



Memoria de Proyecto de Título

Servicio de diseño comunicacional para proyectos musicales
de artistas de la escena nacional

José Joaquín Vivanco Arias

DUV 572

Escuela de Diseño / Universidad de Valparaíso

Profesor guía: Manuel Astudillo



VISION

INDICE

- I. MARCO TEÓRICO**
 - 1. CAPÍTULO 1: IMAGEN Y MÚSICA**
 - Definición de Música e imagen
 - Primera imagen en la música
 - Portadas de discos: Representación e identidad
 - Diseño y música: Colectivo Hipnosis
 - La nueva ola y los Hermanos Larrea
 - 2. CAPÍTULO 2: MÚSICA E IDENTIDAD**
 - Definición de Identidad en la música
 - La industria musical en la era digital
 - Aplicaciones y extensiones del concepto musical
 - Moda y música: Colecciones de ropa inspiradas en músicos y proyectos musicales
 - Moda y Comunicación
 - 3. CAPÍTULO 3: CONTEXTO DE LA ESCENA MUSICAL NACIONAL**
 - La escena musical nacional en la actualidad
 - Música y sociedad: Genero urbano
 - Protagonistas, características y códigos del genero urbano
 - 4. CAPÍTULO 4: LA CALLE COMO SOPORTE COMUNICACIONAL**
 - Expresión urbana como herramienta comunicativa
 - Expresiones artísticas en la urbe: mensajes y códigos visuales
 - Streetwear: Identidad y apropiación del espacio publico
 - 5. CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES**
 - Observaciones y conclusiones

II. MARCO DE ANTECEDENTES

1. PROPUESTAS COMUNICACIONALES EN EL GÉNERO URBANO

- Artistas del género urbano elementos diferenciadores y estrategias comunicativas
- Marlon Breeze y Jonas Sanche (moodboard de valores estéticos)
- La identidad del género urbano: espacios, códigos y formas
- Moodboard Género urbano

2. UDYAT MARCELINO: ARTISTA DEL GÉNERO URBANO

- ¿Quién es Udyat?
- Proyectos musicales desarrollados con Udyat
- Propuesta de valor de Udyat Marcelino: música y expresión urbana
- Moodboard de Udyat Marcelino

3. ESTADO DEL ARTE

- Disco “Istmo” de Dano
- Nelspvic
- Super fly
- Pedritos
- Moodboard marcas

III. PERFIL DE USUARIO

- Mapa de Empatía
- Caracterización del consumidor
- Moodboard usuario o cliente potencial

IV. EXPERIENCIA PERSONAL

- Cercanía con la música y con el género urbano
- Cercanía con la serigrafía como técnica de representación
- Conclusiones

V. FORMULACIÓN DEL PROYECTO

- Fundamento del Proyecto
- Oportunidad de Diseño
- Problemática
- Objetivos generales y específicos
- Propuesta conceptual
- Conceptos clave
- Moodboard Propuesta conceptual
- El Proyecto
- Sistema Producto
- Mapa resumen del proyecto

VI. DESARROLLO FORMAL

- Desarrollo de Marca
- Sistema Comunicacional
- Desarrollo de Productos
- Conceptualización de la colección
- Referentes de estilo y forma
- Referentes de fotografía
- Croquis de forma: figurines y observaciones

Conclusión

Bibliografía

INTRODUCCION

Este proyecto enmarca las temáticas de la identidad, la representatividad, las expresiones urbanas, y como estas se relacionan con la música. Mi motivación para desarrollar este proyecto nace gracias a la admiración y gusto por la música que he sentido durante toda mi vida, particularmente en mi adolescencia cuando la música pasó a convertirse en un algo más trascendental he importante, siendo incluso artífice de cosas como mi apariencia, mis gustos y motivaciones. Con los años he podido observar que no solo es algo que me haya sucedido solo a mí, ya que es visible que la música está presente cada vez más en nuestro entorno y ha logrado convertirse en un medio para expresar mensajes, tan variados como tipos de música existen.

Lo fascinante es lo que nos genera a nivel personal como colectivo, complementándonos y generando un sinfín de sensaciones y emociones. La capacidad de poder representar estas emociones y sensaciones es lo que me llama la atención del arte y específicamente veo en el diseño, una herramienta para plasmar estos mensajes. Es así como con la primera portada de disco que esta “identidad” o representatividad musical nació, y se comenzó a aplicar la idea de que la imagen que contenía el disco era tan valiosa e hipnotizante como su contenido.

CAPÍTULO 1

Marco Teórico

1.IMAGEN Y MÚSICA

DEFINICIÓN DE MÚSICA E IMAGEN

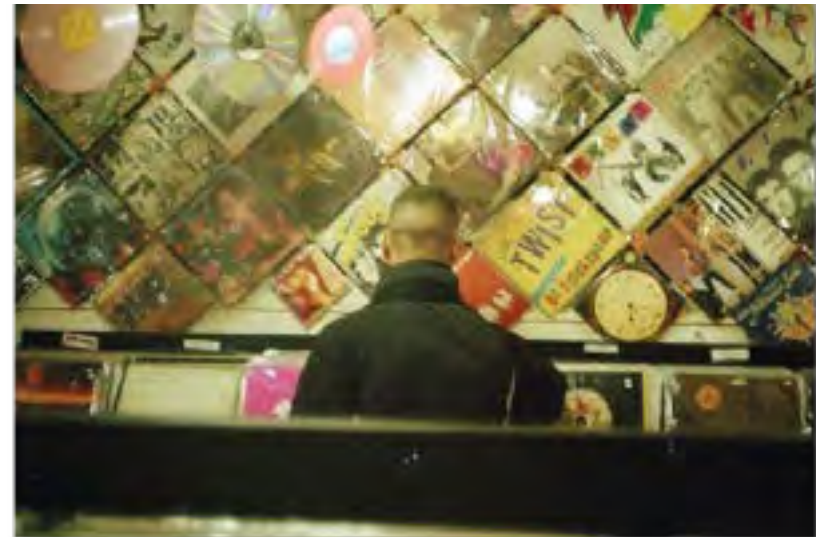
La música es un conjunto de sonidos y silencios, organizados de manera lógica, que se rige por una serie de leyes como la armonía, el ritmo y la melodía, **haciendo uso de la sensibilidad que caracteriza al ser humano con respecto a la emoción y percepción de elementos artísticos.** Como todas las manifestaciones artísticas, es un producto cultural. El propósito de lo que es la música y escuchar música, representa el arte de provocar una experiencia estética en el oyente y expresar sentimientos, emociones, circunstancias, pensamientos o ideas. ¹

El concepto de imagen tiene su origen en el latín imāgo y permite describir a la figura, representación, semejanza, aspecto o apariencia de una determinada cosa. ice la teoría que una imagen es también la representación visual de un elemento que se logra a partir de técnicas enmarcadas en la fotografía, el arte, el diseño, el video u otras disciplinas. ²

¹ <https://conceptodefinicion.de/musica/>

² <https://definicion.de/imagen/>

Tonalidades, composición, semántica, construcción, intencionalidad, el mundo de la música y diseño tienen muchísimos puntos en común. Pero más allá de las cuestiones técnicas, este último tiene mucho para aportar a la industria musical sobre todo desde el punto de vista del márketing y la construcción de marca.



PRIMERA IMAGEN EN LA MÚSICA

La portada de discos como la conocemos actualmente es parte de un proceso, de una evolución en la Música y en el Diseño Gráfico, ya que tiene que ver con un avance en el soporte de la música, desde el Gramófono hasta lo más nuevo que hoy conocemos. Cada soporte anuncia su propio diseño y forma de mostrarse al mundo, en este punto el **“disco de Vinilo” fue para el diseño la forma de enlazar el Arte con la Música**, ya que reunía una serie de propiedades que lo hacía una prospera manera de mostrar algo que jamás se había pensado. Hasta que un día la industria discográfica descubrió que para vender más discos quizás habría que completar la obra con un diseño sugerente.

Nace así el arte del diseño de carátulas en 1939 cuando Alex Steinweiss, amante del art decó y la Bauhaus director de arte de Columbia Records, **creó la primera portada de disco usando técnicas de diseño gráfico**. Alex Steinweiss, que trabajaba como director artístico en la Columbia Records, propuso incorporar una ilustración en el contenedor de los discos.³

Alex Steinweiss, diseñó la que se considera la primera portada de la historia, para el disco “Smash Song Hits”, con música de

Richard Rodgers y Lorenz Hart, interpretada por la Imperial Orchestra. En 1940 el joven diseñador Alex Steinweiss, diseñó la que se considera la primera portada de la historia, para el disco “Smash Song Hits”, con música de Richard Rodgers y Lorenz Hart, interpretada por la Imperial Orchestra.

El trabajo de Alex Steinweiss cambió la forma en que se veía y escuchaba la música, posicionando al diseñador como integrante del proceso de creación de un álbum, otorgándole forma y carácter al contenido musical. A partir de esto artistas, ilustradores y fotógrafos vieron en esta nueva industria una forma de expresar y extender el oficio.



³ https://wiki.ead.pucv.cl/El_hombre_y_la_portada_de_disco

PORTADAS DE DISCOS: REPRESENTACIÓN Y RECONOCIMIENTO

A partir de la portada de Alex Steinweiss comenzaron a salir a la palestra diversas portadas y carátulas de discos, de variados estilos, colores, de artistas y grupos que fueron el boom de la juventud entre los 50' y 60'. Las portadas de álbumes se convirtieron en un espacio experimental para la fotografía más atrevida o para el diseño más conceptual sin perder de vista claro está, la música.

Algunos de los elementos y recursos gráficos utilizados en las portadas contenían manifestaciones tipográficas y cromáticas originales, junto el uso y edición de la fotografía.

A lo largo de la historia se han hecho muchas portadas de discos, las más icónicas se han destacado en ocasiones por originalidad, otras por la rebeldía o atrevimiento del mensaje, a veces por su simplicidad o complejidad, o sencillamente porque poseen cierto elemento diferenciador que hace posible su recuerdo y reconocimiento en el tiempo. La autenticidad y creatividad puesta en la cara visible de disco fueron conceptos claves para su reconocimiento.

DISEÑO Y MÚSICA: COLECTIVO HIPNOSIS

Como muestra de la construcción de la identidad de un proyecto musical por medio del diseño de portadas, me es necesario ejemplificar con el trabajo del colectivo Hipnosis. Eran un grupo de diseñadores gráficos naciente en Inglaterra en el año 1968 que marcaron una fuerte tendencia en las portadas con su primera obra creada para Pink Floyd, esta compañía trabajaba con lo onírico y lo simbólico, esto va acompañado del estilo de música que caracteriza a la época, rock progresivo, música, drogas, etc.

Entre la diversidad de portadas que realizaron es posible destacar su estilo y gusto por lo surreal lo cual es evidente en todas ellas, presentándose casi siempre con fotografías reales o técnicas de fotomontaje que remiten a los viejos dadaístas. Respecto de las figuras humanas, suelen aparecer realizando acciones concretas que en muchos casos escapan del entendimiento racional.

COLECTIVO HIPNOSIS



LA NUEVA OLA Y LOS HERMANOS LARREA

El año 1967 fue el de la consolidación del incipiente rock nacional, aun cuando tuvo escasa difusión, algunos sellos realizaron un esfuerzo por editar una gran cantidad de discos con este tipo de música y los grupos que editaron sus discos fueron en su mayoría los más relevantes de la escena local y **muchos de ellos realizaban covers de grupos rockeros ingleses, de los cuales además de adoptar sus letras y canciones, emularon también su estilo y visualidad**

Durante el mismo año, los emergentes grupos de rock chilenos grabaron una serie de discos importantes con un cambio en el discurso musical nacional. El rock vino a romper con todo lo conservador y sus referentes clásicos norte americanos, los nuevos grupos fueron un signo de los nuevos tiempos de un Chile que se situaba en la modernidad de los cambios de la historia política, cultural y social contemporánea.

Varias de sus portadas iniciaron los primeros signos de un diseño inspirado en la psicodelia, utilizando especialmente la tipografía decorativa, ornamental, ajena a una construcción rigurosa. Además, muchas de las caratulas dieron cuenta de las nuevas formas de vestirse, peinarse, el desenfado de las posturas atípicas.

⁴ <https://wiki.ead.pucv.cl/images/4/45/Capitulo2pres.pdf>

LOS HERMANOS LARREA

Los hermanos Vicente y Antonio Larrea Mangiola nacieron en Linderos, localidad rural en la comuna de Buin, cerca de Santiago de Chile. **Su producción fue un referente para la gráfica chilena de la transición entre las décadas del sesenta y setenta, en un momento de búsqueda de las raíces latinoamericanas.**

El uso de formas cerradas, el alto contraste, las tintas planas, los contornos irregulares y el trazo manual de los caracteres, elementos gráficos propios del grabado y el mural, fueron trasladados a otros sistemas de producción como la serigrafía y la impresión offset, procedimiento que marcó su sello plástico.

Los hermanos Larrea diseñaron más de cien caratulas de discos y muchas de ellas para el DICAP (Discoteca del Cantar Popular), así como también cerca de 250 carteles entre los años 1964 y 1973, folletería, revistas, logotipos, papelería, etc. ⁴

2. MÚSICA E IDENTIDAD

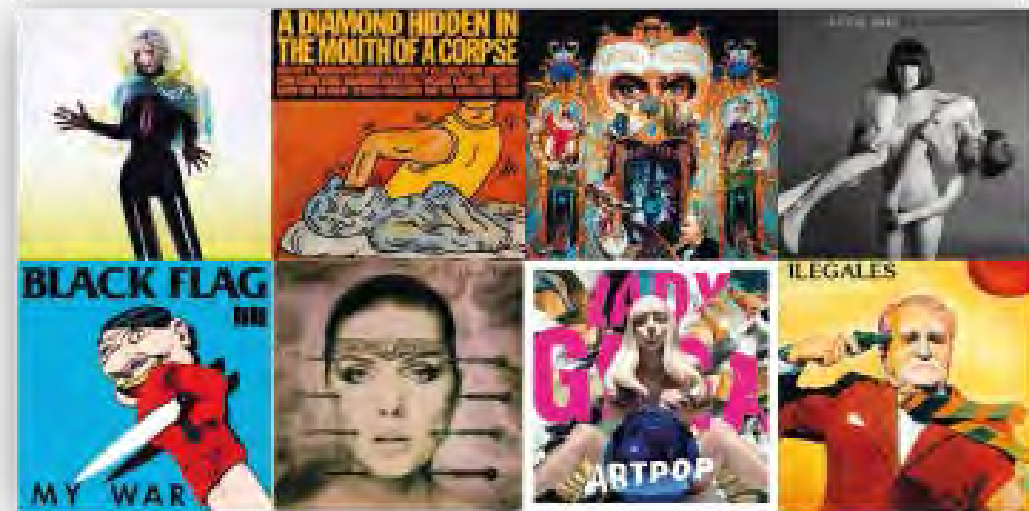
DEFINICIÓN DE IDENTIDAD EN LA MÚSICA

La posibilidad que cada ser humano tiene de reconocerse a sí mismo es a lo que se ha denominado identidad, pero el hecho de que la identidad se construya en entornos naturales y socioculturales precisos complica enormemente su significado, de lo que se desprende no sólo la pluralidad de identidades posibles, sino también las transformaciones y modificaciones que sufre una identidad concreta bajo el influjo de las influencias sociales y del paso del tiempo.

