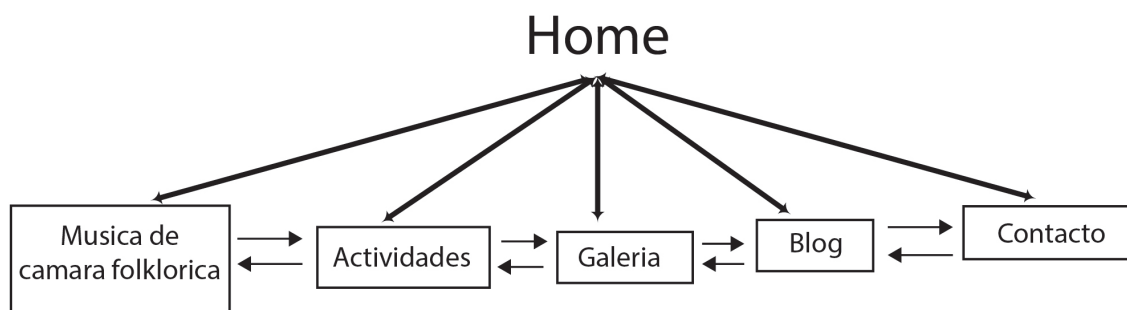




4.3. Página Web

Estructura y contenido

El tipo de navegación que tendrá será lineal con jerarquía, esta estructura tiene todo el contenido organizado de forma jerárquica pero le permite a los usuarios navegar de manera lineal.



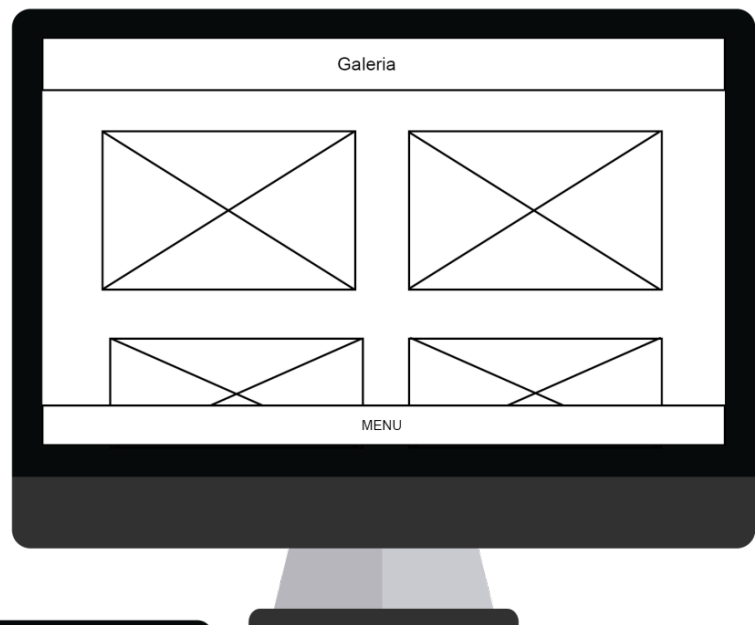
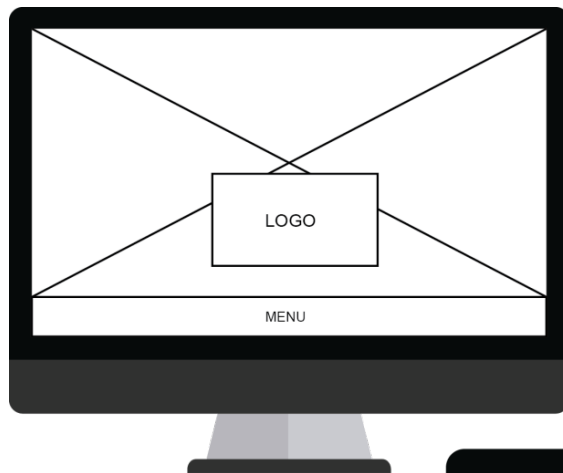
En la página de música de cámara folklorica se hablará acerca del género, el desarrollo que ha tenido, la importancia y beneficios que este tiene.

En la página de actividades se mostrará un calendario con las actividades de cada mes para que los usuarios se mantengan informado de estos eventos.

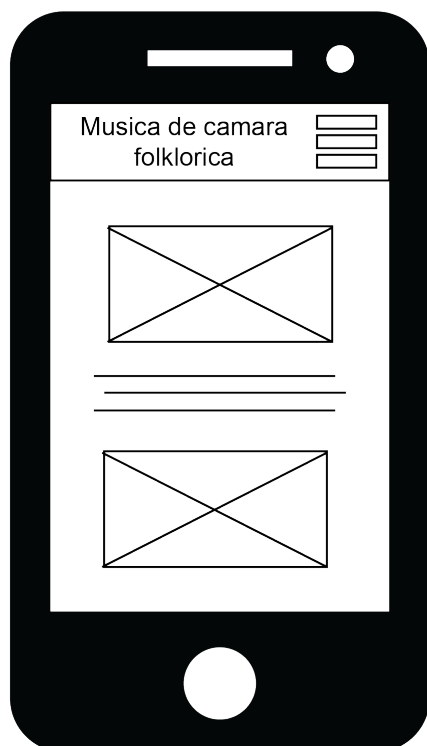
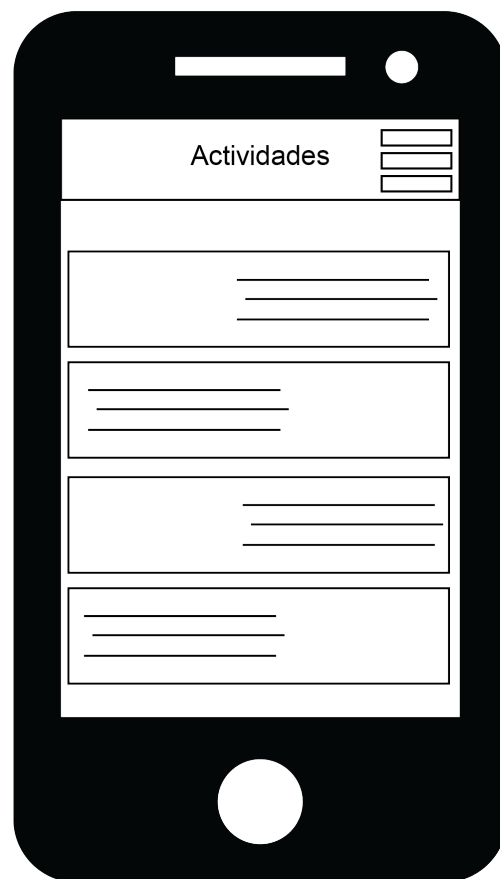
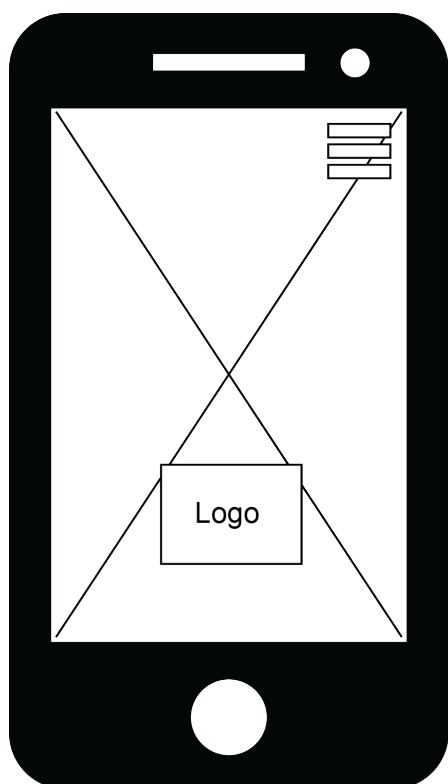
En la de galería podrán ver videos e imágenes de las actividades que los usuarios compartan.

