

PROYECTO INTEGRADOR
MÚSICA EMERGENTE POR BOGOTÁ
EMERGING MUSIC IN BOGOTÁ

Presentado por:

Andrey Stuardt Pulido

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Programa de Diseño Gráfico

Facultad de Bellas artes y Diseño

Proyecto de grado

BOGOTÁ - 2022

PROYECTO INTEGRADOR
EMERGING MUSIC IN BOGOTÁ

Presentado por:

Andrey Stuardt Pulido

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Programa de Diseño Gráfico

Facultad de Bellas artes y diseño

Bogotá - 2022 B

Tabla de contenido

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

- 1.1 Justificación
- 1.2 Objetivos
 - 1.2.1 Objetivo general
 - 1.2.2 Objetivos específicos
- 2. Revisión bibliográfica
- 3. Conclusiones
- 4. Lista de referencias

Resumen

El presente trabajo de investigación es un proyecto realizado para identificar e implementar los requerimientos y necesidades específicas que tienen como base el desarrollo de estrategias que permitan la creación de diferentes piezas de comunicación, implementadas para generar un efecto de visualización, interés y reconocimiento dentro de una población.

Debido al crecimiento y expansión que han tenido las tecnologías en el último siglo se ha llevado al uso de diferentes canales para la difusión de estrategias de comunicación, puesto que la demanda en el consumo de plataformas para la reproducción streaming de música, así como la implementación y el desarrollo de diferentes formatos a través de redes sociales y sitios web ha generado un impacto positivo dentro de una población. Todo esto con el fin de generar un mayor alcance y reconocimiento para la corriente de artistas que hoy forman parte de la diversa escena musical a lo largo y ancho de la capital colombiana.

Abstract

This present research work is a project carried out to identify and implement the requirements and specific needs based on the development of strategies that allow the creation of different communication pieces, implemented to generate a visualization and recognition effect within a population.

Due to the growth and expansion that technologies have had in the last century has led to the use of different channels for the dissemination of communication strategies, since the demand in the consumption of platforms for the reproduction of streaming music, as well as the implementation and development of different formats through social networks and websites has generated a positive impact within a population. All this in order to generate greater reach and recognition for the stream of artists that today are part of the diverse music scene throughout the Colombian capital

Palabras Clave

- Discográfica
- Emergente
- Estrategia
- Marketing
- Musicalidad

Keywords

- Emerging
- Marketing Strategy
- Musicality
- Label
- Strategy & Strategy

Introducción

En el campo de la música existen varios factores más allá del proceso de interpretación, composición y producción que varían de acuerdo a las necesidades de cada artista. Detrás del éxito que hoy tienen muchos cantantes, orquestas, bandas entre otros se debe en gran parte a todo un proceso de marketing por el cual pasan antes de lanzarse al amplio mercado. *“Es el arma que nos permite conectar intelectual y emocionalmente con nuestros clientes, es ese tipo de marketing que nos hace relevantes”*. (Luís Huete, 2010).

La necesidad de mostrar a los artistas a través de diferentes formatos como el lp, cd, cassette y hoy con el uso de plataformas se emplean sencillos con portada digital. Sin esto nos costaría hoy día imaginar al desnudo un disco en formato físico. Fue por esto cuando Alex Steinweiss y esa idea de la envoltura para el cd nace más concretamente en el siglo XX. *“Steinweiss pensó que sería una buena idea adornar las carátulas con ilustraciones y motivos que reflejaran el espíritu de la música que contenía los discos”*. (López Medel, 2008, p.1). *“El packaging de la música”*.