La identidad es también lo que se relaciona con la pertenencia a un grupo que comparte valores y características comunes. Hay unidad entre los miembros. El reconocimiento de unos por otros se produce alrededor de esta identidad común.

Gracias a esto es que posiciono a la música como una **gestora de identidades colectivas**, dando paso a su reconocimiento como grupos sociales que se forman gracias a su afinidad y gusto musical. Por ello es posible denominar como “identidad musical” a aquellos aspectos auténticos, especiales y diferenciadores que

se desprenden de un músico o álbum, que motivan a sus oyentes a adquirir dichos aspectos a su modo de vida.



⁵ file:///C:/Users/jotaa/Downloads/ecob,+NOMAO808230211A.PDF.pdf

LA INDUSTRIA MUSICAL EN LA ERA DIGITAL

Los continuos cambios tecnológicos que han tenido lugar en las últimas décadas han reestructurado la industria musical, dentro de la cual los músicos encuentran nuevos caminos a su alcance para hacer realidad sus trabajos. El lugar común se asocia al impacto de internet en la circulación y distribución de música, además de la reducción de costos de otras tecnologías para la creación y grabación de esta. En torno a la tecnología y su impacto en las relaciones de actores y prácticas de la industria musical, está dada por la masificación de los medios sociales online y las plataformas de distribución de música digital. Ya que estos cambios han redefinido las habilidades y competencias de músicos y sellos musicales para lograr adaptarse a las nuevas tendencias imperantes.

El poder y la influencia de la industria musical anterior a internet se basaban fundamentalmente en el control de la distribución física. Internet ha vuelto cada vez más irrelevante la distribución musical física y las principales compañías afectadas han tenido que redefinirse para sobrevivir. Esta innovación no solo ha afectado a la industria como tal, sino que también a miles de músicos que han tenido que adaptar su modo de presentar y

hacer música en esta era digital, siendo la visibilidad de sus redes sociales un elemento fundamental a la hora de hacerse de una audiencia y publico seguidor. La constancia en estas redes es un factor clave, al igual que estar a la par sobre el conocimiento de las plataformas que hoy permiten, tener un perfil donde pueden encontrarse como músico, darse a conocer y disponer de sus proyectos musicales.



⁵ <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-industria-musical-en-una-era-de-distribucion-digital/>

APLICACIONES Y EXTENSIONES DEL CONCEPTO MUSICAL

Más allá de una portada: aplicaciones gráficas del concepto del proyecto musical

La música y el diseño se complementan mutuamente desde muchos puntos de vista, por ejemplo, la música es un elemento que acompaña activamente el proceso de hacer diseño siendo una gran fuente de inspiración, como también, un área en la cual el diseñador encuentra un integral de oportunidades en las que puede desarrollarse, a partir de la intención de representar gráficamente el concepto y visualidad de un proyecto musical.

Portadas de discos

Como vimos anteriormente en esta presentación, las portadas son una aplicación que, por medio de la representación gráfica, otorga una visualidad que resume y diferencia el proyecto musical.

Packagings musicales

La música en formato físico posee ciertos elementos muy propios de su formato que lo hacen del gusto muchos que siguen utilizando los formatos clásicos, también siendo un claro objeto de coleccionismo. Vivimos, así, el resurgir de las ediciones especiales, que tratan de ofrecer una experiencia más rica y completa al oyente.

Merchandising

El Merchandising es un recurso utilizado durante muchos años en la industria musical el cual conforme a la actualidad ha evolucionado mucho y existen muchas maneras de mostrar utilizar un objeto que demuestre la admiración hacia determinados géneros musicales. Ya no basta con una polera básica con el logo de la banda en medio, hoy en día existen colecciones completas inspiradas en el artista.

Carteles

Este recurso es utilizado durante mucho tiempo, siendo una de las mejores vías para traducir en imágenes las emociones que produce la música en directo, además de su carácter informativo, infaltable para eventos, festivales, conciertos, etc. Un cartel musical debe hablar del estilo del artista que lo diseña, pero sobre todo debe ser capaz de transmitir a quien lo mira qué tipo de música produce la banda o el festival que anuncia.



MODA Y MÚSICA: COLECCIONES DE ROPA INSPIRADAS EN MÚSICOS Y PROYECTOS MUSICALES

Los continuos cambios tecnológicos que han tenido lugar en las últimas décadas han reestructurado la industria musical, dentro de la cual los músicos encuentran nuevos caminos a su alcance para hacer realidad sus trabajos. El lugar común se asocia al impacto de internet en la circulación y distribución de música, además de la reducción de costos de otras tecnologías para la creación y grabación de esta. En torno a la tecnología y su impacto en las relaciones de actores y prácticas de la industria musical, está dada por la masificación de los medios sociales online y las plataformas de distribución de música digital. Ya que estos cambios han redefinido las habilidades y competencias de músicos y sellos musicales para lograr adaptarse a las nuevas tendencias imperantes.

El poder y la influencia de la industria musical anterior a internet se basaban fundamentalmente en el control de la distribución física. Internet ha vuelto cada vez más irrelevante la distribución musical física y las principales compañías afectadas han tenido que redefinirse para sobrevivir. Esta innovación no solo ha afectado a la industria como tal, sino que también a miles de músicos que han tenido que adaptar su modo de presentar y

hacer música en esta era digital, siendo la visibilidad de sus redes sociales un elemento fundamental a la hora de hacerse de una audiencia y publico seguidor. La constancia en estas redes es un factor clave, al igual que estar a la par sobre el conocimiento de las plataformas que hoy permiten, tener un perfil donde pueden encontrarse como músico, darse a conocer y disponer de sus proyectos musicales.



⁶ <https://www.redbull.com/es-es/nightlife-musica-moda-12-colaboraciones-sorprendentes-entre-artistas-y-marcas>

Rosalía y Pull & Bear

En el año 2019 Pull & Bear, una de las filiales de Inditex enfocada al público más joven, decidió llevar a cabo una colección cápsula con la cantante: Pull & Bear by Rosalía. La acogida fue tal que tan sólo unos meses después llegó a las tiendas el segundo capítulo de esta colaboración. Ambas, tanto la primera colección como la segunda bebían de la estética street de la artista y del espíritu desenfadado de la marca.

Dentro de un contexto urbano y deportivo, vestidos asimétricos, estampados floreados, colores flúor y plataformas demostraron que el estilo de Rosalía no es de los que pasa desapercibidos.

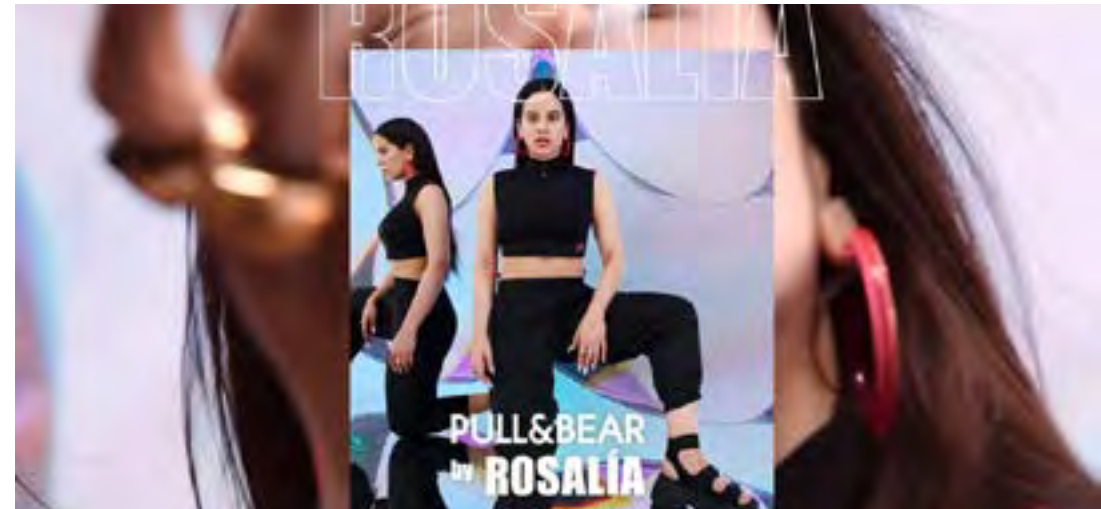
Billie Eilish y Bershka

Billie Eilish, pese a su apabullante juventud, es uno de los grandes fenómenos de la música de la última década. Lo es por su voz y sus versátiles, oscuras, vibrantes y melancólicas creaciones musicales, pero también por su estilo y su presencia artística. Su colección cápsula que vio la luz a principios de este año se caracterizaba por ser agender, es decir, no tener distinción de género y adecuarse a todo tipo de cuerpos. El estilo era completamente streetwear con volúmenes extremos, estampados de estética anime y manga con cierto toque de elementos brillosos que tanto le gusta utilizar a la cantante.

Bad Bunny y Crocs

El cantante puertorriqueño es una de las figuras más influyentes de lo que hoy en día hemos quedado en catalogar como género urbano. Una posición privilegiada que ha alcanzado gracias a su visión musical pero también a su apuesta estética llamativa y que no responde a etiquetas tradicionales.

Su diseño particular de Crocs se vendía en dos colores, blanco o verde, ambos brillaban en la oscuridad y, además contaba con varios pins Jibbitz especiales: un conejo, una llama, unas estrellas y un planeta, concretamente Saturno. Estos elementos concretamente fueron inspirados en la personalidad y estética del cantante.



⁵ <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-industria-musical-en-una-era-de-distribucion-digital/>

MODA Y COMUNICACIÓN

En la actualidad **la moda cobró una importancia fundamental para la sociedad, gracias a los medios de comunicación masivos.**

A través de estos se difunden las noticias sobre novedosos productos y sus cualidades. O se presentan personajes famosos que defienden o utilizan una determinada marca. Estas son algunas acciones empleadas por la publicidad y el marketing, para poner en boga o de moda, un concepto, un producto o un estilo de vida.

La moda ha sobrepasado su función original, de utilidad (protección contra el clima, el ambiente) y ha pasado a ser una forma de comunicación no verbal. La moda como forma de expresión, contribuye al diálogo entre los individuos. Es el lenguaje a través del cual damos a conocer nuestra propia identidad, y esto genera una interacción con los que nos rodean. **Es el reflejo de nuestra forma de ser y constituye un medio de construcción y estructuración social.**

Como todo elemento creado por el hombre, el vestido puede ser considerado un signo, tiene la cualidad de expresar desde acontecimientos sociales, culturales e ideológicos (dado que es

un elemento altamente permeable a los hechos sociales) hasta expresar nuestra identidad; nos permite reconocer a los demás y nos incita a darnos a conocer, por lo tanto, podemos afirmar que el vestido es un comunicador. En este sentido el vestido pierde su valor-objeto, pierde su funcionalidad física, adquiriendo un va fundamentalmente comunicativo, deja de ser un simple objeto para convertirse en un signo.

En la sociedad actual se deja de lado la palabra y se le rinde culto a la imagen, es por lo que se reconoce la importancia de la moda como sistema de comunicación, que complementa la modalidad expresiva del cuerpo, configurando de esta manera un verdadero lenguaje visual.

⁷ Moda y comunicación. Yanina Rojas, Natalia

3. CONTEXTO DE LA ESCENA MUSICAL NACIONAL

LA ESCENA MUSICAL NACIONAL EN LA ACTUALIDAD

La industria de la música se ha caracterizado por ser **una de las más afectadas por el desarrollo tecnológico, especialmente en los últimos veinte años**. Por ejemplo, la baja en los costos de programas, máquinas e instrumentos tiene a músicos – profesionales y aficionados- con estudios caseros para grabar y circular sus creaciones. Además, la posibilidad que otorgó internet de intercambiar fácilmente cientos de canciones ya sea de manera gratuita o pagada, redefinió el funcionamiento de los sellos, así como facilitar las posibilidades de distribución de música. Posteriormente, la masificación de los medios sociales online como Facebook, YouTube, Instagram y Twitter para promocionar, circular y consumir música, ha redefinido los hábitos de músicos, sellos y fans a la hora de crear, circular y escuchar música.

Hoy en día, músicos, sellos y audiencias (o fans) al incorporar las tecnologías digitales en sus actividades cotidianas operan

como productores y consumidores que facilitan la existencia de la escena y su industria. En Chile, estas transformaciones han corrido a la par con los tiempos, dinámicas y discursos a nivel global. Si hay algo que caracteriza a la cultura musical de nuestro país, es el interés por saber qué está pasando en otras latitudes en diversos campos de producción cultural.

Esto no solo se traduce en una apropiación y mixtura de estilos musicales, sino también en los discursos y prácticas en torno al papel que juega la comunicación digital y el uso de tecnologías digitales en la promoción, circulación y consumo de música.



⁸ <https://culturasocialmedia.uai.cl/web/wp-content/uploads/2021/10/Musicossellosyfansenlaeradigital.pdf>

MÚSICA Y SOCIEDAD: GENERO URBANO

Se trata de un género musical que engloba distintos estilos o influencias, pero que se caracteriza por su origen urbano, especialmente de los sectores populares de las ciudades. El hip hop, por ejemplo, ha sido el subgénero que más ha influenciado en lo urbano a lo largo de los años, mezclándose con otros ritmos para dar origen a los sonidos nuevos y pegajosos que van apareciendo.