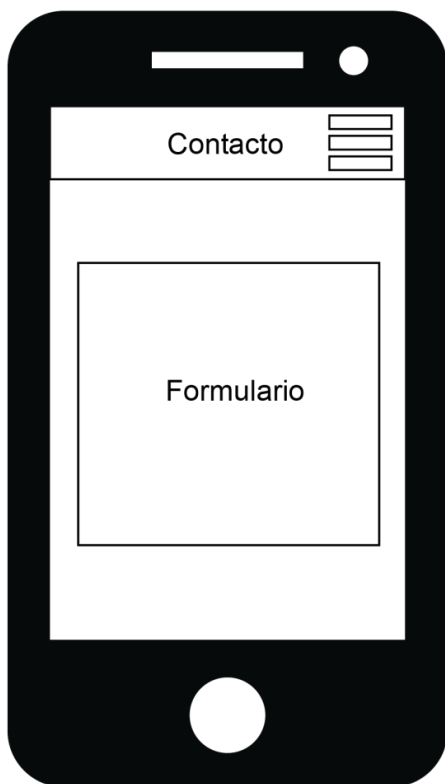
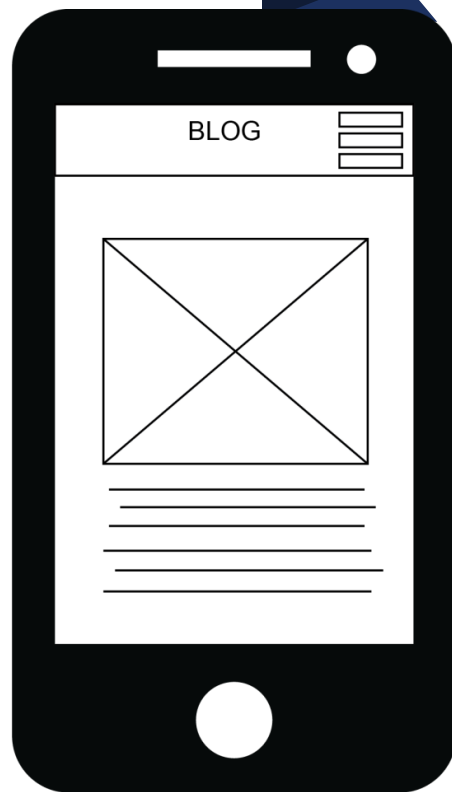
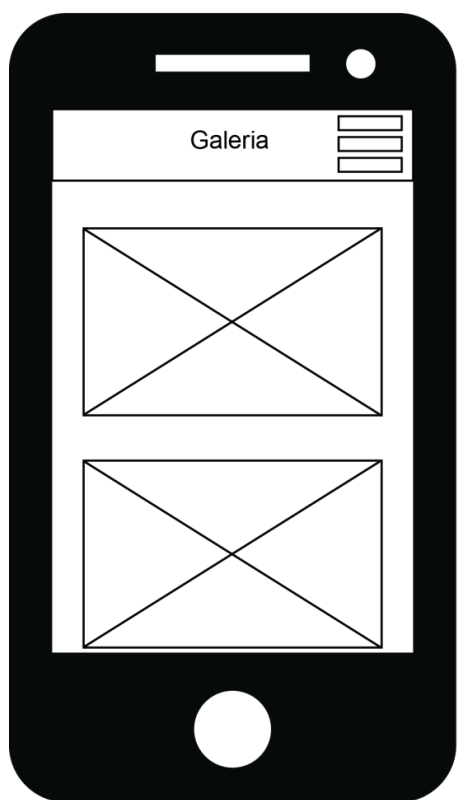
En la parte del blog se realizarán una publicación semanal de algún intérprete o compositor para que los usuarios vayan conociendo más de estos.