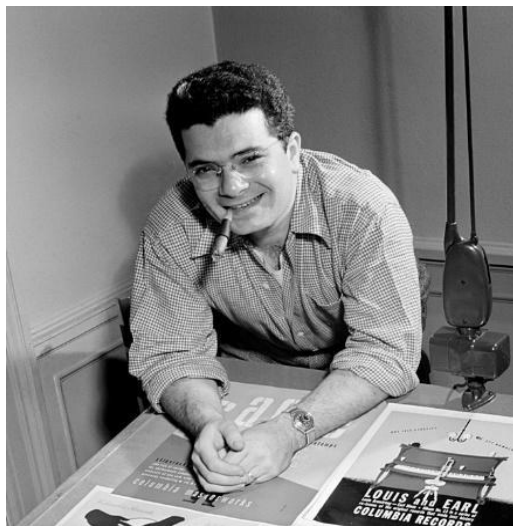
Alex Steinweiss fue un diseñador pionero de la compañía Columbia Records, el primero en darse cuenta de la importancia de vestir los discos de aquella época, ya que solamente se cubrían con una bolsa de papel haciendo que los vinilos resultaran con rayones y quedarán sin la previa escucha del público y sus fanáticos. *“Los factores temáticos, dinámicos y rítmicos se ilustraban con las correspondientes formas ópticas y los matices del tono mediante la selección de colores que interpretaba el contenido emocional de la composición en cuestión”*. (Pichón Rivière, 2012, p.12). *“El diseño gráfico y los géneros musicales”*.

Esto no solo cambió el transcurso del mercado, puesto que la primera caratula ilustrada fue elaborada por Steinweiss cuyo éxito fue total ventas, sino que también permitió la visualización y el reconocimiento de los artistas a través de portadas memorables y cuyo formato logró mezclar herramientas del diseño con la musicalidad. *“El diseño gráfico*

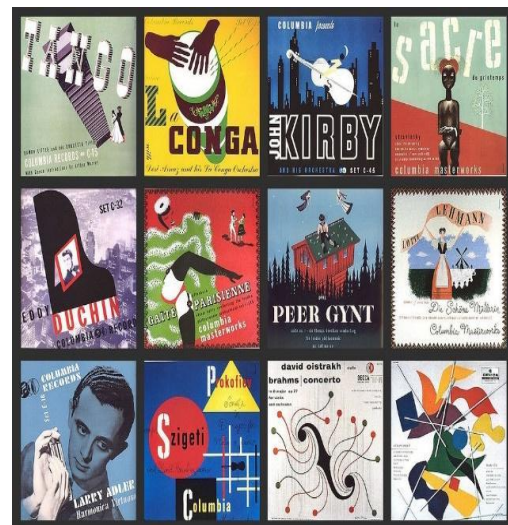
aplicado a las portadas de discos se convertiría con el tiempo en un vehículo publicitario para todas las compañías discográficas”. (López Medel, 2009. p.22)

Es conciso realizar una corta contextualización de la historia de estos formatos, de la cual surgió desde su desarrollo con las carátulas de Steinweiss y de cómo fue transformándose de acuerdo con unas necesidades, movimientos, parámetros que junto con el diseño gráfico tuvieron una evolución al igual que piezas de mayor peso informativo como carteles, poster y fanzines. *“(Es por el hecho de ser gráfico, más que por ser diseño) y por ser comunicación (más que por ser visual) lo que hace del diseño un lenguaje específico con transmisión de información”. (Joan Costa, 2014. p.93)*

Alrededor de los años 40 pasando la segunda guerra mundial, la compañía RCA Víctor, compra una discográfica más pequeña llamada Columbia Records, allí ejerció como director creativo, pero tuvo que generar una estrategia de marketing inusual para poder atraer y llegar a un público con un perfil mucho más modernizado. (Philip Meggs, 2009).



1. Figura 1 Alex Steinweiss – Diseñador
álbumes Siglo XX



2. Figura 2 Portadas de



3. Figura 3 Packaging para discografía Album



4. Figura 4 Frank Sinatra -



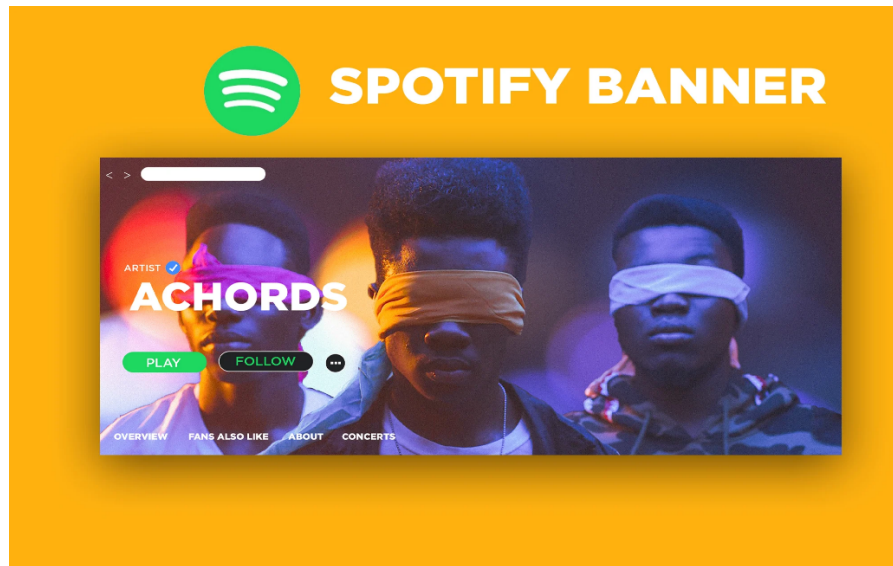
1. Figura 5 Fania All Stars – Ejemplo de portada para Vinilo