La denominación de música urbana se acuñó en los años '70 y '80 en Estados Unidos para referirse a las músicas nacidas en las calles de las grandes ciudades, particularmente el hip-hop. En el siglo XXI el concepto creció con la penetración de ritmos latinos y otras fórmulas musicales en esos mismos contextos. El reguetón, originario de Centroamérica, y el trap, vertiente del rap nacida en Atlanta y vinculada al narcotráfico, se extendieron por Estados Unidos y el mundo en una avasalladora moda mundial, y en algunos países —como Chile— también fue etiquetada entonces como música urbana.

Bajo estas influencias musicales también se generó una estética reconocible del género la cual es identificable dentro de sus máximos exponentes. Además de lo musical la vestimenta, el estilo y la apariencia, son elementos que no pasan desapercibidos dentro del género, así mismo como la necesidad de destacar con

propuestas que amparadas por los medios de comunicación masivos, específicamente redes sociales, logran una inmediata recepción de sus fans, quienes al sentirse representados adoptan parte de la esencia de estos músicos.



PROTAGONISTAS, CARACTERÍSTICAS Y CÓDIGOS DEL GÉNERO URBANO

El boom de la música urbana en Chile está siendo cada día más evidente y se ve reflejada en la gran cantidad de artistas como: Pablo Chill-E, Polima Westcoast, Paloma Mami, Ceaese, por nombrar algunos. Si bien algunos de ellos hoy son reconocidos a nivel mundial, todos son bastante jóvenes y rodean los 25 años, además de compartir aspectos estéticos y musicales, son los artistas nacionales más escuchados en Chile, según Spotify.

Podemos entonces destacar varios elementos y fundamentos de los exponentes de este género musical entre esas cosas está el sonido el cual como se menciona anteriormente es un sonido influenciado en géneros como el Reggaetón, Rap y trap. Otro punto en común es su estética urbana, de la urbe y para la urbe, la capacidad de hacerse reconocible por sus oyentes ya que lo que se describe en sus letras son de situaciones, conductas y acontecimientos que logran hacer ruido en lo que especialmente sería en el público juvenil, el cual puede ser reconocido como el sector al cual le influyen más los cambios socioculturales.

Por ello las temáticas de las canciones pertenecientes a este género no son ajenas a las demandas y problemáticas sociales, es más se hacen parte de ellas y defienden una postura al respecto.



4. LA CALLE COMO SOPORTE COMUNICACIONAL

EXPRESIÓN URBANA COMO HERRAMIENTA COMUNICATIVA

El término Street Art, apareció en los años 80 para referirse a un conjunto de expresiones artísticas realizadas en el entorno urbano, es decir, utilizando a la ciudad y al espacio público y privado como soporte. Según Bellosó Cristina, 2014 La expresión urbana o Street Art, nació con el propósito de ser un arte público para ser admirado por toda la sociedad; es un intento de abrir la galería y democratizar el arte, al ser el espacio público el que se ve intervenido.

Cuando hablamos de expresiones artísticas en el espacio urbano, es necesario diferenciar entre lo que es el graffiti y el street art. El primero mucho más invasivo, con un objetivo individual y tan superfluo como transmitir superioridad y constatar la presencia del grafitero. El segundo, con una estética más comprensible y un fin más profundo, remover conciencias, provocar cambios sociales y gustar. A pesar de que las denominaciones pueden resultar algo distintas dependiendo de cada artista o estudioso del tema, a grandes rasgos podemos encontrar estas diferencias. Pese a estos contrastes es necesario destacar sus similitudes, como la utilización del espacio público como lienzo, la necesidad

de utilizar el arte como medio para expresar mensajes o ideas y la utilización de técnicas análogas para su creación.



Lo que es el graffiti y el Street art de hoy en día ha sido producto de varios años de evolución tanto como en las técnicas utilizadas, como su objetivo, así también como la opinión pública en general respecto de su visibilidad. Podríamos concluir que hoy en día, indiferente si es un graffiti o una obra más elaborada resulta evidente destacar la necesidad de hacerse notar en el entorno de la calle, ya sea por su atrevimiento, estética, mensaje o representación; el graffiti tanto como el street art busca destacar, no sigue normas, es autentico y a ratos avasallador, pero es lo que es y es tan autentico como incontrolable. Su aspecto más destacable es que su relación con el espectador es más directa que la de las obras pertenecientes a museos, dado que se encuentra en el tejido urbano y es visible para toda la población y no sólo para un número limitado de personas.

Este tipo de expresión libre nace en la calle y se desarrolla en la calle, por lo tanto, intervienen constantemente el paisaje urbano y establece canales comunicativos con los habitantes. Esa intención de intervenir y provocar algo en el receptor del mensaje es la naturaleza propia de la expresión urbana, ser espontánea, irónica, comunicativa y libre.



EXPRESIONES ARTÍSTICAS EN LA URBE: MENSAJES Y CÓDIGOS VISUALES

Cuando hablamos de expresiones artísticas en la urbe, debo reconocer que suena como un término bastante amplio en el que bien podrían incluirse disciplinas como el teatro o la música. Es por lo que me es necesario delimitar que las expresiones que me interesa detallar en este proyecto son aquellas relacionadas a lo que es el street art y la expresión artística del grafismo en la urbe, siendo la apropiación y manifestación en el espacio público el aspecto más interesante de destacar. Dentro de esta expresión artística es posible reconocer varias técnicas y métodos para plasmarse, de las cuales puedo mencionar las siguientes: Tags, Graffiti o “bombas”, Stencil, Stickers y Engrudo.

STREETWEAR: IDENTIDAD Y APROPIACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO

Como anteriormente vimos la moda es un fiel reflejo de los acontecimientos socioculturales, así como un método para mostrar nuestra identidad a los demás. A partir de esto es que surge el término del Streetwear, término que definiré amparado de la palabra del diseñador Virgil Abloh a través de M2 Presswire (2018) el cual sostiene que “el streetwear es un movimiento artístico, no solo se trata de indumentaria, es una cultura que encuentra su expresión en la ropa”. Además, el mismo diseñador

estadounidense sostiene que esta moda es considerada también como un estilo de vida. Para ser más específicos La moda streetwear surge entre los años 80 y 90 en los núcleos urbanos con el único objetivo de crear una moda sin artificios y anteponer la comodidad y estilo antes que todo. “De la calle para la calle” esta moda nace como un reflejo de lo que sucede en la urbe, y es utilizado como un método para subsistir en ella. Comodidad, estilo y mensaje sus pilares fundamentales.

Las personas que consumen este tipo de prendas son personas que encuentra en esta forma de vestir su identidad, resaltando el gusto por las morfologías básicas, cómodas y que a su vez tienen una gran diferenciación estética del resto de la moda convencional. Los jóvenes que son parte de este mundo encuentran en el vestir una forma de diferenciación dentro de la sociedad, se ocupan de la visualidad, del cuidado de las prendas, del discurso de las marcas y de la exclusividad.

OBSERVACIONES Y CONCLUSIONES

A modo conclusión y repaso de los capítulos anteriormente expuestos, puedo reunir las siguientes observaciones, pensamientos y aseveraciones.

- **Posiciono a la elaboración de la primera portada de disco como la primera representación grafica de la música. Responsable de dotar de identidad al proyecto musical, siendo un resumen o síntesis visual del contenido.**
- **A partir de este hecho es que se empezaría a explorar y desarrollar la identidad gráfica de los músicos, siendo la identidad un elemento incondicional para la diferenciación en la escena musical.**
- **Por otro lado, repasando lo que sería la actualidad en el contexto musical de la esfera nacional surge el genero urbano como un estilo musical que nace en base a la urbe donde las problemáticas sociales, el estilo y la identidad de cada artista del género, son elementos reconocibles dentro de sus propuestas musicales.**
- **El género urbano, la utilización del espacio público y las expresiones artísticas, convergen dentro de la moda streetwear, siendo el mensaje y el discurso de cada marca un elemento de valor que incide en la utilización de estas prendas.**

CAPITULO 2

Marco de Antecedentes

1. PROPUESTAS COMUNICACIONALES EN EL GÉNERO URBANO

ARTISTAS DEL GÉNERO URBANO: ELEMENTOS DIFERENCIADORES Y ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS

En base a lo expuesto anteriormente sobre el género urbano, se define la intención de observarlo con el fin de evidenciar la presencia de determinados códigos, comportamientos y preferencias en lo que respecta al análisis visual e identitario de las propuestas musicales de dos de sus máximos exponentes: Marlon Breeze y Jonas Sanche.

MARLON BREEZE

Es reconocido por sus pares hoy en día como el principal referente de la música trap en Chile ya que comenzó su carrera musical 15 años atrás liderando grupos emblemáticos del género dejando una influencia en la actual escena musical nacional. Siempre estando, dirigiendo paralelamente todo el trabajo de imagen y audiovisual de cada proyecto que ha desarrollado en el tiempo, tanto como solista como con su banda Nación Triizy, la cual fue fundada en el año 2015.

Hoy aparte de pertenecer a la banda, está permanentemente colaborando como solista con diferentes artistas nacionales de todos los niveles, con los que están liderando la escena musical

y también con nuevos talentos nacionales para seguir apoyando el movimiento. Siempre abierto a colaborar con proyectos que lo atraigan musicalmente.

- **Utilización de prendas de influencia del hip hop**
- **Estilo streetwear influencias deportivas especialmente del basketbol**
- **Alusión al mundo delictual**
- **Se percibe la utilización de jergas o “frases en código”**
- **Influencia estadounidense progenitora del Trap estilo y música**
- **Utilización de prendas propias, uso de su imagen y proyectos musicales. En el 2012 creo la marca de streetwear 3€\$¥.**
- **Preocupación por el arte de sus caratulas y videos musicales. Es importante destacar que es director en varios de los videos de Nación Triizy, recientemente lanzó “Ya nadie quiere ser futbolista”, una combinación de cine y música que incluye dos videoclips, “La Cone” y “Pal Casino”.**

JONAS SANCHE

David Ignacio Castillo Sánchez, mejor conocido como Jonas Sanche, es un cantante y compositor de la cultura hip hop. Nació en 1987 en Antofagasta, Chile. Es caracterizado por sus letras que narran las experiencias de su vida y por su original puesta en escena. Su primera producción fue “Verdades, La Voz de La Avenida”, estrenado en el año 2012. Este disco cuenta historias de la calle, vivencias que por alguna razón le tocó pasar. Con este primer disco evidenció su estilo transparente, con un mensaje preciso en el cual deja ver su visión en base a sus experiencias.

Jonas es de aquellos exponentes del género urbano que no pasan desapercibidos con una trayectoria de casi 10 años en la escena musical, siendo un fiel representante del rap. Su influencia musical y estética es netamente inspirada en el rap latino y norteamericano, de ahí que sus letras sean un fiel reflejo de la calle.

En el 2021 se coronó a ganador del Premio Pulsar, otorgado por ser un artista que trata de innovar en sus nuevas producciones no sólo en lo musical, si no que también en la moda, a través del merchandising de su disco que trabajó en colaboración con la marca de streetwear Superflycorp, donde juntos diseñaron una colección de ropa inspirada en el concepto “Aire” del disco.

- **Utilización de prendas de influencia del hip hop**
- **Estilo streetwear influencias deportivas y vintage del rap de los 90's**
- **Utilización de fotografía análoga en sus redes y proyectos musicales**
- **Preocupación por el arte de sus caratulas y videos musicales.**
- **Utilización de prendas seleccionadas, uso de su imagen y proyectos musicales. Es importante mencionar su colaboración con la marca Superfly la cual ha representado dos de sus discos con una merchandising y arte de sus caratulas.**

REFERENTES CODIGOS DEL ESTETICOS GENERO URBANO



MARLBOR BREEZE y JONAS SANCHE
MARLBOR BREEZE y JONAS SANCHE
MARLBOR BREEZE y JONAS SANCHE

LA IDENTIDAD DEL GÉNERO URBANO: ESPACIOS, CÓDIGOS Y FORMAS

Luego de haber analizado la estética y propuesta musical de a dos de sus protagonistas, es necesario analizar cómo y dónde se exhiben, de qué manera llegan al público, cómo logran ese reconocimiento que los hace identificables dentro de la escena.

- Sujetos auténticos con propuestas que evidencian aspectos propios e identitarios de su persona.
- Los espacios donde se presentan suelen ser eventos masivos junto a varios artistas, por lo que es común verlos en tocatas o festivales donde comparten escenario y música con artistas de la escena.
- Utilizan diversos soportes comunicacionales (gráficos y audiovisuales) para difundir su música y eventos.
- Son reconocibles por su estilo y modo de vestir, utilizan prendas del streetwear y prendas seleccionadas.
- Las temáticas de sus canciones se hacen identificables para el público, generando una cercanía producto de la mención de acontecimientos y vivencias propias de la idiosincrasia nacional



2. UDYAT MARCELINO: ARTISTA DEL GÉNERO URBANO

¿QUIÉN ES UDYAT?

Marcelo o Udyat, tiene 24 años, de los cuales lleva 9 años siendo parte de la cultura hip hop, desarrollado específicamente en la ciudad de Coquimbo. Es MC (según su traducción “master of ceremonies”). Se considera M.C. a todo aquél que se dedica a crear letras de rap, recitar, dominación de métricas) desde que empezó a interiorizarse en la cultura hip hop y desde hace 4 años que es Beatmaker (artista que especializado en crear ritmos, beats o instrumentales).

“Al comienzo el Rap comienza a ser una forma de distracción, de conocer gente que lo hacía a pasar a ser un método de expresar lo cotidiano” ... Mis comienzos fueron en la enseñanza media. Al conocer diferentes realidades a través del rap, de cada una de las personas con las que forjé lazos, logré identificar que rama del hip hop se adecuaba más a mi personalidad y con esto dirigir mi creatividad en torno a esta rama en específico. Para las etiquetas de la industria sería el Lofi Hip Hop (del inglés low fidelity). Un estilo musical que surgió, principalmente, de la mezcla entre el hip hop y el jazz (y de otros géneros) pero con un enfoque que destaca por ser grabado con métodos caseros y su ritmo lento y relajado) utilizo técnicas que emulan el sonido propio del rap de

los 90’s, con softwares digitales e instrumentos musicales de mi home studio, espacio en el cual di forma a mis 3 álbumes como beatmaker”.

“Respecto a mi manejo como beatmaker mi fuerte es la técnica del “sampling” o “sampleo” (técnica utilizada para modificar extractos de sonidos, escala musicales y acordes, para convertirlos en un nuevo sonido, memorizarlo y componer melodías) por medio de esto es que me ha llevado a tener referentes musicales muy variados entre sí”.