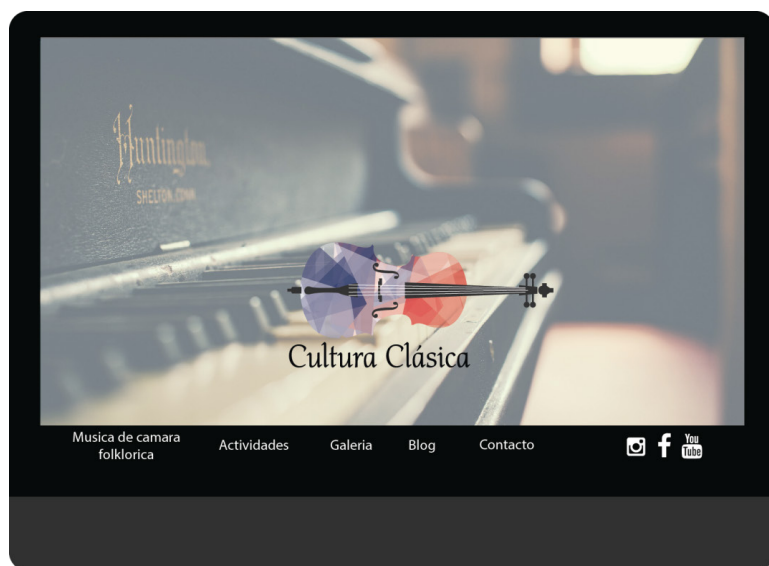
Wireframe



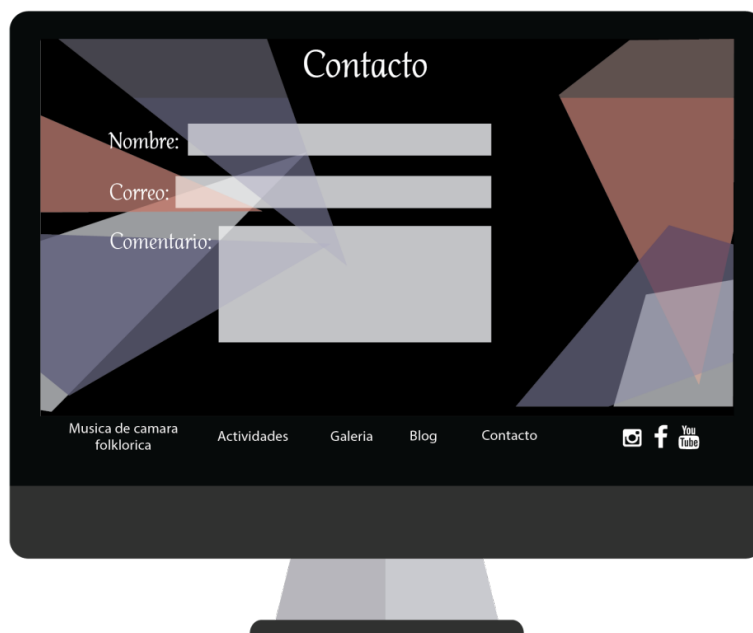


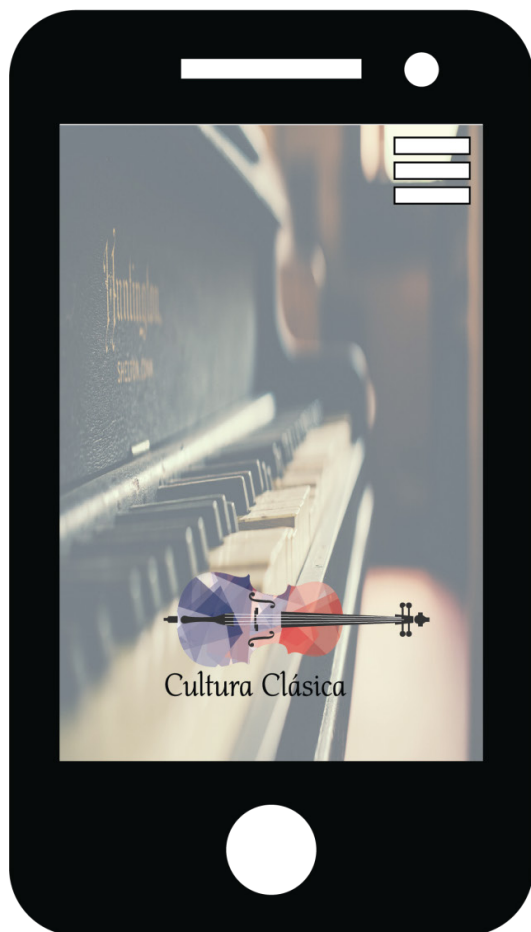




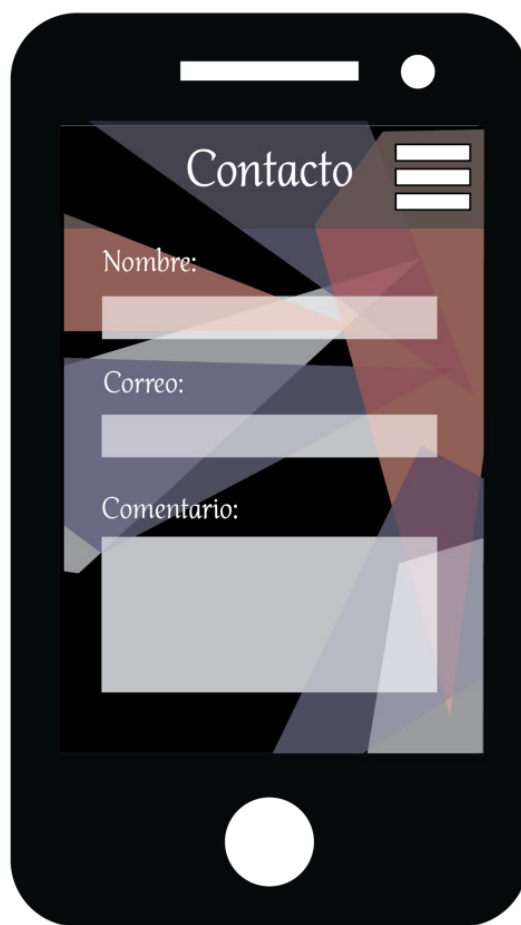












Conexión entre Redes sociales y Página Web

El auge de las redes sociales es muy importante, por eso es esencial que la página web esté conectada a ellas. Las redes sociales en sus publicaciones son las que impulsan a los usuarios a visitar la página Web para ver el contenido más detallado. Por esto en la campaña a desarrollar se incentivará a los usuarios a visitar la página web.

Conclusión

A lo largo del presente trabajo se tuvo como objetivo la creación de una campaña virtual para que los jóvenes aprecien la música clásica dominicana, para lograr esto se realizaron investigaciones previas acerca de la historia, antecedentes de campañas que se hayan realizado, encuestas y entrevista para saber qué tan aceptado es el género y que tan necesaria y funcional podría ser una campaña.

A través de estos métodos se observó que el género ha sido opacado por los nuevos estilos musicales y esto ha causado que los jóvenes no asistan a las actividades de música clásica, también se debe considerar la falta de publicidad que se le da a los eventos y que no tenemos una educación musical para poder apreciarlo.

Gracias a las encuestas y entrevistas realizadas se pudo entender mejor lo que ellos consideran atractivo a la hora de ver una campaña y a que medios están más expuestos. Esto ayudó a crear una campaña con una línea gráfica atractiva, a seleccionar de manera correcta los medios que se utilizaran.

Bibliografía

A., T. (1991). *Pourquoi Mozart?* Pariz fixot.

Anonimo. (13 de Septiembre de 2011). *Sociedad cultural renovacion*. Obtenido de <http://sociedad-culturalrenovacion.blogspot.com/2011/09/biografia-rafael-solano.html>

anonimo. (10 de julio de 2015). *Arte escondido*. Recuperado el 13 de julio de 2016, de <http://www.artescondido.com/promoviendo-el-arte-calle-una-labor-incansable>

Aybar, P. R. (28 de Octubre de 1971). Maestras de piano. *Listin Diario* .

D., E. R. (s.f.). *Musica y Baile en santo Domingo*.

Ernest Codina, R. C. (2014). *Como trinfuar en youtube*. La Galera.

Estadistica, O. N. (2012). *IX Censo Nacional De Poblacion Y Vivienda*. Santo Domingo.

Iván Adaime, A. A. (2010). *El Proyecto Facebook y la Postuniversidad* . España: Ariel, S. A.

Jorge, B. (2011). *La musica dominicana siglos XIX-XX*. Santo Domingo: Nacional.

Kanduri, C. R.-V. (2015). *The effect of listening tto music on human transcriptome*.

Lago, P. (2012). *La musicoterapia en el tratamiento educativo de la diversidad*. madrid.

Martinez, R. B. (2013). *El ABC de las redes sociales*. Alicante.

Martinez, R. B. (2013). *El ABC de las redes sociales*. Alicante.

Morales, F. G. (2010). *El pequeño libro de las redes sociales*. Barcelona: Paragona Realizacion.

Octavio Islas, P. R. (2013). *Investigar las redes sociales, comunicacion total en la sociedad de la ubicuuidad, 1ra edicion*. Mexico: Razon y Palabra.

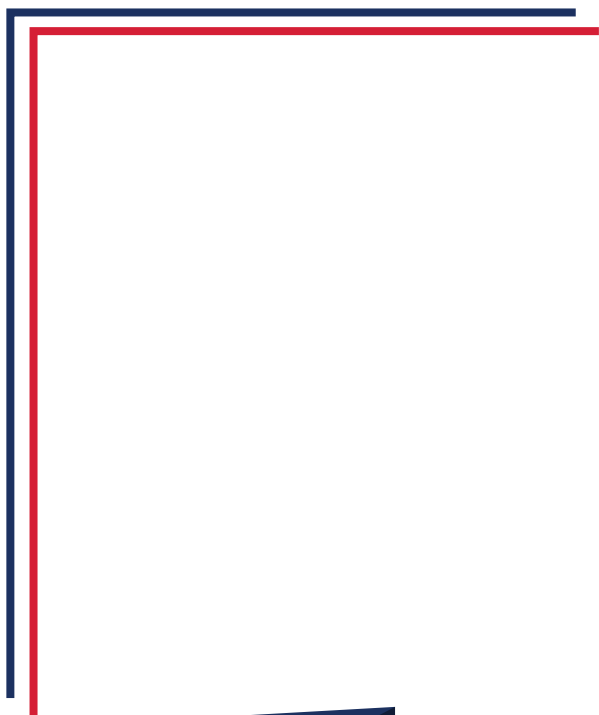
Ortiz, C. L. (s.f.). *dalealaweb*. Recuperado el 12 de julio de 2016, de dalealaweb.com

Ortiz, F. (1965). *La africa de la musica Folklorica de Cuba*. La Habana.

Roxanna Morduchowcz, A. M. (2010). *Los adolescentes y la redes sociales*. Escuela y medios.

Sotolongo, A. G. (2000). *Los cien músicos del siglo*. Santo Domingo: Cañabrava.