2. *Figura 6 Poster musical Ramones*
Figura 8 Cover art 2021

7. *Figura 7 Fanzine años 80*

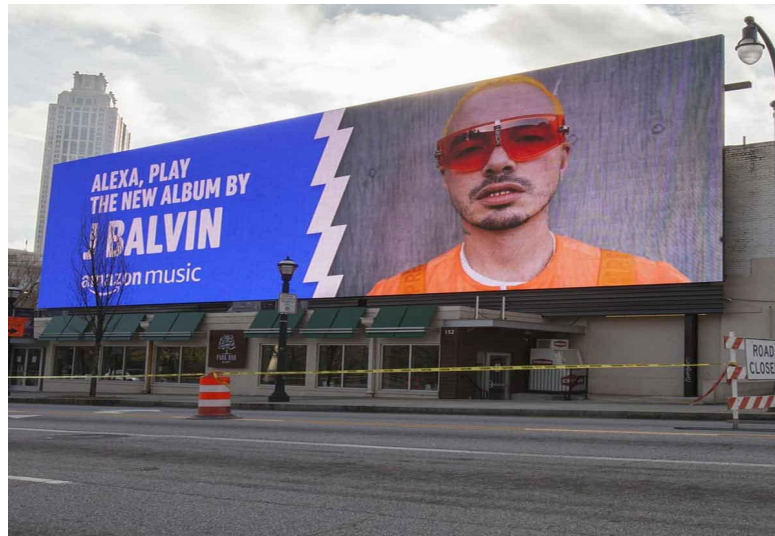
8.



9. *Figura 9 Banner para plataformas Streaming / Spotify*



10. Figura 10 Anuncio valla publicitaria Times Square – Bad Bunny



11. Figura 11 Valla publicitaria promo álbum

Justificación

El siguiente trabajo de investigación se basa en exponer esa amplia relación que existe entre diseño gráfico y música, ambas trabajando como herramientas y canales de comunicación que nos han permitido de una forma sensorial el desarrollo de sensaciones como percibir, mover, visualizar, concebir formas y patrones, y hasta el desarrollo de nuestras propias emociones.

En pleno siglo XXI con el auge de las nuevas tecnologías y comunicaciones el mundo se mueve a través de lo visual, es debido citar a Michael Gagliano con *“La tecnología hace posible lo que antes era imposible, y el diseño hace que sea real”*. Es por esto por lo que nos enfocamos en investigar la evolución que existe entre el diseño discográfico, de cómo ha ido evolucionando desde su creación en el siglo XX hasta los formatos que conocemos hoy día. Pasando por una caratula del vinilo común, la portada creativa respectiva a una canción lanzada en diferentes plataformas como Spotify e incluso el gran banner que expone la información y fecha de lanzamiento de un artista musical.

Nos proponemos crear una agencia de publicidad llamada Diagrama Réconds cuyo enfoque principal es el impulso de artistas emergentes en Bogotá. Consideramos que la indagación en la

evolución de diseño discográfico, así como el modo en que se desarrolla una estrategia de comunicación, permitirá el desarrollo de mecanismos que promuevan el impulso de diferentes artistas dentro de la escena musical emergente en la capital de Colombia.

Esto permitirá no solo la creación de la imagen para el desarrollo de la carrera de estos artistas, sino que además impulsará la creación de proyectos independientes, así como el impulso y crecimiento de economías regionales.