Respecto de su perfil como músico y beat maker, su estilo podría definirse a una combinación de ritmos e instrumentales con matices del rap noventero y sonidos extraídos de distintos estilos musicales, con la fusión de letras que funcionan como un reflejo de su día a día, de los cuales el mismo Udyat ha definido como “Cantar desde mi propia realidad y exponer los problemas y situaciones de un individuo inmerso en la sociedad de Chile en la actualidad”

PROYECTOS MUSICALES DESARROLLADOS CON UDYAT

Udyat hasta la fecha tiene 5 álbumes subidos a sus redes de exposición musical, 3 de esos álbumes fueron creados en colaboración conmigo como diseñador de sus portadas. Los tres corresponden a unos discos de beats con variados ritmos según el concepto del disco. “Dos pasos atrás”, “\$toner Life, Vol 1” y “Joyas de Piedra”, este último proyecto en el que trabajamos el concepto de la simbiosis de piedras o joyas, con distintos elementos que venían a representar la persona del Udyat.

Trabajar con Udyat ha sido bastante reconfortante ya que cada uno de los proyectos que trabajamos me han dejado satisfecho y bastante contento del resultado. Además, quiero mencionar que el músico me dio libertad creativa para proponerle mi representación de la idea que me transmitió conforme fue dándose el trabajo.



PROPUESTA DE VALOR DE UDYAT MARCELINO: MÚSICA Y EXPRESIÓN URBANA

Udyat Marcelino además de ser músico/productor, es un personaje activo en la expresión urbana de su ciudad Coquimbo, siendo protagonista de eventos de Rap y tocatas donde se acerca la música a la ciudadanía. También por que practica y ejecuta graffiti en su ciudad, plasmando su visión creativa y diseños en el espacio público, bajo la premisa de querer expandir su mensaje a través de la calle.

Podríamos concluir que Udyat es un músico que necesita expresarse y lo hace por medio y en base a la calle.

A través de esto es que surge la idea de representar su visión y conceptos musicales por medio de nuevos soportes comunicacionales, con fines de innovar los medios de difusión y exposición de su obra, en una escena musical que como vimos anteriormente necesita de propuestas que se diferencien y logren destacarse como identificables.



3. ESTADO DEL ARTE

Estudio de casos de diseños inspirados en proyectos musicales

DISCO “ISTMO” DE DANO

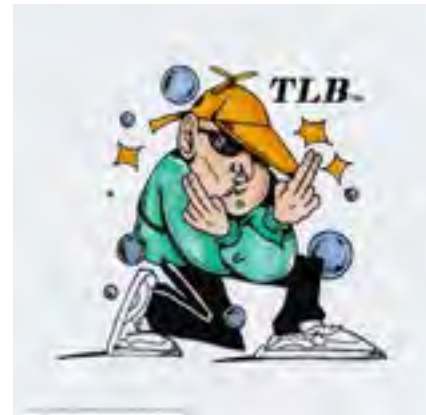
Fiel a sí mismo, a su estilo y al rap sin aditivos ni mezclas, Dano es uno de los artistas más auténticos del panorama internacional. ISTMO es el tercer LP de Dano, compuesto por catorce cortes y una película de veinte minutos, realizada por Gonzalo Hergueta y filmada íntegramente en la ciudad de Nueva York, EE. UU. Podríamos decir que ISTMO es tanto disco musical como una película, lo cual me parece interesante en el énfasis que el músico le dio al arte del disco, así también como la intención de generar una película a la par, además de crear una colección basada en el concepto del disco. Es interesante de resaltar y por ello lo posiciono en mi estado del arte, ya que Dano llevó el concepto de su disco a otro nivel.



Estudio de casos de diseños inspirados en proyectos musicales

NELSPVIC

Diseñador e ilustrador de la ciudad de Santiago de Chile. Se caracteriza por sus trabajos e ilustraciones de personajes de la urbe con características “malandras” como el mismo define, siendo un reflejo del concepto calle. Ha desarrollado variadas prendas y diseños inspirados en la música, como el drop de poleras que hizo en conmemoración del grupo de rap Sandy & Papo o la caratula del disco “Crack” de Lou fresco y Jonas Sanche. Su estilo basura como él lo define, su afición a la música y los proyectos que ha desarrollado junto a músicos llaman mi atención, ya que como diseñador plasma su estilo identitario en cada una de las colaboraciones o trabajos que realiza.



Estudio de casos Streetwear

SUPER FLY

Diseño de indumentaria Streetwear, ubicada en Santiago de Chile. Superfly Corp se destaca como una marca que posee un estilo urbano determinado a manos de su diseñador Zro 30. Tienen más de un trabajo en colaboración con proyectos de músicos que buscan complementar el diseño y concepto de su álbum, aplicando su estilo y presencia por medio de la intervención de ciertas prendas. Bajo la representación de su diseñador, Superfly logra plasmar su estilo e identidad en las prendas que variados músicos utilizan y capturan con la esencia de sus proyectos musicales, siendo una marca que realiza prendas con diseños urbanos y gran desarrollo de sus productos trabajados mayoritariamente bajo la técnica de la serigrafía.



Estudio de casos Streetwear

WEARPEDRITOS

Marca de Streetwear chilena activa desde el 2018. Enfocado principalmente en la producción no masiva de prendas unisex. La marca tiene como propuesta central la unión gráfica del graffiti y la estética urbana. Podemos encontrar influencia de la moda skater entre sus diseños y también es importante destacar que Pedritos comenzó su éxito con el diseño de pantalones anchos estampados en serigrafía con diseños explotados en toda la prenda a modo report. Su estética urbana y los estampados alusivos a graffitis de las calles, ha posicionado a esta marca como un referente de la moda Streetwear nacional.



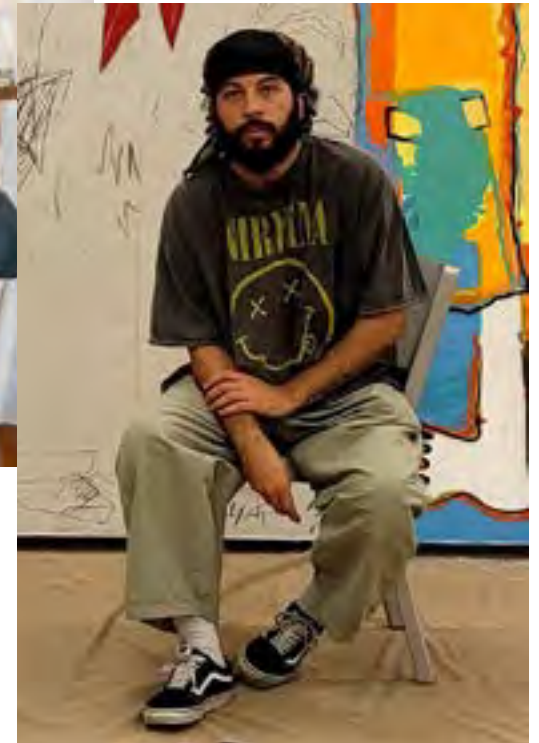
CAPÍTULO 3

Perfil de Usuario

3. CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR

COMUNICADOR URBANO

Son personas jóvenes consumidores del estilo streetwear, recorren la calle activamente, son nocturnos, buscan panoramas especialmente realizados en espacios públicos, son políticamente activos y se preocupan de los sucesos del acontecer nacional, consumen oficios y preferencia a lo exclusivo, gustan del graffiti y las expresiones artísticas, utilizan el tatuaje como una extensión de su identidad, utilizan la moda como un método de expresión de sus ideales, escuchan y consumen música como parte de su estilo de vida, enemistad a la autoridad, preocupación por la vestimenta, son seres sociales pero de grupos reducidos, consumen galerías y exposiciones de arte, prevalencia por la autogestión y no compran en retail.





COMUNICADOR URBANO
COMUNICADOR URBANO
COMUNICADOR URBANO



CAPÍTULO 4

Experiencia Personal

CERCANÍA CON LA MÚSICA Y CON EL GÉNERO URBANO

En este capítulo quiero expresar mi conocimiento y cercanía con el género urbano, a través de mi experiencia personal desde que llegué a descubrirlo y posteriormente hacerme consumidor de él. Como expresé anteriormente me considero una persona que consume música activamente y en específico soy oyente del género urbano, llegué a este estilo musical a partir de mi gusto por el rap que luego fue mutando y gracias a diversas influencias se hizo presente en el género urbano.

Así como oyente y consumidor, he asistido a variados festivales o tocatas donde se presentan artistas de este género. Para ejemplificar y analizar estos eventos, voy a mencionar mi experiencia al asistir a uno llamado “Dirty Perreo” realizado en el mes de septiembre en una disco de la ciudad de Valparaíso. En este evento vinieron variados artistas mayormente provenientes de la ciudad de Santiago en conjunto con artistas locales. En esa ocasión se presentaron un número aproximado de 10 cantantes. Pude notar ciertos códigos de vestimenta, estilos, formas y actitudes propias tanto de los artistas que se presentaron, como de las personas que como yo fuimos de espectadores.

Muchos de los artistas presentaron outfits elaborados con estampados bastante vistosos que cubrían gran parte de sus

prendas, algunos de estos salieron a cantar con pasamontañas (elemento que facilita el anonimato y se relaciona con el mundo delictual), la mayoría (por no decir todos) de los artistas y personas del público andaban con prendas cómodas y pensadas para ser adaptarse a la hora de bailar, muchos de ellos con ropa deportiva (buzos, cortavientos, jockeys).

La relación entre los artistas y el público se hacía bastante cercana y en más de una oportunidad hubo una interacción entre los músicos y la gente. Vi muchas prendas de tallas grandes o con cortes oversizes, estampadas o intervenidas.



CERCANÍA CON LA SERIGRAFIA COMO TÉCNICA DE REPRESENTACIÓN

Mi primera aproximación con la técnica de la serigrafía fue cuando en la universidad tome los laboratorios de estampado. Ahí conocí sobre la realización de la técnica y su ejecución. Posteriormente incursioné en la utilización del estampado para intervenir mis propias prendas y desarrollé junto a un compañero de universidad, la marca llamada Fresco dedicada a la intervención textil de prendas de segunda mano, mediante la utilización de la serigrafía, xilografía y el graffiti, para hacerlas exclusivas por medio de su intervención.

Pero mi gran acercamiento a la serigrafía fue cuando entre a trabajar a un taller de producción serigráfica, en el me desenvolví como serigrafista y por medio de la utilización de pulpos serigráficos aprendí a estampar en distintos sustratos, con diversas tintas según fuera requerido por el encargo. A partir de este momento fue que comprendí los alcances de la serigrafía y a reconocer también que mucha de la ropa que incursiona en el mercado actual es lograda gracias a esta técnica.

Dado a su versatilidad, acabado y durabilidad es que considero que esta técnica es un medio para poder desarrollar mis ideas en lo textil, ya que las posibilidades y alcances que ofrece, no tiene límites.

Hoy diversas marcas de streetwear o independientes, utilizan la serigrafía como la técnica predilecta para realizar sus diseños en sus colecciones, dado a que la gente hoy en día consume cada vez más prendas estampadas, especialmente en Valparaíso. Fui testigo de su demanda cuando trabajé en el taller serigráfico.



CONCLUSIONES

A modo conclusión y repaso de los capítulos anteriormente expuestos, puedo reunir las siguientes observaciones, pensamientos y aseveraciones.

- Mediante la exposición de los exponentes del género urbano Marlon y Jonas, es posible identificar varios elementos en común los cuales podemos reconocer en otros artistas del género: utilización de prendas streetwear con alta de la influencia del rap, alusión a lo delictual en sus temáticas, preocupación de el arte de sus caratulas y videoclips, utilización de prendas diseñadas con su imagen o la de sus proyectos musicales, necesidad de continuamente innovar en sus trabajos pese a los años que llevan en la escena musical.
- El artista Udyat Marcelino figura como un artista del genero con proyección a posicionarse en la escena musical, surge la idea de trabajar y extender el concepto de un disco de su autoría a través del desarrollo de su identidad grafica.
- Luego de la revisión del estado del arte podemos concluir que las marcas y proyectos expuestos, buscan por medio del diseño de prendas e indumentarias, plasmar su identidad y estilo propio. El medio por excelencia para lograr este objetivo es la técnica de la serigrafía.
- Existe un público objetivo que cree en la moda como un

medio de expresión y que es posible comunicar por medio de prendas, así como su preferencia por la comodidad y estilo como fundamentos a la hora de elegir que ponerse.

CAPÍTULO 5

Formulación de Proyecto

FUNDAMENTO DEL PROYECTO

Este proyecto nace a partir de la afición y admiración por la música, asimismo por el gusto adquirido a la primera impresión que ofrecen las portadas que, promocionan y representan las canciones del artista. La música ha cambiado continuamente y junto con ello también cambiado la forma en la que escuchamos, cómo la observamos y también cómo llega a nosotros. La evolución de esta expresión artística se ha acompañado con la innovación en los formatos de reproducción, junto con el desarrollo de toda la “experiencia” que acompaña el proyecto del músico, factor del cual el diseñador se hace responsable.

La escena nacional musical ha experimentado la proliferación de nuevos artistas jóvenes, emergentes e independientes, los cuales han logrado posicionarse en la escena musical e internacional por medio de innovadoras propuestas acompañadas de una visualidad, identidad y representación característica, donde el trabajo colaborativo entre músicos y artistas de distintas disciplinas logran materializar innovadores proyectos musicales siendo en el género de “Música Urbana” donde estos aspectos se hacen más visibles y representativos. Mediante la observación de los distintos códigos y valores identitarios de la escena musical urbana, es que se extrae la idea de que para el diseñador la oportunidad está, en dotar de “identidad” el proyecto del músico,

para así generar una diferenciación frente a otros proyectos y músicos de la amplia oferta que existen hoy en la escena. Mediante el diseño se hace posible dotar de representatividad la idea y concepto de un disco, en toda “una experiencia” través de variadas formas, canales y soportes, convirtiendo el concepto del disco en una identidad reconocible, tangible y diferenciadora.