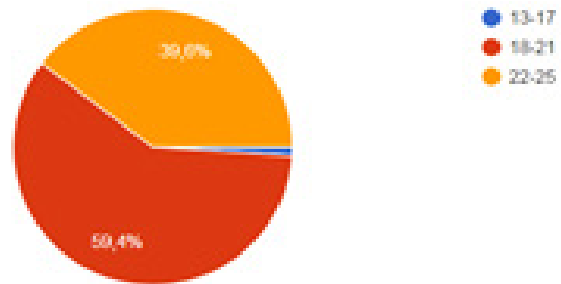
Syed, A. (s.f.). Nos espera un futuro muy brillante en la musica clasica. (G. Galan, Entrevistador)



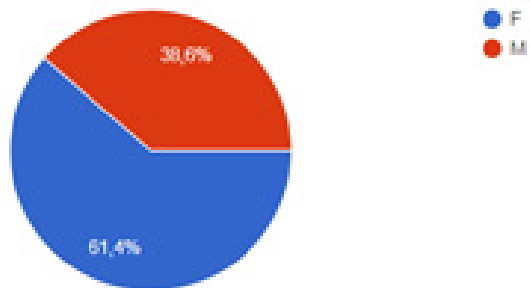
Anexos



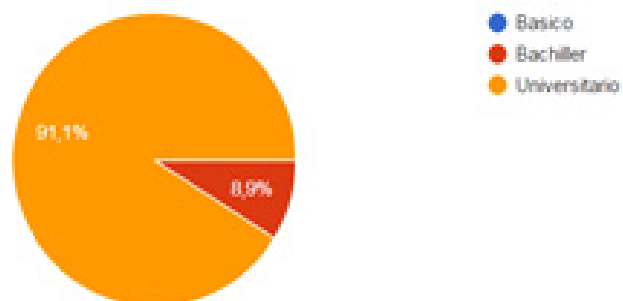
Rango de edad (101 respuestas)



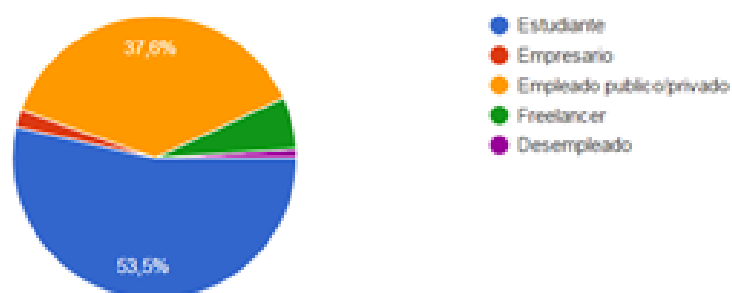
Género (101 respuestas)



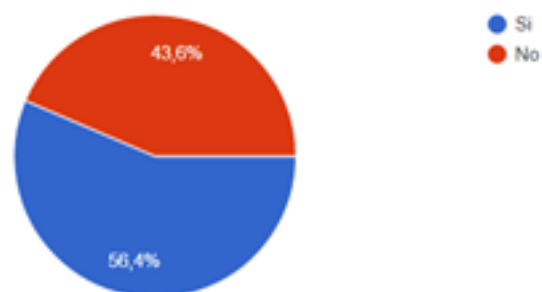
Nivel academico (101 respuestas)



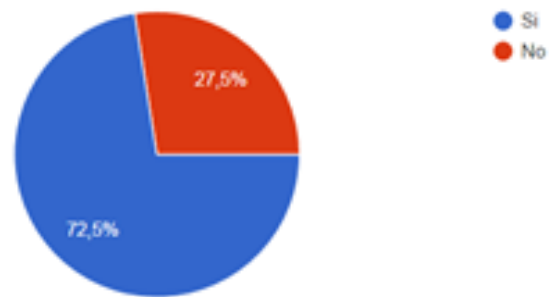
Cual es su ocupación? (101 respuestas)



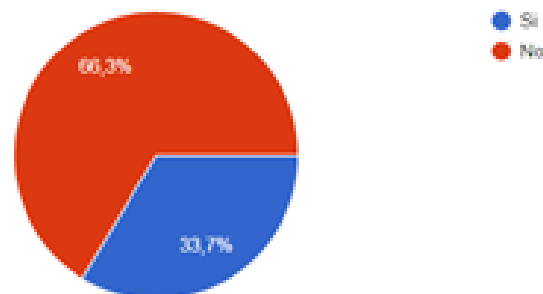
1- ¿Escucha usted música clásica? (101 respuestas)



2- ¿Siente usted interés en escuchar música clásica? (80 respuestas)

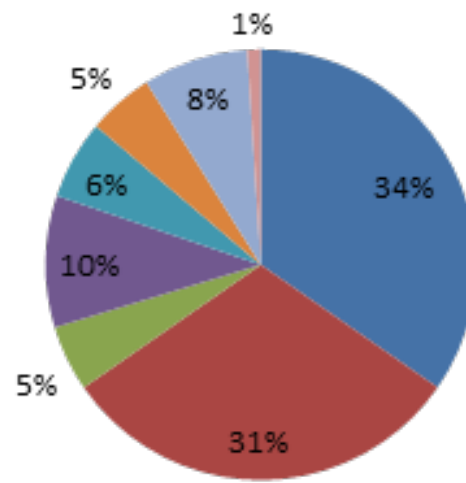


3- ¿Conoce usted la música clásica dominicana? (101 respuestas)

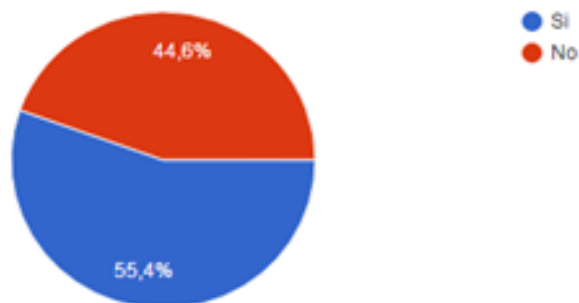


Por qué cree usted que los jóvenes no escuchan este tipo de musica?

- Falta de cultura y educacion
- La consideran aburrida
- No se
- Por los nuevos generos
- Falta de publicidad
- No es comercial
- Falta de interes
- No les gusta

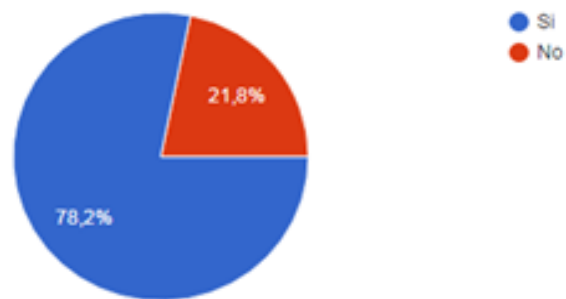


5- ¿Conoce usted las academias de música clásica del país? (101 respuestas)



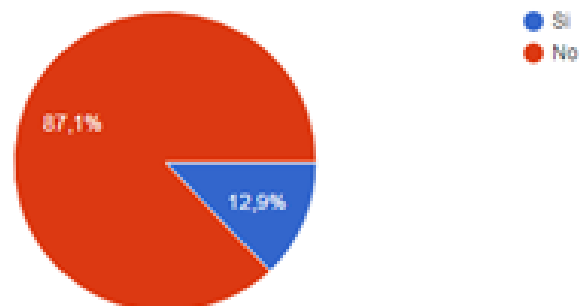
6- ¿Conoces los beneficios que tiene la música clásica para la salud y concentración en los estudios?

(101 respuestas)

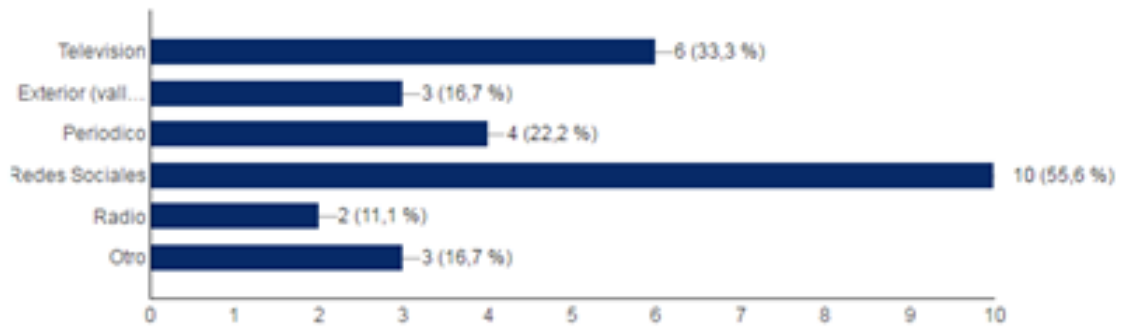


7- ¿Conoce usted alguna campaña realizada sobre música clásica?