Se desarrollará la investigación la cual nos permita tener una contextualización de lo que ha venido siendo el desarrollo dentro de la industria creativa y el diseño discográfico. Con esto ya abordaremos fundamentos clave para la creación de diferentes piezas y formatos a nivel gráfico enmarcados dentro del diseño y que pertenecen a una estrategia de comunicación.

- **Cartilla Informativa:** En este formato nos encargaremos de presentar a los diferentes artistas que hoy hacen parte del sonido emergente que rodea a Bogotá.
Dimensiones: 13,59 x 21.97 (media carta horizontal)
- **Infografía:** Formato diseñado como estrategia de campaña para lanzamiento de un single a cargo de un artista y elaborado por la agencia.
Dimensiones: 43 x 28 (tabloide)
- **Banner Spotify:** Pieza publicitaria interactiva con la información del single o álbum de uno de nuestros artistas y su propuesta valor.
Dimensiones: 750 px por 750 px
- **Banner para redes sociales:** Instagram, Facebook
Dimensiones: 1890 px por 1920 px

Objetivos

o General:

Analizar unas estrategias y piezas gráficas que permitan el impulso y promoción de diferentes artistas que forman parte de la escena musical emergente de Bogotá

o Específicos:

- o Determinar las piezas gráficas a desarrollar
- o Analizar cómo es la escena musical dentro de Bogotá
- o Identificar qué tipo de formatos son más allegados a un público
- o Desarrollar unas piezas clave que permitan la visualización

Revisión Bibliográfica

Andrey Stuardt Pulido

- (1) Corporación unificada Nacional de educación superior
- (2) Facultad de Bellas artes y Diseño

TEMA: Efectos que tiene el diseño grafico implementado sobre la industria discográfica

ANTECEDENTES: Consultar y revisar investigaciones sobre cómo se dio el desarrollo de la industria discográfica y la forma en la que se implementó el diseño gráfico, tipográfico y desarrollo visual dentro de los diferentes formatos. También sobre su evolución y de cómo ha transformando con el transcurso de los años debido al auge de las tecnologías.

RESUMEN:

La apuesta por la venta de álbumes debutó con el primer cover art o carátula creada por Alex Steinweiss, este diseñador que trabajó para Columbia Records y cuyo sello que vendía álbumes en formato 78 rpm (revoluciones por minuto) pero abultados en una carpeta y sin atractivo alguno. Encargó a Steinweiss su diseñador la idea que tenía en mente y era revestir un disco en especial, y cuyo éxito en ventas fue un total éxito comercial. Según López Medel en 2009 dijo “*el propio diseño discográfico es un área más del diseño gráfico con un largo recorrido histórico*”. Artistas de la talla de Frank Sinatra hasta orquestas mundialmente famosas como Fania All Stars se han valido del recurso gráfico de la portada como un integrante más dentro de la música. Steinweiss fue un genio creativo que tuvo una visión, citando nuevamente a Medel “*del vinilo al CD; del cartón de 2mm a la impresión en papel ilustración; del blanco y negro a la cuatricromía, haciendo del campo un arte que se ha transformado con el paso del tiempo, pero que en definitiva su espíritu visual no se ha perdido*”. Aunque sigue estando presente, si bien es cierto en esta era se ha ido perdiendo ya el formato CD, las portadas y el diseño discográfico se mantienen vigentes. Basta solo con entrar a plataformas como Spotify para ver ilustraciones, álbumes con ediciones fotografías y tipográficas y toda esa jerarquía de diseño.

BASES TEÓRICAS:

¿Cuáles son los momentos más importantes para destacar dentro de la industria del diseño discográfico y una de las causas de su desarrollo hasta lo que hoy conocemos?

¿Cuál es el factor clave por el que la industrias optan más hacia los medios digitales y el efecto de plataformas para una estrategia de campaña sobre un artista?

DISEÑO:

Se realizó una búsqueda de documentos como libros, artículos científicos y publicaciones académicas dedicados tanto a la historia del diseño discográfico como a su producción, y la influencia que esta rama ha ejercido formando una extensión más en la industria musical.

ESTRATEGIA DE BUSQUEDA:

Se realizó una búsqueda sistemática a través del portal Google Escolar o Google académico para textos pertenecientes a libros, artículos y tesis universitarias.