A partir de esto, es que se postula que la “identidad” es la clave hoy en día para posicionarse en la escena musical nacional, propuestas con un estilo y conceptos determinados los cuales a través del diseño encuentran el medio por el cual puede desarrollarse. Es por lo que la búsqueda de nuevas estrategias de comunicación que permitan la difusión de proyectos musicales entra en valor, en una escena cada vez más llena de nuevos músicos y donde la imagen o identidad propia, puede llevar a ser la diferencia en una escena cada vez más nutrida por talentos jóvenes e independientes.

OPORTUNIDAD DE DISEÑO

Dentro de la actual escena musical nacional encontramos diversos géneros musicales, como se evidenció anteriormente el género urbano presenta escenarios donde el diseño gráfico y textil, son responsables de generar una visualidad y esencia característica de cada artista, aspectos que como se mencionó en el desarrollo de este proyecto son fundamentales para destacar en la escena. Dentro de los artistas del género, aparece el nombre de Udyat Marcelino músico del género urbano con proyección a posicionarse en la escena musical nacional.

Udyat es músico, productor y grafitero de la ciudad de Coquimbo quien en su trayectoria como músico, siempre está buscando maneras para innovar en sus proyectos musical y visualmente hablando. Con la intención de generar un desarrollo de su identidad musical, es que surge la posibilidad de trabajar entre músico y diseñador, por medio de un trabajo colaborativo para desarrollar su proyecto musical en conjunto.

Desarrollar la identidad visual de un artista del género urbano (Udyat Marcelino), mediante la elaboración de un sistema comunicacional, que se aterriza en el diseño de la identidad gráfica y posterior producción de una colección textil inspirada en el álbum del músico.

PROBLEMÁTICA

Si bien es cierto existen diversas marcas dedicadas a la producción de prendas en colaboración o inspirada en músicos. Se observa la ausencia de un servicio como tal, que responda a la necesidad de músicos locales, específicamente que se encargue de su representación gráfica, que aporte a su identificación y diferenciación en la escena musical actual.

OBJETIVOS

Objetivo General

Articular nuevas estrategias comunicacionales a través de un servicio de diseño para músicos emergentes

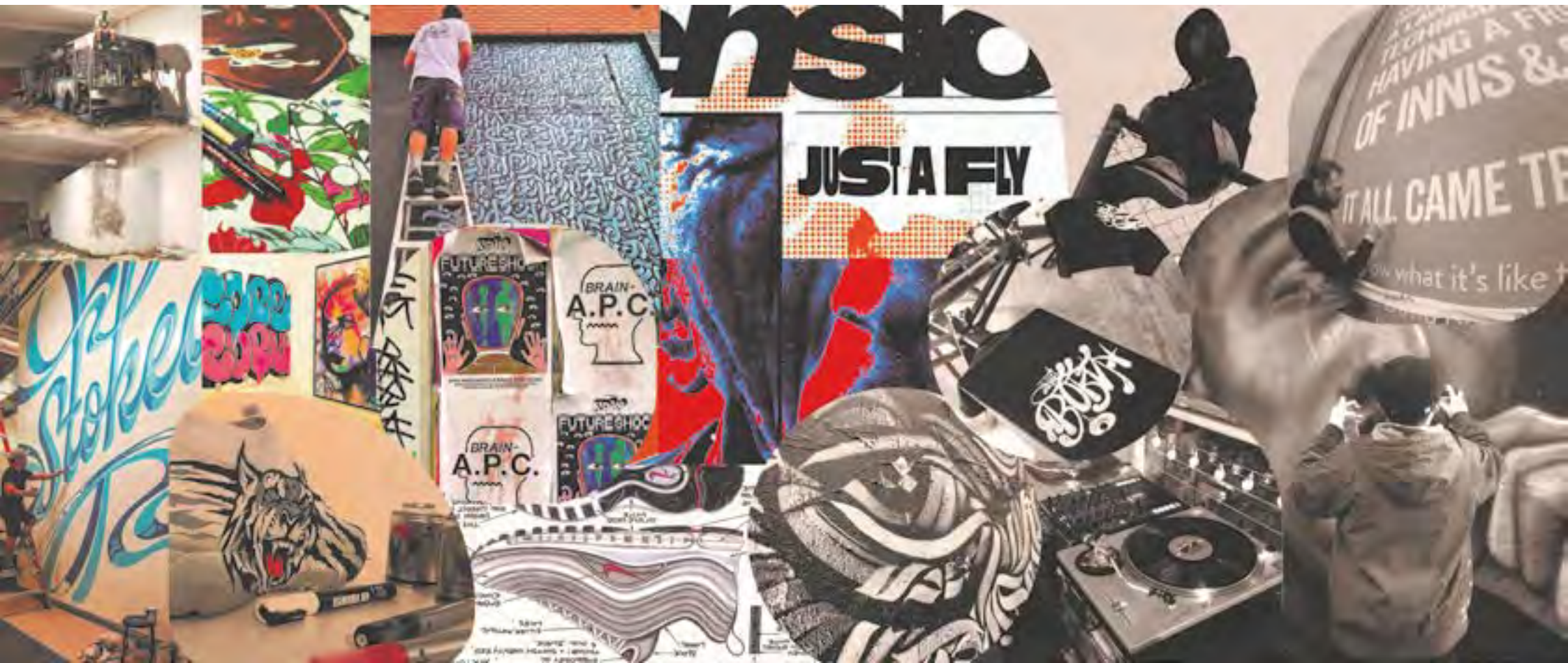
Objetivos Específicos

- Representar el proyecto musical mediante el diseño de imágenes inspiradas en el contenido del disco
- Generar una narrativa grafica aplicada en determinados soportes comunicacionales para músicos emergentes.
- Diversificar los canales de exposición de proyectos musicales

CONCEPTOS CLAVE

Identidad musical- Diferenciación – Expresiones urbanas- Espacio público- Streetwear- Moda e Identidad

PROPUESTA CONCEPTUAL: Identidad musical urbana



EL PROYECTO

¿QUÉ?

Un servicio de diseño de soportes comunicacionales, inspirados en proyectos musicales de músicos emergentes.

¿PARA QUÉ?

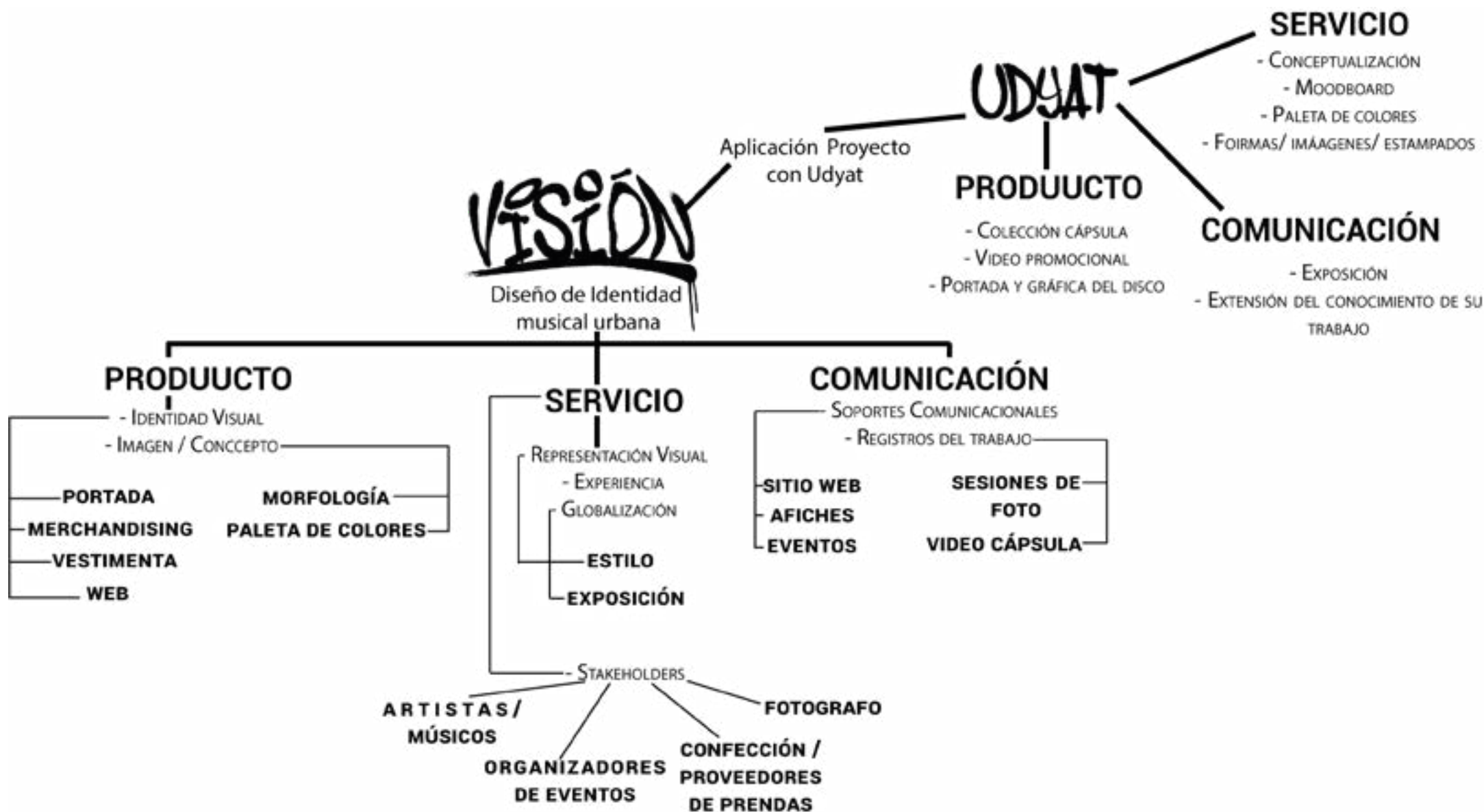
Para diversificar sus canales de exposición y difusión, utilizando el concepto del proyecto musical.

¿PARA QUIÉN?

Para músico del género urbano de la escena nacional.

¿CÓMO?

A través de una sistematización que unifique los requerimientos de diseño, que necesita un músico emergente brindando nuevas alternativas para exponer su proyecto musical.



SISTEMA PRODUCTO

COMUNICACIÓN

MARCA DEL PROYECTO

VISIÓN Diseño de Identidad musical

Marca dedicada al diseño de soportes comunicacionales, por medio de la representación gráfica para músicos emergentes

PÁGINA WEB

El proyecto se difunde y encuentra por medio de su página web, espacio donde se presenta la marca, sus valores y alcances, y también funciona como una galería de los trabajos realizados por artista.

MARKETING Y REDES SOCIALES

La expansión y propagación digital del proyecto se realizará a través del uso de redes sociales, por medio de soportes gráficos y publicaciones con contenido de la marca, actualidad, proyectos e identidad. La campaña de marketing digital se desarrollará base a dos pilares comunicacionales:

Contenido de Valor

Publicaciones relevantes para el conocimiento del público y usuarios

- Presentación del servicio y Manifiesto de la marca
- Información sobre el funcionamiento del sistema servicio

Contenido Promocional

Difusión y exposición del proyecto, contenido del trabajo y funcionamiento del servicio

- Exposición y fotografías de trabajos realizados
- Información promocional, contacto, valores y colaboraciones

VIDEO CAPSULA

Material audiovisual como registro de la producción digital y análoga del proyecto musical.

SERVICIO

Representación gráfica e identitaria para músicos emergentes

El proyecto se presenta como un servicio para músicos emergentes como una alternativa para la representación de sus proyectos musicales bajo los principios de la identidad y diferenciación visual, con la intención de diversificar su exposición y presentación de contenido. Esto se hace posible mediante una reunión con el músico, del cual se desprenden los principales conceptos identitarios para la representación de su proyecto musical.

ETAPA 1: Reunión

- Por medio de una ficha de reconocimiento: se identifica al músico, se contextualiza su estilo, temática musical y se procede a la elaboración de su idea o concepto a representar. Con este proceso se sientan las bases de los requerimientos y visión del músico, así como el material conceptual necesario para la elaboración de los soportes comunicacionales.
- A través de un moodboard de posicionamiento del músico: se establece el contexto y entorno del músico, así como su esfera y estilo musical, con la intención de determinar sus atributos y características identitarias.

ETAPA 2: Reconocimiento de elementos identitarios

- Se elabora un moodboard del concepto del proyecto musical: Con el objetivo de representar visualmente los elementos rescatados de la reunión con el músico y los conceptos registrados en el moodboard de posicionamiento.
- Extracción y reconocimiento de elementos a utilizar: a través del moodboard realizado, más la observación de la esfera del artista, se establecen los elementos en forma de imagen y textos, a representar por medio de la ilustración y posterior estampado

ETAPA 3: Desarrollo de imagen y Aplicación

- Desarrollo de la portada e identidad gráfica: con los datos y elementos reconocidos se da paso a la elaboración de la portada o representación visual del contenido musical.
- Aplicación de los conceptos identitarios y estéticos a la indumentaria: a través de una síntesis y elaboración gráfica en forma de estampados, para su posterior aplicación a la indumentaria por medio de la técnica de la serigrafía

PRODUCTO

Como resultado del reconocimiento grafico de los conceptos característicos del artista, son aplicados por medio de la producción de determinados soportes comunicacionales. Estos se presentan de manera grafica mediante la producción de imágenes y sus diferentes aplicaciones digitales e impresas. Por otra parte, en el traspaso de estas imágenes en forma de estampados al soporte vestimenta o indumentaria. Los productos para elaborar son los siguientes:

- **Portada o caratula del proyecto musical**
- **Colección capsula en base al concepto musical: Desarrollo de ciertas prendas de indumentaria streetwear, como resultado de la extensión del concepto e identidad del proyecto musical.**
- **Soportes comunicacionales impresos tipo stickers, para adherir sobre la calle y espacio público.**
- **Diseño de soportes digitales en forma de recursos gráficos o animación.**
- **Traspaso del proyecto musical a formatos de reproducción no digitales como el CD Y Cassettes.**
- **Video registro de la producción del proyecto musical, desde su elaboración grafica/ digital a su producción de estampado /textil.**

CAPITULO 6

Desarrollo Formal

DESARROLLO DE MARCA

VISIÓN Diseño de Identidad musical

Marca dedicada al diseño de soportes comunicacionales, por medio de la representación gráfica para músicos emergentes.

La Visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar. Es posible traducir esta capacidad a un ideal, una meta por alcanzar en la que enfocar nuestra motivación.

Para mí significa el mejor escenario resultante en el que me posiciono al hacer mis cosas y tomar decisiones. Como marca lo idealizo y aplico a cuando como diseñador me encuentro con la visión de un artista y yo mediante mis habilidades gráficas, debo representar una obra lo más parecido a esa visión.