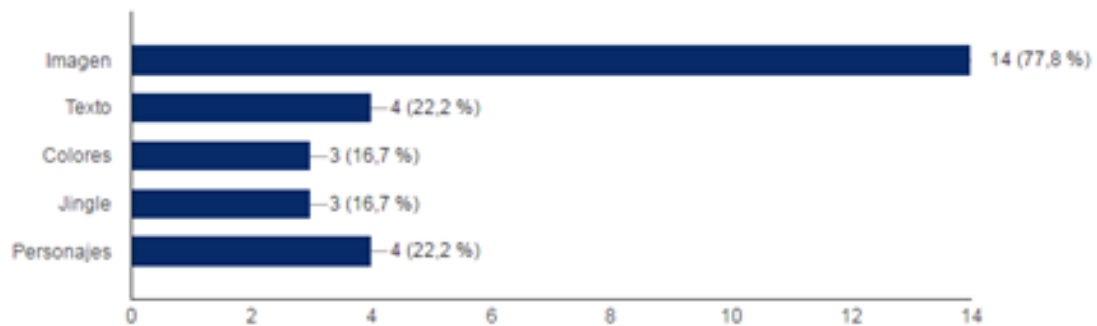
(101 respuestas)



8- ¿En qué medios recuerda haber visto la campaña ? (18 respuestas)

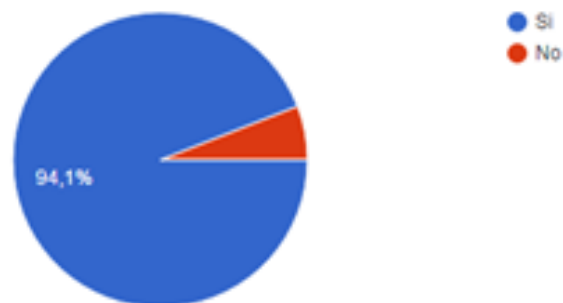


9- ¿Que elementos recuerdas sobre esta? (18 respuestas)

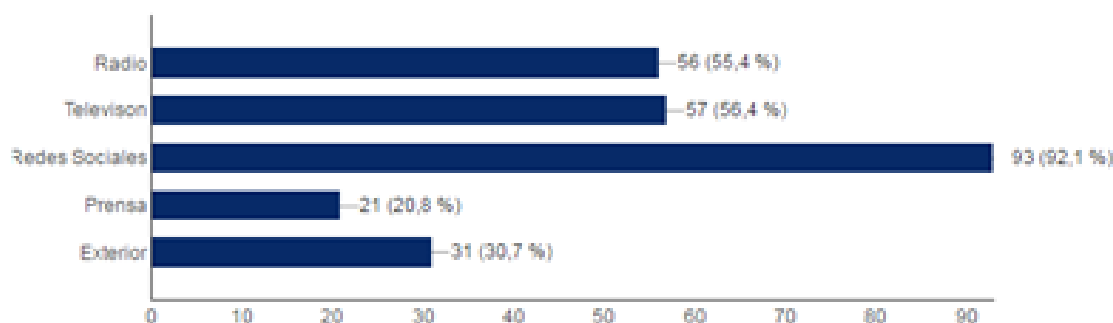


10- ¿Entiende que es necesario realizar una campaña para motivar a los jóvenes dominicanos a escuchar música clásica?

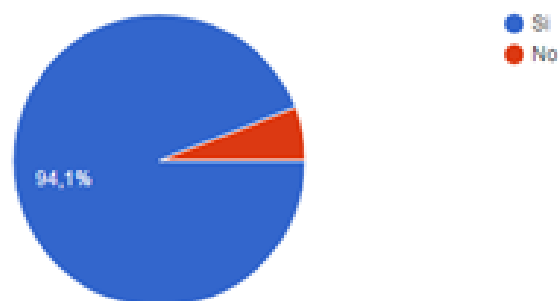
(101 respuestas)



11- ¿Cuál, o cuáles medios cree que serían los adecuados para la campaña?
(101 respuestas)



11- ¿Piensa usted que sería positivo realizar una campaña de motivación a través de las redes sociales?
(101 respuestas)



Entrevista

1- ¿Qué tantas actividades de este género se dan al año y cómo ven la asistencia de los jóvenes a estas?

- Aproximadamente hay entre 6 y 10 al año, los jóvenes que van son o niños pequeños, o que van invitados (Pedro Vidal)
- Dentro de las actividades están los conciertos de la temporada Manuel Simó en el conservatorio nacional de música a principios de años, los conciertos de la temporada sinfónica que inician en agosto hasta noviembre de cada año y los conciertos navideños que ofrecen las diferentes orquestas.
- (Juan José)
- En el año podría decir que se realizan al menos unos 50 conciertos de música clásica con las diferentes agrupaciones que van desde tríos de cuerdas hasta orquestas sinfónicas juveniles y profesional.

En cuanto a los jóvenes sólo se ve una asistencia masiva en la temporada de conciertos didácticos que realizan las diferentes orquestas y agrupaciones pero en los conciertos regulares la

Asistencia es media. (Samuel Ureña)

- La verdad no sé cuántas actividades se dan al año pero al menos una cada mes, como mucho cada dos meses (la verdad no son tantas, porque no hay muchas agrupaciones de música clásica). La asistencia de los jóvenes? La mayoría, si no todos los jóvenes que van, es porque o son músicos o son amigos de músico. No hay una cultura por asistir a conciertos de música clásica, y muchas veces estos conciertos son en lugares como el teatro nacional y los jóvenes no suelen frecuentar lugares así.(Guiseppe)
- Aquí en Santo Domingo, la sinfónica tiene su temporada sinfónica y otros conciertos especiales. El conservatorio su temporada sinfónica y otros conciertos especiales. El sistema de orquesta por igual. La fundación proarte y la orquesta que esta patrocina, se han encargado de la parte operetica del género clásico. Y otras orquestas de diferentes pueblos como San Pedro también proveen conciertos. No es que son muchos conciertos en comparación con otros países. Pero la asistencia en comparación con otros países es poca, y no muy interesada, puedes apreciar personas durmiendo y hasta usando el celular cuando una están en una presentación. Los jóvenes no

asisten mucho a estos a menos que los padres los inviten pero no porque ellos deciden ir, o porque amigos están participando en el mismo. (Jean Carlo)

- se dan muchas actividades lo que pasa es que no hay un interés por parte de los medios de comunicación. la asistencia normalmente es por parte de estudiantes de música, artistas y personas mayores y personas de clase alta. (camilo rijo fulcar)

2- ¿Qué tanto apoyo les ha brindado el ministerio de cultura a las actividades realizadas de música clásica?