Conclusiones

Se lograron elaborar y plantear los objetivos propuestos para la creación de una estrategia de marca, la cual permita generar un estímulo dentro de una población. En esto se abordaron los principales aspectos de la industria discográfica tales como el desarrollo de ideas y el estudio de un mercado y su crecimiento.

En primer término, se concluyó que en Bogotá existen numerosos artistas dedicados a la industria musical, y que así mismo la ciudad ofrece un panorama amplio de sonidos como el rock, la música urbana, el pop, salsa y hasta la música de cuerdas.

El proyecto que realizamos contribuye de forma importante a la identificación de ciertos puntos que resultan clave para implementar de forma exitosa una estrategia, uno de estos es detectar que tipo de música suele consumirse con más frecuencia en la capital y como se pueden crear unas estrategias para que los artistas que hacen parte de estos logren tener un mayor reconocimiento dentro de la escena.

Lista de referencias

- | |
|---|
| 1. Clara Paula Pachón. (2012). El diseño gráfico y los géneros musicales. Repositorio Uni empresarial |
| 2. López Medel. (2009) (PACKAGING DE LA MUSICA, EL (Spanish Edition), s. f.) |

3. Philip Meggs (1984). Historia del diseño gráfico. Primera edición
4. Uzactegui Collado (2010). El diseño de portadas de CD como herramienta gráfica.
5. Goldán Jiménez (2016). Diseño de ilustraciones narrativas para un disco musical. Universidad politécnica de Valencia
6. Mcknight Trontz (2000). For the record the life and work Alex Steinweiss
6. Mcknight Trontz. (2000). For the record the life and work Alex Steinweiss
7. Carolina Santamaría. (2005). La nueva música colombiana. Universidad Javeriana de Bogotá
8. Rodríguez, G. J. A. (2013). El arte que envuelve los surcos. Aspectos más significantes del diseño de carpetas discográficas del pop español.
9. Guzmán. (2021). El diseño gráfico y su labor en la música discográfica. Universidad autónoma de Juárez
10. Hemingway Gerry. (1999). Columbia Records y la edad de oro del diseño jazzístico. Volumen Numero 9
11. Martínez-Salazar, G. (2021, 7 abril). idUS - Arte visual en la industria discográfica. idUS - Depósito de Investigación Universidad de Sevilla.
12. Bunnell, M. (2020, 21 abril). Diseño gráfico aplicado a discos compactos.
13. Sampertegui Navarrete, Esteban Andrés. (2022, 25 febrero). Repositorio Digital USFQ: Quarantine Sessions.
14. Calatayud, R. M. N. (2020, 11 noviembre). La ilustración en la industria discográfica. Tesis doctoral
15. Gaizka Insunza Aranceta (2016, 9 septiembre). La evolución de la industria discográfica: un análisis de los procesos de innovación en Europa.
16. García, J. L. C. (2011). La digitalización de la experiencia audiovisual de la música. Revista de estudios culturales
17. Twemlow, Alice. (2007). ¿Qué es el diseño gráfico? 2: manual de diseño.
18. Bennet, Roy. (2003, 3 de febrero). Léxico de la música.

19. Sanchez Saritama, Luís Joel. (2021). Marketing Digital en la industria del entretenimiento musical.
20. Martín, D. A. (2013). Música, industria y promoción: ¿cómo ha cambiado el marketing musical. Revista para el análisis de la cultura y el territorio
21. Brescia Marco (2016). La música impresa como fórmula de marketing comercial en el cambio del siglo XIX al XX.
22. López, P. J. A. (2020, 16 noviembre). El marketing en la nueva industria musical: aproximación al trap y las redes sociales
23. Ochoa, P. (2020, 1 enero). Estrategias basadas en el marketing musical para el posicionamiento de un artista independiente | Revista digital La Pasión del Saber
24. Howard, J. A. (1993). El comportamiento del consumidor en la estrategia de marketing.
25. Gómez, N. (2015, 1 julio). Invenciones de la colombianidad: Nueva Música Colombiana. Universidad Javeriana de Bogotá
26. Arias, E. (2017, 31 marzo). El rock en Colombia. Primera parte (1967-1992) - Surfin' Chapinero
27. Domínguez, P. S. (2021b, diciembre 1). Repositorio Institucional Universidad de Antioquia: Rock Nacional Colombiano: construcción e interpelación de una identidad narrativa.