CONCEPTOS CLAVES

Visionario, Visualidad, Urbano, Misión, Autenticidad



DESARROLLO DE MARCA

Fuente Tipográfica

GRAFFITI CITY

ABCDEFGHIJKLMNOPQRT

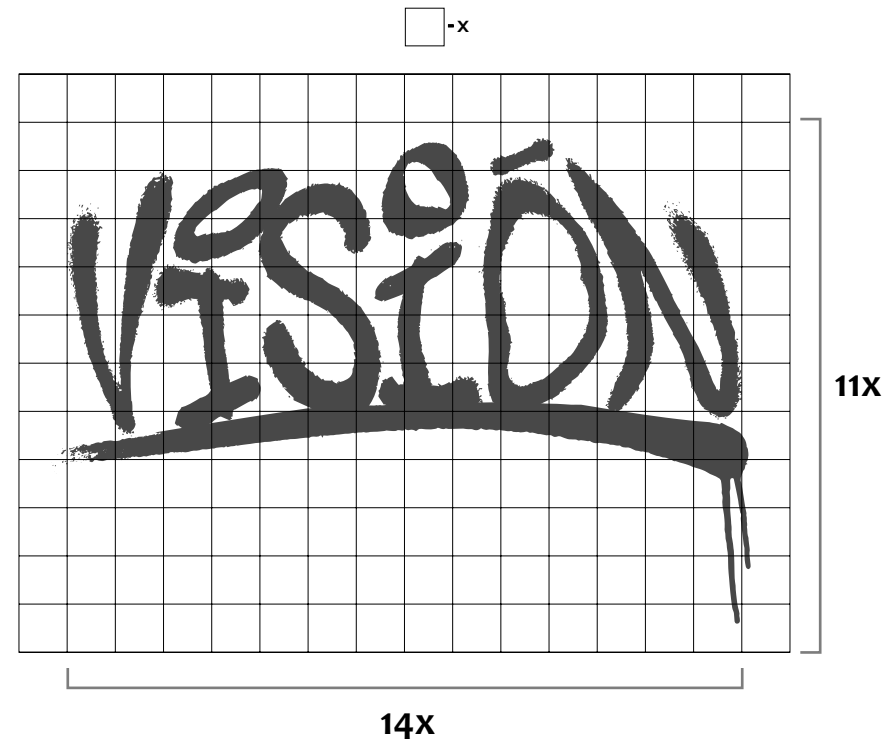
UVWXYZ

1234567890

#\$/()=?!

Grilla Constructiva

Se define las proporciones de la marca sobre una superficie modular proporcional al valor X.
De esta manera aseguramos la correcta proporción de la marca en cualquier soporte y medidas.



DESARROLLO DE MARCA

Colores permitidos

Una paleta cromática es esencial para generar memorabilidad y reconocimiento. Estos se utilizan para complementar la creación de distintos soportes y materiales de difusión de la marca.

C: 91
M: 79
Y: 62
K: 97

R: 0
G: 0
B: 0

#000000

C: 56
M: 45
Y: 45
K: 32

R: 103
G: 104
B: 103

#676867

C: 14
M: 85
Y: 95
K: 4

R: 204
G: 64
B: 31

#CC401F

DESARROLLO DE MARCA

Usos permitidos



#000000



#676867



#CC401F



DESARROLLO DE MARCA

Aplicaciones



- Papelería
- Indumentaria
- RRSS





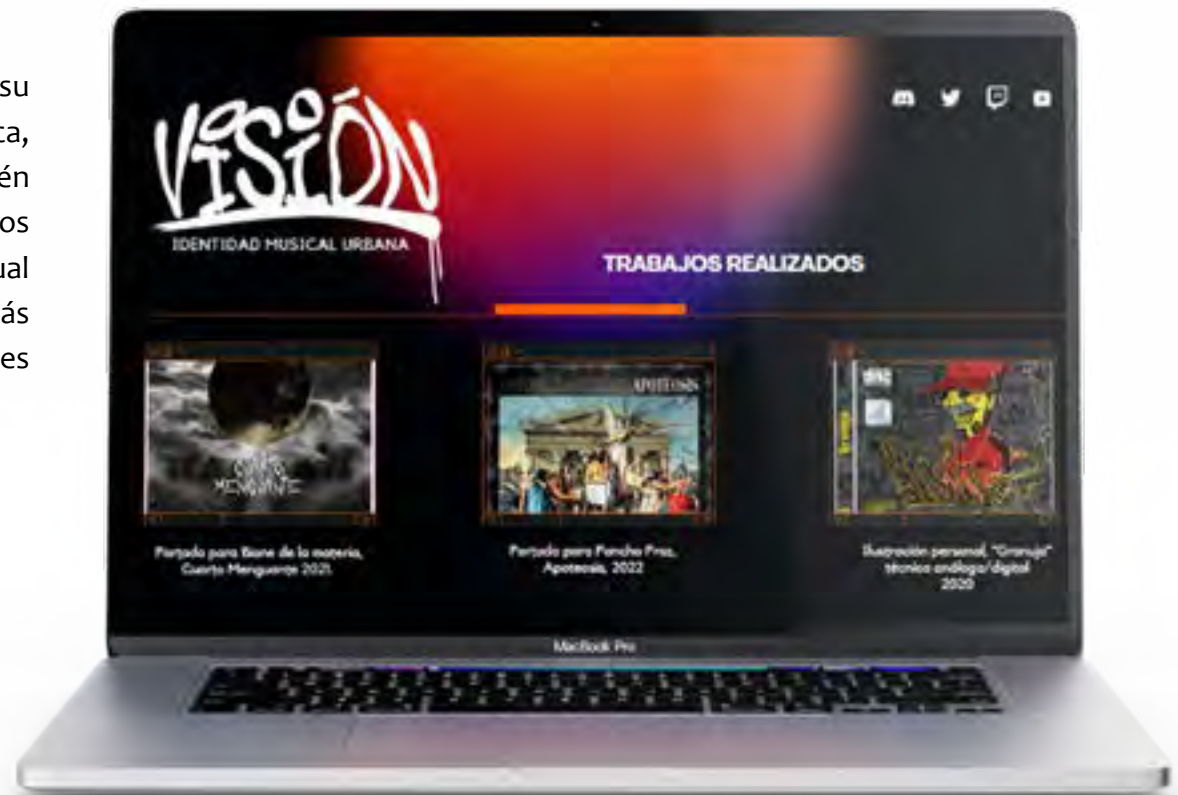


SISTEMA PRODUCTO

COMUNICACIÓN

Página Web

El proyecto se difunde y encuentra por medio de su página web, espacio donde se presenta la marca, sus valores, funcionamiento y alcances, y también funciona como una galería de los trabajos realizados por artista. En este espacio sería un medio por el cual contactar el servicio, saber qué cosas hace, además de enterarse sobre noticias y colaboraciones relacionadas al proyecto.



PÁGINA DE INICIO



PRESENTACIÓN / CONTACTO



GALERÍA DE TRABAJOS



PRODUCTOS



SISTEMA PRODUCTO

COMUNICACIÓN

Marketing y Redes Sociales

A través de la creación de un perfil en la red social Instagram se trabajará la expansión y propagación digital del proyecto, por medio de la utilización de soportes gráficos y publicaciones con contenido de la marca, actualidad, proyectos e identidad. La campaña de marketing digital se desarrollará base a dos pilares comunicacionales:

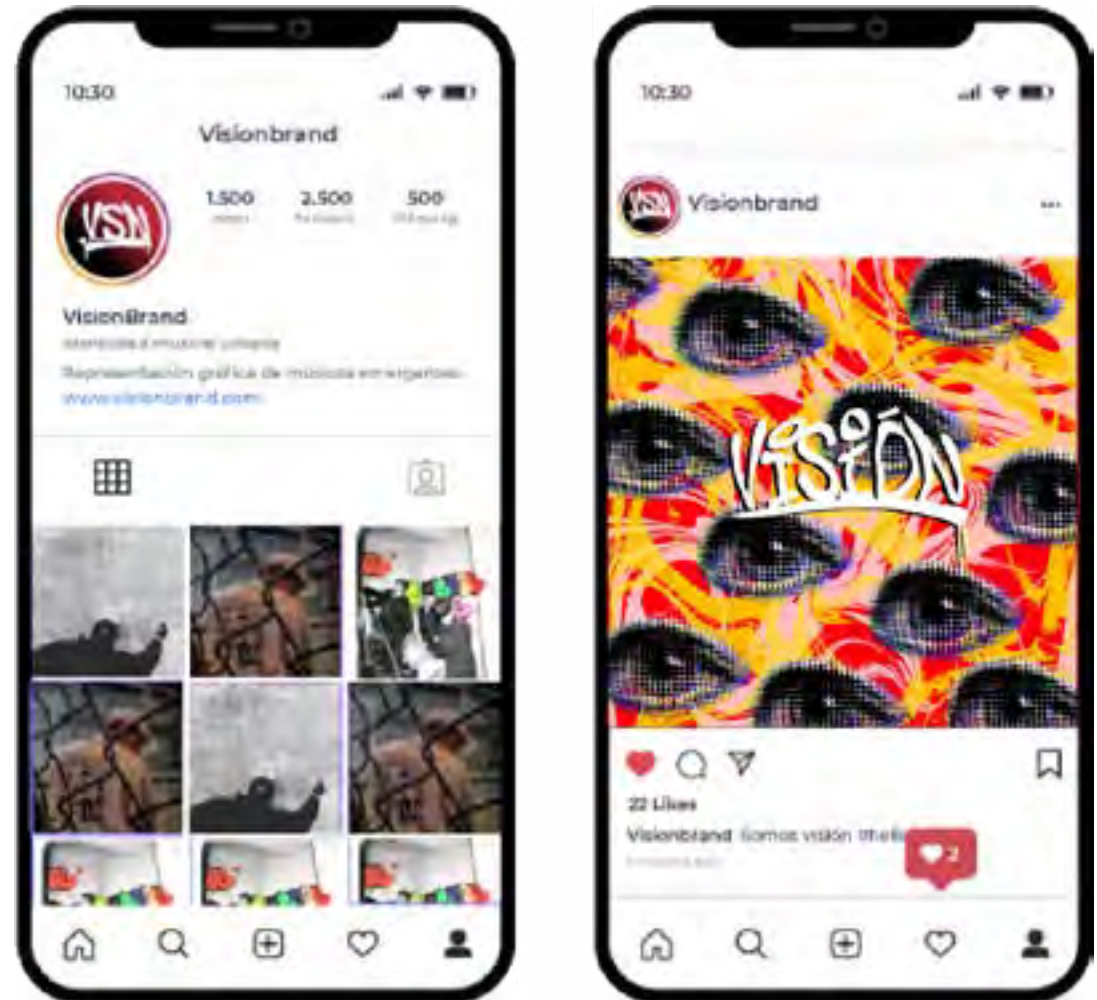
- **Contenido de Valor**
- **Contenido Promocional**

- **Contenido de Valor**

Publicaciones relevantes para el conocimiento del público y usuarios.

- **Contenido Promocional**

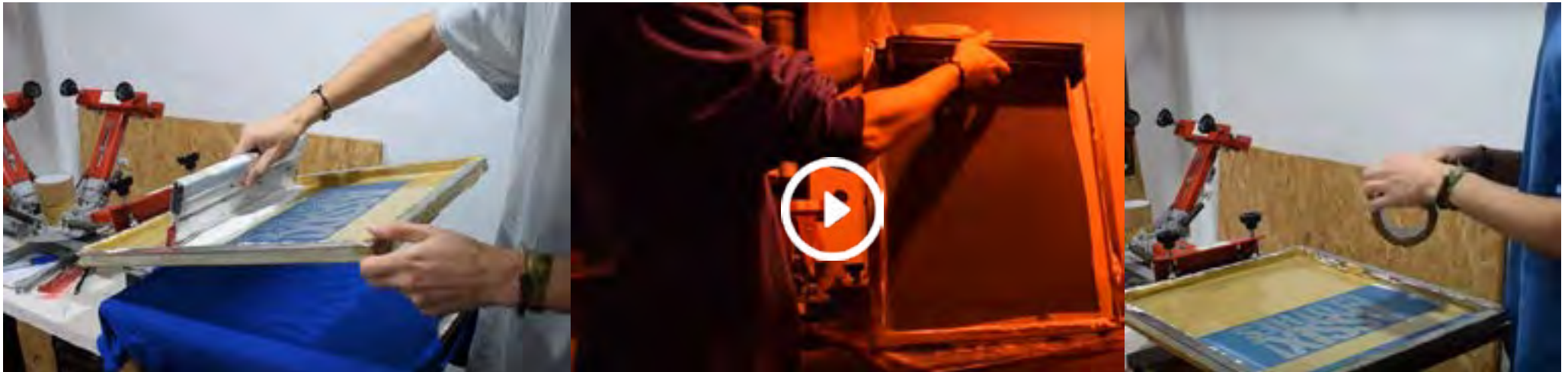
Difusión y exposición del proyecto, contenido del trabajo y funcionamiento del servicio.



SISTEMA PRODUCTO

VIDEO CÁPSULA

También como parte del sistema comunicacional se elaborará una video cápsula (material audiovisual de corta duración) a modo registro de la producción digital y análoga del proyecto musical. La intención es por medio de videos y registros audiovisuales, dar cuenta del proceso de creación de imágenes y producción de estampados utilizando la serigrafía.



SISTEMA PRODUCTO

SERVICIO

FICHA DE RECONOCIMIENTO

Ficha para la obtención de datos necesarios para el reconocimiento del artista, así manejar la información necesaria de sus requerimientos, ideas y conceptos, que precise sobre la gráfica que le gustaría aplicar en su proyecto. Puede ser también que el músico no tenga muy clara la idea de como representar gráficamente su obra, en este caso la ficha de reconocimiento es necesaria para precisar la carencia de idea propia y la actitud del diseñador de proponer mediante a su estilo o grafica personal.

- Obtención de los datos de reconocimiento del artista para comenzar el trabajo
- Primeras impresiones de los requerimientos de diseño
- Obtención de ideas, conceptos y características graficas en especial que pueda tener, o no tener el artista pensado sobre el proyecto.