- El ministerio de cultura ha ayudado con el pago de la sala del palacio de bellas artes para una actividad que se hace al año. (Pedro Vidal)
- El ministerio de cultura se podría decir que ha apoyado en cuanto a organización de los eventos es decir poniendo fechas, sitios, etc. Pero de todos modos falta apoyo ya que no hay tantas actividades al año de este género y las pocas que hay no tienen el apoyo. (Juan José)
- El ministerio de cultura está haciendo su mayor esfuerzo por continuar apoyando el desarrollo de la música clásica pero este es un problema social el cual tomará muchos años más para poder solucionarlo. (Samuel Ureña)
- Bueno, el ministerio no ha ayudado mucho la verdad. Se tenía la esperanza de que con este nuevo ministro que fue cantante se vería mayor conexión con el mundo de la música clásica, pero no hubo tanta diferencia con el anterior. (guiseppe)
- El ministerio es el que maneja el conservatorio y la sinfónica nacional, por la que por el simple hecho de pagarle a esos músicos y profesores, han brindado todo el apoyo necesario para que se creen más actividades y nuevos talentos dominicano. Siempre les ha brindado el mayor apoyo que puede brindar de una manera u otra a estas entidades musicales, ya sea monetaria o física. (Jean Carlo)
- El ministerio debería coger a todos los músicos y llevarlos a escuelas públicas para que enseñen sobre música clásica, porque en estos no se aprende sobre música. (Camilo Rijo Fulcar)

3- ¿Siente que los jóvenes tienen interés en conocer o aprender sobre música clásica?

- Si, muchos sienten interés, pero en muchas ocasiones los padres no les dan el apoyo necesario y digamos que el “tabú social” no ayuda mucho. (Pedro Vidal)
 - Hay algunos jóvenes que han tenido el interés en la música clásica y aprender un instrumento pero normalmente ese interés viene por algún familiar que es músico o alguna relación directa o indirecta tiene con el género clásico, que le llama la atención ya que RD es un país donde no se apoya mucho la música clásica ni se le da mucha publicidad y esto ha incidido en que talvez jóvenes que pudieran desarrollarse plenamente en el ámbito clásico no lo han hecho por falta de información. De todas formas, hay jóvenes que si estamos interesados en la música clásica y que nos llama la atención y de una manera u otra buscamos la forma de ir a actividades del género clásico. (Juan José)
 - Yo digo que el joven que se atreve a estudiar un instrumento y aparte de eso optar por la música clásica es un líder emprendedor, porque aún ese joven sabiendo que en nuestro país no hay un futuro cierto para los músicos clásicos se atreve a pasar muchos años de su vida perfeccionando su técnica en su instrumento. (Samuel Ureña)
 - Si no se les expone, y no la conocen, no creo. Sin embargo, son tantas las veces que he visto a un joven detenerse por casualidad a escuchar una orquesta tocando en una plaza o parque que nos hace pensar de que si existe la curiosidad, y que hay tantos jóvenes que se pierden de esta maravillosa actividad por el simple hecho de ignorarla.(guiseppe)
 - Todo el mundo quisiera saber tocar un instrumento, pero no todo el mundo realmente quiere aprender o dedicarle tiempo a la música, porque piensan que la música es un hobby. Por lo que no todo el mundo se interesa en la misma cuando ven todo el esfuerzo que este requiere.(Jean Carlo)
 - No hay interés por parte de los jóvenes. (Camilo Rijo Fulcar)
- 4- ¿Tiene conocimiento del por qué los jóvenes no muestran interés en la música clásica?
- podría ser por muchas cosas, no sabría decir por qué exactamente.(Pedro Vidal)
 - Los jóvenes no muestran interés a veces por falta de información del género,

por poca promoción al mismo y también porque a veces escuchan piezas clásicas y se las encuentran aburridas y talvez no saben que es un género que tiene muchas vertientes y variedades dentro de las cuales ellos pueden encontrar cosas que le gusten.(Juan José)

- Por la falta de publicidad de esos eventos clásicos y por la falta de empleos para los músicos clásicos. (Samuel Ureña)
- es la desinformación, la ignorancia. Pero si se les lleva la música, si empezáramos a crear una cultura en la música clásica, como otros países desarrollados, donde en los mismos parques donde se hacen festivales de música electrónica, también tocan orquestas y ves familias sentadas en la grama oyendo una sinfónica al aire libre. Creo que con sacar la percepción de que las orquestas son exclusivas de teatro y para gente de dinero. (guiseppe)
- Creo por el simple hecho que no conocen. Antes en nuestro país todo era Merengue... y ya ahora todo es música techno, Pop y un sin número de géneros que vienen de otros países, y poco a poco las personas lo fueron agregando en su archivo mental de los géneros que conocen, y de tanto escucharlo en la radio lo vuelven suyo. Por lo que creo que este es el problema por el cual los jóvenes no muestran interés, es que si no conoces nunca sabrás si te gusta o no, no es que no muestran interés, es más que no lo han escuchado o no es algo que tú puedes hablar con todo el mundo de este género, y las personas escuchan música y todo lo nuevo en parte para disfrutar y también para poder usarlo como tema de conversación. Si más personas se empaparan con lo que es la música clásica este sería el nuevo tópico que estaría hablándose.(Jean Carlo)
- Esto es porque no se le ha inculcado desde la escuela. (Camilo Rijo Fulcar)

5- ¿Cómo ha sido la publicidad para impulsar las actividades y las clases que brindan las diferentes academias?

- Anuncios en el periódico, radio, redes sociales. Ofertas cursos de verano. (Pedro Vidal)
- Creo que la publicidad que han utilizado ha sido muy limitada o más bien muy enfocada a ese público que le interesa la música clásica y pienso que no han pensado en esas personas que no saben que es la música clásica. (Samuel

Ureña)

- Malísima, pero es que no hay recursos por parte de estas academias y cultura no se preocupa por ayudarles. No existe un equipo creativo para esto. (guisepe)
 - Creo que siempre ha sido mala, las presentaciones en todas las academias solo las presentan en un poster en su propia academia, por la que solo las personas relacionadas con el lugar pueden asistir, más personas no relacionadas no pueden. En cuanto a las clases eso si como están las cosas ya no necesitan mucha publicidad, porque ya con el paso de los años se ha dado a entender en el público que si quieres tener un nivel profesional en la música debes dirigirte a el Conservatorio Nacional de música. Y si quieres empezar a nivel elemental deberías ir a la Escuela Elemental Elila Mena. Y esas en el conocimiento de todo Dominicano son las academias principales y después las demás serían secundarias.(Jean Carlo)
 - Si se le da publicidad es solo en pequeños programas de radio, de televisión o pequeños periódicos. o hechas por los mismos músicos para auto promoverse.(Camilo Rijo Fulcar)
- 6- ¿Piensas que debería realizarse una campaña para impulsar la música clásica en los jóvenes, en qué medio lo recomendaría?
- Sería bueno, un niño que de verdad se compromete con un instrumento es un niño que no va a estar metido en la calle. (Pedro Vidal)
 - Consideró que si debería hacerse una campaña para impulsar la música clásica. Los medios que recomendaría son radio y televisión.(Juan José)
 - Esa sería una muy brillante idea y recomendaría los canales de televisión, el internet y en las plazas comerciales más importantes de nuestro país. (Samuel Ureña)
 - si, debería. Creo que las redes sociales sería bueno, es donde más tiempo pasan los jóvenes.(guisepe)
 - Claro que sí, creo que si se dieran más conciertos al aire libre y en diferentes partes del país sería un buen comienzo. Algo así como dar un concierto todos los domingos en un parque de diferentes agrupaciones clásicas y de esta manera convertir ese espacios en los domingos en un pedacito de cultura musical clásica.(Jean Carlo)

- Si debería hacerse, el ministerio debería ayudar poniendo a los músicos a tocar en las calles, dando información sobre que están tocando. (Camilo Rijo Fulcar)
- 7- ¿Cómo piensas que ha sido el desarrollo de la música clásica en estos últimos 5 años?
- he visto un crecimiento, cada vez más bandas van a los eventos, más jóvenes interesados en instrumentos menos comunes.(Pedro Vidal)
- Pienso que la música clásica en estos últimos 5 años aunque no ha recibido tanto apoyo ha podido desarrollarse dentro de lo que cabe ya que se han visto muchos artistas clásicos dominicanos que han ido a muchas partes del mundo y también en el país se han hecho conciertos con orquestas con talento dominicano y aunque este género no se apoye tanto, las personas que pertenecen a él, no pierden la esperanza y el empeño de cada día estudiar más y enfocarse más en su área. (Juanjo José)
- Pienso que la música clásica en los últimos cinco años ha dado un cambio de dirección positivo para el beneficio de quien opto por tomar la

Música clásica como su opción de vida y para el que aún no conoce sobre ella. Yo estoy seguro que si nosotros seguimos aportando e innovando para mejorar la música clásica en unos 10 años más será la

Razón de vida de muchos dominicanos. (Samuel Ureña)

- Ha ido en crecimiento en ciertos ámbitos. Ahora ves que personas no músicos, reconocen a aisha syed sin siquiera saber del violín antes de.