MOODBOARD DE POSICIONAMIENTO DEL MÚSICO

Por medio de la herramienta moodboard se busca representar y hacer una idea visual de la atmosfera y esencia del artista. Con esto me refiero a su estilo musical, contexto, identidad y valores

estéticos que presenta su persona particularmente. Con la finalidad de determinar el tipo de arte que busca en su portada, así como las demás aplicaciones del concepto musical.

MOODBOARD DE LOS CONCEPTOS DEL PROYECTO MUSICAL

Amparado por la información y conceptos obtenidos por el moodboard de posicionamiento del artista, se elabora otro moodboard, esta vez de los conceptos que inciden en la gráfica del proyecto, utilizando imágenes de propuestas, inspiraciones o semejanzas conceptuales.



FICHA DE RECONOCIMIENTO DEL ARTISTA MUSICAL

VISIÓN

Representación gráfica para músicos emergentes.

Por José Vivanco Arias, licenciado en diseño de la Universidad de Valparaíso

DATOS DEL ARTISTA:

- Nombre: Marcelo Zambrana Veas
- Ciudad de Origen: Coquimbo
- Tipo de Artista: Músico del género urbano, Productor y grafitero
- Nombre del Proyecto: "El correcto funcionar de las personas"
- Contacto: udyat.se99@gmail.com y teléfono +56989511045

APLICACIONES DEL PROYECTO MUSICAL:

Selección de las aplicaciones y recursos gráficos requeridos

- ✓ Portada o caratula
- Contraportada
- Booklet
- ✓ Cartel
- Flyer
- Banner o wallpaper
- ✓ Merchandising o aplicaciones textiles

TIPO DE FORMATO:

- Digital
- Análogo
- ✓ Ambos: Son requeridos elementos digitales y análogos. En la utilización de recursos gráficos para su utilización digital y posterior traspaso a formatos de impresión y textil.

USOS DE LA IMAGEN:

Selección del uso que se le dará a la imagen, con esto disponer de las dimensiones según los estándares de cada aplicación de reproducción y exposición musical.

- ✓ Spotify y plataformas musicales
- ✓ Canva para Spotify
- ✓ Youtube
- ✓ Instagram

OBSERVACIONES DEL ENCUENTRO CON EL MÚSICO:

Ideas, comentarios o sugerencias que se hayan manifestado durante la entrevista con el músico.

- El disco toma forma de un EP (Extended Play, es un mini álbum de duración media) conformado por 4 canciones. La intención del proyecto es generar una "experiencia inmersiva" narrada desde el interior del protagonista un artista callejero, pintor de graffiti.
- El disco funciona por medio de sus 4 temas como la narración de una historia con un inicio, desarrollo y final.
- La esencia del disco se desarrolla en torno a la expresión urbana e introspección

DE EXISTIR UNA APLICACIÓN TEXTIL ESPECIFICAR TIPOS DE PRENDAS:

Prendas específicas, colección o lanzamiento capsula. Especificar:

- Se determina la idea de hacer prendas oversize en referencia a la cultura urbana y hip hop, además de la preferencia del músico.
- Se menciona la idea de utilizar un accesorio tipo totebag en la colección capsula, dado a su utilización para llevar elementos para pintar.
- Según lo conversado se concluye que la colección capsula contiene 4 elementos y estos son: un polerón tipo hoodie, una polera oversize, unas calcetas largas y un totebag

ALCANCES Y UTILIZACIÓN DEL MATERIAL ENTREGADO:

Especificar el uso que planea darle el artista al material entregado. Uso propio, con fines comerciales, con fines de su puesta en escena, ya que de eso depende la cantidad de prendas a elaborar.

- Se menciona la intención por parte del artista de ocupar las prendas resultantes de la colección capsula para su venta. Por lo que se estipula la producción de 15 poleras, 10 hoodies o polerones, 10 pares de calcetas y 15 totebags.
- Además de menciona la utilización de las prendas en sus presentaciones en vivo.

CONTRATO Y FORMALIZACIÓN DE LOS REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

A modo síntesis del registro de los requerimientos, conceptos y proyecciones del músico en materia gráfica, se da paso a una conclusión donde se expone lo acordado con el artista.

A modo síntesis y recopilación de lo conversado con el artista se resaltan los principales aspectos que enmarcaran el trabajo a realizar.

- La esencia del disco se desarrolla en torno a la expresión urbana e introspección
- Se determina la idea de hacer prendas oversize en referencia a la cultura urbana y hip hop
- Según lo conversado se concluye que la colección capsula contiene 4 elementos y estos son: un polerón tipo hoodie, una polera oversize, unas calcetas largas y un totebag

ACUERDO DE PLAZOS PARA LA REVISIÓN Y ENTREGA DE LOS RECURSOS GRÁFICOS

- Fecha de contacto: 18 de octubre del 2022
- Fecha límite (si es que el músico lo demanda): No especifica
- Fecha sugerida por el diseñador: 29 de diciembre del 2022



Representación gráfica para músicos emergentes.

Por José Vivanco Arias, licenciado en diseño de la Universidad de Valparaíso

Contacto al +56975488019

visionbrand@gmail.com

SISTEMA PRODUCTO

SERVICIO

CONCEPTUALIZACIÓN DE LA COLECCIÓN

Un acontecer a lo cotidiano, las calles que caminamos y el espacio que nos rodea. Somos transitorios, venimos de paso en todos lados y la calle siempre está ahí para ser caminada, para ser recorrida y apropiada. Oda a lo marginal, callejero, a la manifestación de nuestros ideales y a aquellos que son audaces para transmitirlo a la calle; a ese espacio en común que nos hace a todos un ser igual, sencillamente caminantes, sencillamente transeúntes. De paso.

- Conceptualización de la colección
- Referentes de estilo y forma
- Referentes de fotografía
- Croquis de forma: figurines y observaciones



MOODBOARD DE LOS CONCEPTOS
DEL PROYECTO MUSICAL

SISTEMA PRODUCTO

PRODUCTO

PORTADA O CARATULA DEL PROYECTO MUSICAL

El diseño de la caratula o portada del proyecto, es la materialización de los conceptos reunidos y obtenidos por el artista. El nombre del proyecto musical es “El correcto funcionar de las personas” y narra la cotidianidad de la vida de un artista urbano que hace graffiti. Este se enfrenta la “moral” entre hacer lo que le gusta y apasiona, ósea pintar, o tener un trabajo y dejar de lado sus sueños y pasiones.

COLECCIÓN CAPSULA EN BASE AL CONCEPTO MUSICAL

Desarrollo de ciertas prendas de indumentaria streetwear, como resultado de la extensión del concepto e identidad del proyecto musical. La colección nace como una extensión del concepto del musico, así como un soporte comunicacional que utiliza las prendas como una manera de dar a conocer y presentar el proyecto musical, mediante su estampados y visualidad. La selección de las prendas son un reflejo del estilo y características del artista. En este caso, la vibra y esencia del disco tanto como la

del músico, son la expresión urbana, siendo el graffiti el aspecto que más incide en el estilo de las prendas.

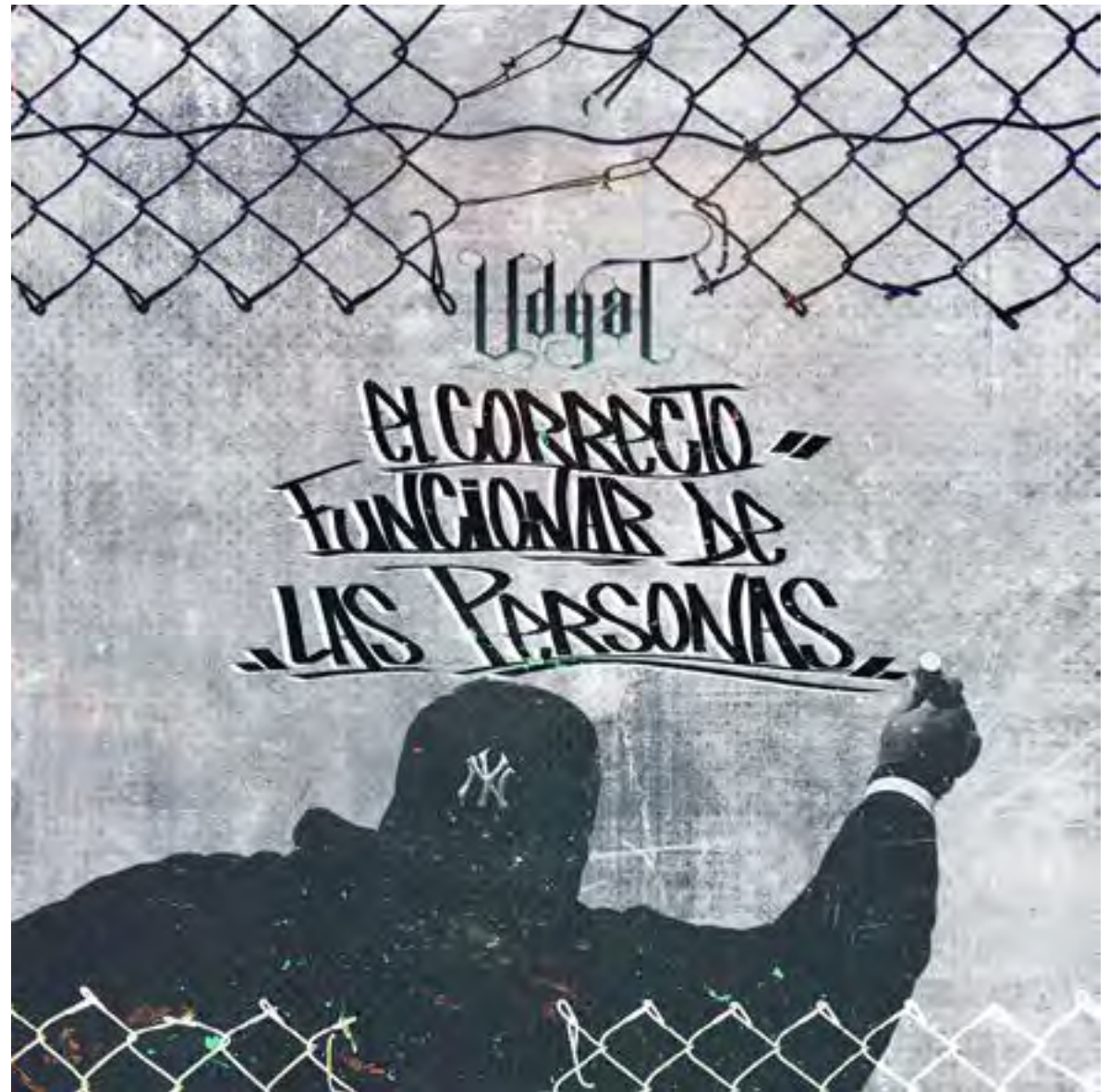
La Colección Capsula de Visión inspirada en el musico Udyat de su proyecto musical “El correcto funcionar de las personas” está integrada por 4 elementos y estos son: un polerón tipo hoodie, una polera, unas calcetas largas y un totebag. Las prendas son de corte oversize en referencia a la cultura hip hop por el estilo e influencia musical del proyecto y el musico.

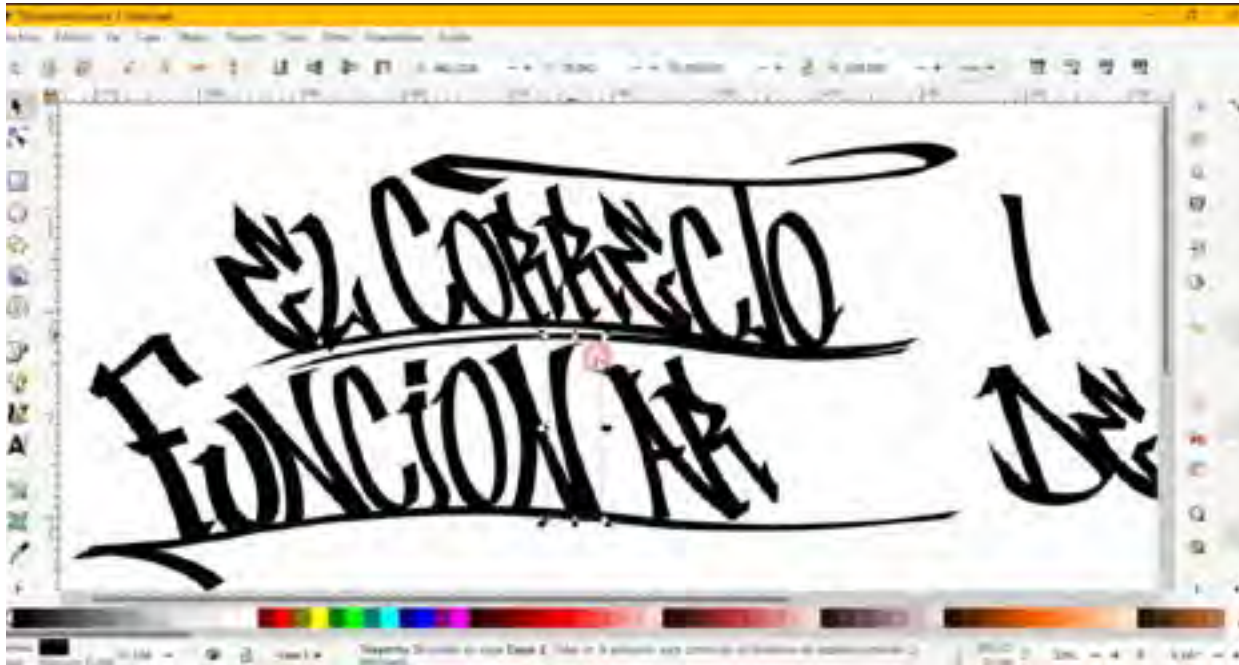
SISTEMA PRODUCTO

PRODUCTO

PORTADA O CARATULA DEL PROYECTO MUSICAL

(Propuesta preliminar)





Desarrollo de letering por medio del programa Inkscape. Se diseñó una tipografía hecha a mano utilizando una tableta gráfica, bajo el concepto y estilo de graffiti o tag.



Portada y tracklist final de “El correcto funcionar de las Personas”



Presentación del proyecto musical en formato físico, packagin de CD



Presentación del
proyecto musical
en formato físico,
packagin de
cassette



SISTEMA PRODUCTO **COLECCIÓN CÁPSULA EN BASE AL CONCEPTO MUSICAL**

SISTEMA PRODUCTO **COLECCIÓN CÁPSULA EN BASE AL CONCEPTO MUSICAL**





La constante batalla entre lo que queremos y nos apasiona, con lo que "debemos". Pero hay quienes encuentran el modo de escapar del "deber" y hacer lo que los apasiona para vivir.