Y oyen su música por puro placer... O las hermanas peña comas

Pero estas son personas que estudiaron en Europa, y tienen un soberano, quizás por eso se les conoce. Pero en cuanto al cuidado de más instituciones de música, creo que van en declive. No hay un cuidado por ellas y con el tiempo se van perdiendo

Por ejemplo el teatro del conservatorio nacional de, música se está cayendo a pedazos. Y los conciertos se han hecho en lobby, sin aire. Las personas siguen yendo pero nadie sabe si es una situación pasajera o no. (guiseppe)

- La música en estos últimos años ha sido en relación a la juventud de más oportunidades. El Maestro José Antonio Molina ha creído en el talento joven

y le ha dado la oportunidad a muchos jóvenes instrumentistas. También por otra parte la fundación pro arte ha sido creador de varias operetas y zarzuelas en la cual el público dominicano ha tenido un acercamiento hacia lo que es la música clásica que involucra canto. (Jean Carlo)

- No sabe (Camilo Rijo Fulcar)



ANTEPROYECTO DE MONOGRAFÍA DE GRADO

Título:

Campaña virtual para apreciar la Música Clásica dominicana por parte de los jóvenes en Santo Domingo 2016.

Nombres estudiantes y Matrículas

Sarah Bergés	2012-2329
Laura García	2012-1975

Profesores del módulo

Rubén Tascón, Joel Combes
Módulo de Diseño Interactivo

Distrito Nacional

2016

Selección y definición del tema de investigación

1.1 Selección del título, máximo 15 palabras:

Campaña virtual para apreciar la Música clásica Dominicana por parte de los jóvenes Dominicanos en Santo Domingo 2016.

1.2 Definición del tema

Se utilizará como objeto de estudio la música clásica dominicana que son manifestaciones tradicionales llenas de nuestro carácter, planteadas con el género clásico. La necesidad de trabajar con esta temática es el escaso “consumo” del género.

La herramienta para mejorar el género mencionado es una estrategia de difusión por medio de las redes sociales y la realización de una página web. El objetivo número uno de la publicidad realizada es producir un crecimiento de personas que escuchen música clásica dominicana y asistan a los conciertos; Esto será de beneficio para los músicos y academias de música dominicana.

Planteamiento del problema de investigación

La música dominicana tiene muchas vertientes, tal y como lo menciona el especialista en música dominicana Paul Austerlitz en el artículo de la página editorial FUNGLODE; La República Dominicana es el hogar de una rica variedad de géneros musicales muy influenciados por ritmos africanos, estos géneros son muy conocidos y al igual que nuestra cultura son muy ricos y amplios, pero estos no se aprovechan al máximo ya que los jóvenes con el día a día y el poco tiempo que poseen, la falta de educación musical, los nuevos géneros y vanguardias han hecho que el género de música clásica dominicana no se le dé la relevancia necesaria la cual enriquecería el paladar musical. (Austerlitz, 2014)

A lo que nos referimos es a la música clásica o culta una de las manifestaciones más tradicionales llenas de nuestro carácter, cultura y costumbres, está llena de historia desarrollo y posee rasgos definidos e influencia externas.

De la música clásica parte la música académica, que siempre ha sido influida por la música popular tomando como materia prima sus ritmos para transformarlos con el género clásico. Como menciona Jarra Caroline en el artículo de su Blog: Esta, es hecha por pocos con la idea de que la “consuman” muchos de ahí parte la problemática planteada. Los jóvenes dominicanos no muestran interés en este género. (Jarra, 2014)

Uno de los causantes del desinterés de la educación dominicana muestra la música clásica solo como el merengue y la bachata y en si la música clásica toma de esos géneros para formar sus piezas. Otra razón son los cambios culturales y los diferentes géneros populares que tenemos arraigados los cuales no aportan mensajes positivos a través de sus letras y dejan a un lado la música clásica.

Nuestro público objetivo que son los jóvenes están en pleno proceso de construcción de su identidad y la música popular les ofrece algo que no lo hace la música culta: ídolos o referentes, tan presentes en esa cultura impuesta, la del espectáculo.

La ausencia de publicidad es otro de los factores que influyen significativamente en el desarrollo de este género por esto es que la creación o diseño de una campaña virtual interactiva que incentive a los jóvenes a que se interesen y sigan la música culta puede afectar positivamente a la cultura musical dominicana a corto y largo plazo.

Objetivos de la investigación.

Objetivo General:

Diseñar una campaña virtual de motivación para apreciar la música Clásica Dominicana por parte de los jóvenes dominicanos.

Objetivos Específicos:

1. Describir de qué trata la música clásica
2. Identificar las virtudes de la música clásica dominicana.
3. Detallar los antecedentes publicitarios de la música culta dominicana.
4. Elaborar un plan estratégico para llegar al público deseado.
5. Establecer posibilidades de mejoría en la música culta dominicana.
6. Describir y dar a conocer las academias de música clásica.
7. Crear una página Web con el contenido necesario sobre el tema que esté conectada a las redes sociales y sirva de complemento a estas.

Justificación de la investigación

La música clásica dominicana tiene el potencial de influir en la sociedad. Este género puede incentivar a los jóvenes a desenvolverse en un círculo diferente al que vemos hoy en día, que no presta atención a la cultura y se corrompe con algunas tendencias en desarrollo. El problema radica en que este género no tiene la relevancia debida y esto se da más en el caso de los jóvenes. Por esto es importante el dar a conocer más el género, y la manera de lograrlo es desarrollando publicidad y promoción de la música clásica dominicana, también llamada música clásica de cámara folklórica.

Según Jarra (2014) La música clásica dominicana es hecha por pocos, con la idea de que le gusten a muchos, pero no se da de esta manera. Requiere de cierta iniciativa personal para llegar a ella. Es por esto que la música clásica es un género con muy poco auge en nuestro país debido a que en nuestra cultura tenemos arraigado otros géneros de música popular la cual afecta a la educación y en vez de orientar y enviar mensajes positivos a través de las letras musicales lo que hace es mal informar a la población con mensajes negativos y de mal gusto.

El propósito con esta estrategia de comunicación es lograr impulsar este género musical en nuestro país y que llegue a lugares y a clases sociales que el mismo no llega pues es un tipo de música que en otros países no depende de la clase social para ser escuchado, también, dar a conocer que la concentración y el nivel de educación musical puede aumentar al escucharla.

Lograr el reconocimiento y valor por parte del dominicano de la música clásica dominicana para que este aprecie y preste más atención a este género y con ello lograr un gran auge para la música culta.

La campaña busca comunicar a la población las virtudes que tiene el género, destacar los beneficios que puede traer el escuchar música clásica a la salud y concentración, una investigación realizada por el Duke Cancer Institute encontró que usar auriculares con cancelación de ruido y en los que se escuchara música clásica (en este caso se escuchaba a Bach), redujo el dolor y la ansiedad durante una biopsia de próstata. Normalmente se produce aumento de presión arterial por la tensión y ansiedad, pero al poner la música no se dio tal aumento. Además, los que usaron auriculares informaron que sintieron menos dolor. La campaña también busca transmitir cómo podemos escuchar y percibir los ritmos que este posee, ya que sabemos que la música culta obtiene y modifica ritmos y notas musicales desde otro género pero esta la convierte en una excelente pieza musical. (Mendez, 2012)

El fin, de la campaña sería hacer un cambio en el pensamiento de los jóvenes para que tomen consuman este género de música y se pueda apreciar un cambio en la educación musical de la sociedad dominicana.

Marco de referencia (teórico -conceptual)

•El marco Referencial:

El objetivo de este proyecto de investigación es proponer una campaña virtual a través de las redes en conexión con un sitio web para el desarrollo del género clásico en Santo Domingo. Lo primordial es llegar a los jóvenes que según el estudio de consultora internacional Pew Research Center menciona Un 92% de los adolescentes encuestados reconoció conectarse al menos una vez por día. Y un 24%, es decir uno de cada cuatro, asumió mantenerse online prácticamente todo el día. (Anónimo, 23)

El estudio pretende ser una incursión en la difusión de la música en nuestro país. En el mismo se dilucidará sobre los apuntes históricos de los diferentes grupos étnicos que a través del tiempo conformaron lo que es hoy la música clásica dominicana, Se pretende crear conciencia sobre el legado que dejaron y sobre los beneficios de consumir este género. El estudio del panorama de la música clásica explica la mezcla cultural que conlleva este género y en sí nuestra sociedad. (Victoria)

Para dar a conocer el género debe emplearse la publicidad y promoción de la música clásica de manera masiva, los medios virtuales tienen menos costos de publicación pero debe haber persistencia, realización de contenido de impacto y difusión al público meta y mucha organización. Como menciona Araceli Jimenez “La mercadotecnia es algo más que lanzar al mercado un buen producto, definir un precio llamativo y ponerlo al alcance del mercado meta” esto también se toma en cuenta para nuestro concepto. (Sanchez, 31)

•El Marco Conceptual:

Publicidad: La publicidad ya o se limita a un buen comercial televisivo, radial o impreso; tiene implicaciones en todo – desde construcción de marca, empaques, relaciones públicas, servicio al cliente, relación con empleados, promoción con celebridades, patrocinios, relaciones públicas – hasta la forma como las secretarias contestan el teléfono.(Sergio Zyman, 2004)

Campaña Publicitaria: Conjunto de acciones de comunicación publicitaria programadas en cuanto a objetivos, publico, duración, medios, soportes y presupuesto. (Gonzáles, 2005)

Medios Publicitarios: son los diferentes canales de comunicación a través de los cuales se transmiten los mensajes publicitarios. Comprende sólo los canales de comunicación que sean impersonal y controlables. (Becerra, 2008)

Medios Convencionales: Estos son los medios principales por dirigirse hacia ellos la mayor parte de las inversiones de los anunciantes. (Becerra, 2008)

Medios no convencionales: estos reciben la denominación de Below The Line, estando formados por un conjunto de medios y actividades, entre los que se encuentran el marketing directo, la publicidad en los puntos de venta, el patrocinio, las ferias y exposiciones, los regalos y objetos publicitarios, las promociones de ventas y las relaciones públicas.(Becerra, 2008)

Música Clásica o Culta:

En realidad, el término debiera corresponder únicamente a la música culta compuesta en el período clásico, de mediados del siglo XVIII hasta principios del XIX. Comúnmente se le llama "clásica", pero los que saben, dicen que tal nombre se debe reservar para tal música, pero sólo para la que se hizo en un tiempo determinado, que se conoce como el período clásico de la música, aquel en el que brillaron Haydn, Mozart y el primer Beethoven. (Anónimo)

Aspectos Metodológicos.

Tipo de investigación

El tipo de investigación que se realizará es Aplicada ya que en esta buscamos resolver la problemática del escaso auge o consumo de la música clásica en los jóvenes dominicanos. Expondremos por medio de las Redes Sociales y un entorno Web su importancia y los beneficios que esta aporta a la sociedad en cuanto a salud, entre otros temas.

El tema será elaborado dentro del ambiente de los recitales y escuelas de música clásica Dominicana para ver los puntos de vista de los exponentes del género, también en el entorno social para así recopilar los datos necesarios que serán analizaremos para llegar a cierta conclusión.

Método de la investigación

Deductivo: Se utilizará para sacar conclusiones partiendo de los diversos resultados obtenidos durante las entrevistas, observaciones, encuestas.

Técnicas e instrumentos

Cuantitativa: recopilaremos datos numéricos de las conclusiones de cada respuesta por medio de las entrevistas, encuestas y observación, estos ayudarán a proyectar de manera clara los datos recopilados de la investigación, y así limitarlos y saber exactamente dónde inicia y en qué dirección va la investigación es decir, qué estrategia se puede aplicar para la campaña.

Observación: se utilizara para analizar cómo reacciona el público con relación al tema tratado.

Encuestas: se aplicará en los jóvenes con edades entre 13 a 25 años en diferentes escenarios (escuelas, universidades, entornos recreativos) para la recopilación de datos para la elaboración del concepto de campaña y la estrategia de medios.

Entrevistas: se aplicará a los exponentes del género y los que trabajen en esta área ya que son entes claves para la investigación.

Tabla de contenido del informe final.

Portada	
Agradecimiento	
Dedicatoria	
Resumen ejecutivo	
Introducción	
Capítulo I. Música clásica dominicana	
1.1. Realidad de la Música en República Dominicana	
1.2. Origen y desarrollo de la música clásica	
1.3. Música clásica dominicana o de cámara folklórica	
1.3.1. Exponentes y academias de la música clásica dominicana	
1.3.2. Conciertos de música clásica	
1.3.3. Beneficios	
Capítulo II. Redes sociales, herramienta para la publicidad	
2.1. Redes Sociales	
2.1.1. Concepto	
2.1.2 Diferentes redes sociales	
2.2. Casos de campañas sociales exitosas en redes sociales	
2.3. Análisis de la oportunidad de crecimiento por el uso de las Redes Sociales	
Capitulo III. Análisis Previo	
3.1. Tipo de investigación	
3.2. Métodos, Técnicas e instrumentos	
3.3. Población y Muestra	

Capítulo IV. Difusión de la realidad de la música clásica

4.1. Concepto

4.2. Publicidad digital

4.2.1. Redes sociales

4.2.2. Estrategia de comunicación en las redes

4.2.3. Artes

4.2.4. Contenido

4.3. Pagina Web

4.3.1. Estructura y contenido

4.3.2 Conexión entre Redes sociales y Página Web

Conclusión

Anexos

Recomendación

Bibliografía

Bibliografía Preliminar.

Anónimo. (n.d.). *Mflor*. Retrieved Marzo 16, 2016, from <http://www.mflor.mx/materias/temas/clasica2/clasica2.htmv>

Bassat, L. (1993). *Libro rojo de la Publicidad*. Barcelona: Ediciones Folio, S.A. Muntaner.

Becerra, G. (2008). *wordpress*. Retrieved Marzo 16, 2016, from <https://gasparbecerra.files.wordpress.com/2008/11/los-medios-publicitarios-diarios.pdf>

Gonzáles, P. P. (2005). *Diccionario de la publicidad*. Madrid: Complutense.

Martínez, R. B. (2013). *El ABC de las redes sociales*. Alicante: (e-Book).

Sergio Zyman, A. B. (2004). *El fin de la publicidad como la conocemos*. México: MCGRAW-HILL.

Victoria, J. P. *Panorama de la música Dominicana*. República Dominicana.

Anonimo. (2015 de Octubre de 23). *Infobae*.

Sanchez, A. J. (2014 de Julio de 31). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/estrategias-de-promocion-dentro-de-las-4-p/>

Victoria, J. M. (s.f.). *Panorama de la musica Dominicana*. Santo Domingo.