ATÍPICO.



La autenticidad
como coraza.

LA AUTENTICIDAD
COMO CORAZA.
LA AUTENTICIDAD
COMO CORAZA.
LA AUTENTICIDAD
COMO CORAZA.

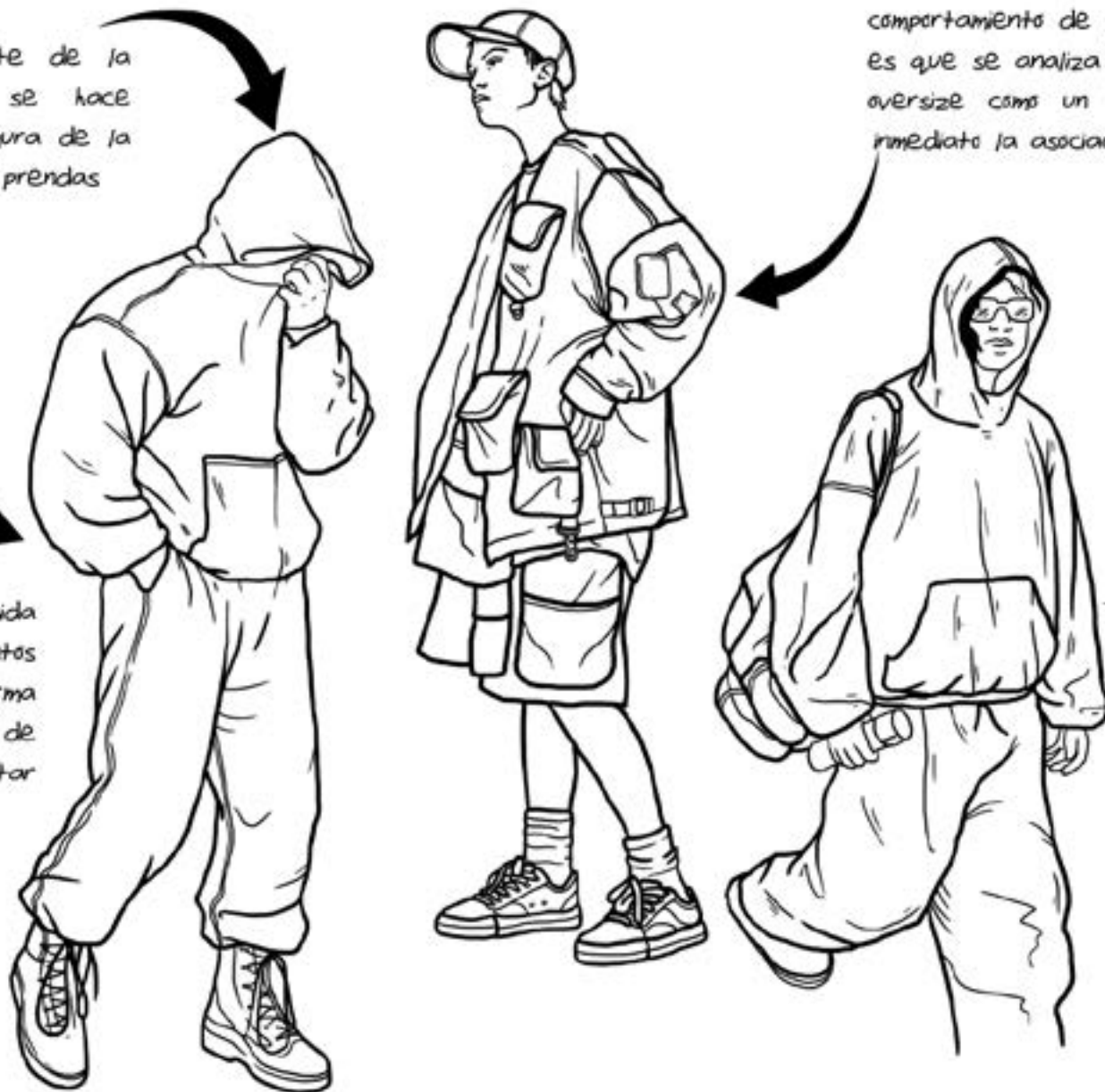


El estilo proveniente de la cultura hip hop, se hace evidente por la holgura de la composición de las prendas

Podemos observar la caída de las prendas en distintos cuerpos. La holgura y forma de las prendas actúan de similar forma sin importar medidas corporales

Por medio del estudio de forma y comportamiento de las prendas en el cuerpo, es que se analiza la caída de las prendas oversize como un atributo que otorga de inmediato la asociación a un movimiento urbano

- Soltura
- Comodidad
- Actitud
- Seguridad



Los elementos formales desprendidos de los conceptos son: espejo roto, cableado de alambrado público, mano apuntando, cámaras de seguridad, púas y rejas, aves volando, entre otros. Acompañando la visualidad entregada por estos elementos hay ciertas frases de canciones en forma de versos y tipografías dispuestas en las prendas.





Los elementos conceptuales y temáticos presentes en el disco según lo comentado por el artista son: la introspección, la cotidianidad de la calle, los juicios morales, la expectativa paternal, la expresión urbana como estilo de vida, la inspiración fugaz, desacato a la autoridad y la propiedad privada, riesgos y consecuencias.



**Prueba de posicionamiento y morfología
del estampado sobre calcetas**



**Posibilidad de aplicar estampado mediante
serigrafía a un color utilizando plastisol o
mediante la técnica de sublimación textil.**



Idealización de estampados focalizados pero ubicados en posiciones atípicas, con la propuesta de integrar estampados grandes y vistosos a lo largo y ancho en la prenda.

Para el diseño de totebags, se estudió la idea de hacer un estampado "explotado" de margen a margen del totebag, se desarrollaron estas propuestas por medio de la misma intención, pero con resultados diferentes



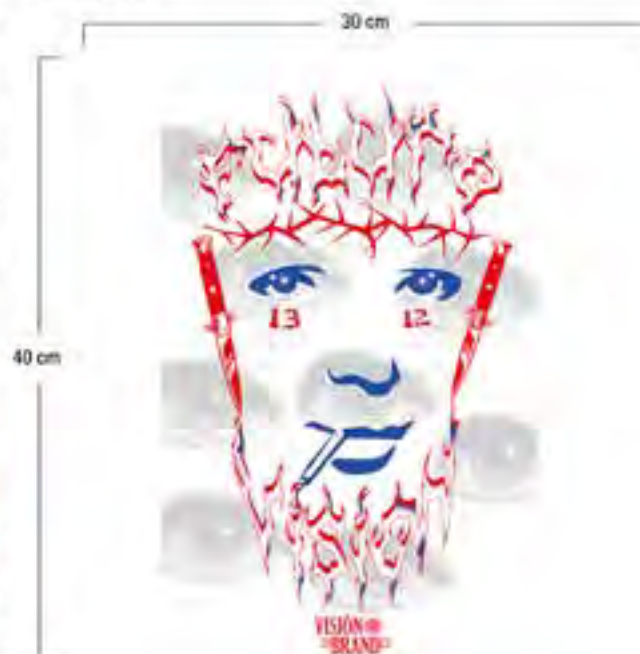
Focal Print	Producto / Textil	Código Diseño / GWC
Diseñador / José Vivanco	Temporada / Primavera- Verano 2023	Colección / E.C.F.D.L.P.

Detalles:

Técnica / Serigrafía marco plano
Nº de marcos serigráficos: 3
Nº de Colores: 3
Colores:
Plastisol Negro SKU: BOXNEG
Plastisol Azul SKU: BOXAZU
Plastisol Rojo SKU: BOXROJ
Pintura: Plastisol
Composición Tela base: 80 % Algodón 20% Polyester

Orden de estampación:
1º- Plastisol Negro SKU: BOXNEG
2º- Plastisol Azul SKU: BOXAZU
3º- Plastisol Rojo SKU: BOXROJ
Consideraciones:
Una vez estampado, sellar el estampado mediante una plancha de sublimación

Muestra Previa:



Separación por color:

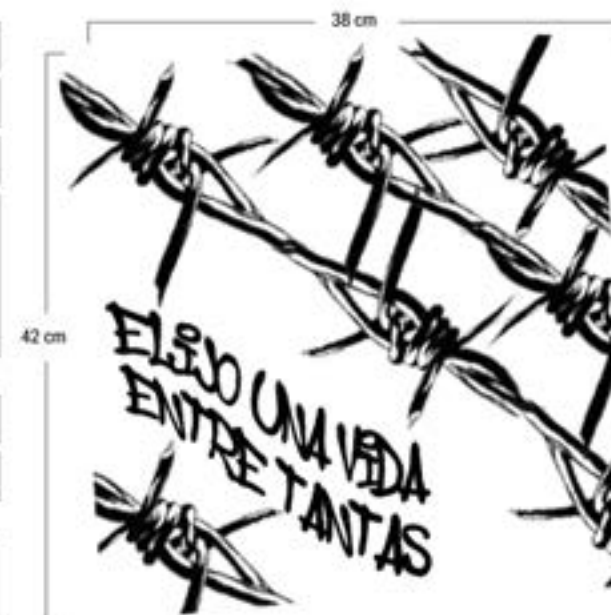


Focal Print	Producto / Textil	Código Diseño / GWC43
Diseñador / José Vivanco	Temporada / Primavera- Verano 2023	Colección / E.C.F.D.L.P.

Detalles:

Técnica / Serigrafía marco plano
Nº de marcos serigráficos: 1
Nº de Colores: 1
Colores:
Plastisol Negro SKU: BOXNEG
Pintura: Plastisol
Composición Tela base: Algodón orgánico
Orden de estampación:
1º- Plastisol Negro SKU: BOXNEG
Consideraciones:
Una vez estampado, sellar el estampado mediante una plancha de sublimación

Muestra Previa:



Separación por color:



Focal Print	Producto / Textil	Código Diseño / GWC23
Diseñador / José Vivanco	Temporada / Primavera- Verano 2023	Colección / E.C.F.O.L.P.

Detalles:

Técnica / Serigrafía mano plano
Nº de matrices serografiadas / 1
Nº de Colores / 1
Colores: Plastisol Negro SKU: BOXNEG 
Reseta: Plastisol
Composición Tela base: 80 % Algodón 20% Polyester
Orden de estampación: 1º = Plastisol Negro SKU: BOXNEG
Consideraciones: Una vez estampado, sellar el estampado mediante una plancha de sublimación

Muestra Previa:



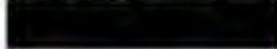
Separación por color:



Plastisol Negro

Focal Print	Producto / Textil	Código Diseño / GWC55
Diseñador / José Vivanco	Temporada / Primavera- Verano 2023	Colección / E.C.F.O.L.P.

Detalles:

Técnica / Serigrafía mano plano
Nº de matrices serografiadas / 2
1º de Colores / 2
Colores: Plastisol Negro SKU: BOXNEG  Plastisol Rojo SKU: BOXROJ 
Planta: Plastisol
Composición Tela base: 80% Algodón 13% Polyester
Orden de estampación: 1º = Plastisol Negro SKU: BOXNEG 2º = Plastisol Rojo SKU: BOXROJ
Consideraciones: Una vez estampado, sellar el estampado mediante una plancha de sublimación

Muestra Previa:



Separación por color:



Plastisol Negro



Plastisol Rojo

CONCLUSION

Existen una gran cantidad de música a nuestro alrededor, de distintos tipos y formas. Es increíble una vez que se contempla el como ha ido evolucionando y como podemos darnos cuenta de que existe música para todo tipo de gente. En la actualidad que vivimos podemos aceptar e integrar a la música en nuestro cotidiano, siendo parte de nuestra vida diaria. En mi caso y como comenté una vez empezando esta memoria, para mí la música es una compañera que me motiva y me inspira a diseñar, por ello mi idea, por mezclar las dos cosas que me apasionan en forma de temática para esta presentación, la música y el diseño y entender como estos convergieron históricamente hasta ser lo que es hoy en día. Dos disciplinas que se nutren mutuamente.

La música y el género urbano están creciendo y por ello es necesario que se adapten y desarrollen nuevas estrategias para que a través del diseño poder responder, llegar y alcanzar nuevos destinos. En una época donde todo ya está hecho, aún se puede innovar y veo en el género urbano y en los artistas jóvenes y emergentes, una manera para exponer, demostrar y otorgar el sentido de carácter por medio del desarrollo de una e identidad musical, aspecto que como vimos en esta presentación hoy en día resulta clave.

La idea de Visión es dotar de identidad a los músicos y sus proyectos musicales, así como materializar la idea o “proyección” del artista por medio de mis herramientas y habilidades graficas. El sentido de representación es lo que me llama la atención como diseñador y es el sentido que pienso seguir buscando en mis próximos años de trabajo, ya que según mi opinión es donde el diseño se hace necesario , justo e indispensable. Me quedo con la idea de visualizar como será la música y como se dará a mostrar en los años futuros, puede que este proyecto sirva para comenzar a crear el camino de una nueva adopción o entendimiento sobre la música y puede que mi “visión” sea correspondida.



BIBLIOGRAFIA

- LA INDUSTRIA MUSICAL EN UNA ERA DE DISTRIBUCIÓN DIGITAL, PATRIK WIKSTRÖM
- LA IMAGEN DE LA MUSICA EN CHILE, JAVIERA ESCUDERO
- MÚSICA Y SOCIEDAD: LA PREFERENCIA MUSICAL COMO BASE DE LA IDENTIDAD SOCIAL, JUAN ROGELIO RAMÍREZ PAREDES
- MÚSICA, INDUSTRIA Y PROMOCIÓN: ¿CÓMO HA CAMBIADO EL MARKETING MUSICAL?, DAVID ANDRÉS MARTÍN
- EL HOMBRE Y LA PORTADA LA PRIMERA IMAGEN Y EL INGRESO A LA OBRA, JAVIERA ESCUDERO ZAPATA
- GRAFITI Y ARTE URBANO, CRISTINA BELLOSO
- FUNCIONES DEL DISEÑO GRÁFICO, FUNCIONALISMO Y ESPECIALIZACIÓN, RODRIGO L. ALONSO
- EL ROL DEL DISEÑADOR GRÁFICO EN LA ACTUALIDAD, SOFIA ENRIQUEZ

