



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**CARRERA: Diseño gráfico**

**TEMA: Desarrollo de soportes gráficos virtuales e impresos para el lanzamiento de discos musicales en tecnología USB para bandas independientes de rock en Quito. Caso de estudio: La banda “Colapso”.**

**AUTOR: Diego Andrés Rojas Guarderas**

**TUTOR: Ing. Miguel Montalvo**

**2015**

## INFORME FINAL DE RESULTADOS DEL PIC

Tabla No.1

|  |   |
|--|---|
| <b>CARRERA:</b>  | Diseño Gráfico  |
| <b>AUTOR/A:</b>  | Diego Andrés Rojas Guarderas  |
| <b>TEMA DEL TT:</b>  | Desarrollo de soportes gráficos virtuales e impresos para el lanzamiento de discos musicales en tecnología USB para bandas independientes de rock en Quito. Caso de estudio: La banda “ <i>Colapso</i> ”. |
| <b>ARTICULACIÓN CON LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN INSTITUCIONAL:</b> | Productividad y sociedad, cultura, educación y comunicación en la perspectiva del <i>Plan Nacional del Buen Vivir</i> .   |
| <b>SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN INSTITUCIONAL:</b>                  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Métodos y comportamientos del consumidor</li><li>• Redes de comunicación</li><li>• Cultura</li><li>• Identidad</li><li>• Comunicación</li></ul>                   |
| <b>FECHA DE PRESENTACIÓN DEL INFORME FINAL:</b>                  | 04 de marzo de 2015   |

## **CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA**

Yo, Diego Andrés Rojas Guarderas con C.I. 1715815963 mediante la presente, certifico que el trabajo aquí expuesto se encuentra en su totalidad bajo mi autoría en lo que concierne a la investigación, estudio y desarrollo del producto.

Dentro del proceso de investigación se han evaluado criterios y teorías de varios autores afines, los cuales han sido analizados, sintetizados y en consecuencia; sus criterios utilizados para el desarrollo de este trabajo por parte de mi persona.

## INFORME FINAL DE TUTORÍA

QUITO 13 AGOSTO DE 2014

|                    |  |                 |    |                      |
|--------------------|--|-----------------|----|----------------------|
| <b>TUTOR:</b>      | Lic. Miguel Montalvo G.  |                 |    |                      |
| <b>ESTUDIANTE:</b> | DIEGO ANDRÉS ROJAS GUARDERAS   |                 |    |                      |
| <b>TEMA:</b>       | Desarrollo de soportes gráficos virtuales e impresos para el lanzamiento de discos musicales en tecnología USB para bandas independientes de rock en Quito. Caso de estudio es la banda "Colapso". |                 |    |                      |
| <b>CARRERA:</b>    | Diseño Gráfico empresarial   |                 |    |                      |
| <b>NOTA EP1</b>    | 10   | <b>NOTA EP2</b> | 10 | <b>NOTA FINAL</b> 10 |

Yo, Lic. Miguel Montalvo G.. doy fe que el Proyecto Integrador de Carrera presentado por el estudiante de referencia ha cumplido con la metodología establecida, y está apto para continuar con el proceso de evaluación

Atentamente,



Profesor-Tutor:  
 Lic. Miguel Montalvo G.  
 CC:  
 1713643540

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a mi familia, a mis colegas de la banda *Colapso* y a todos los que disfrutan y se identifican con su música y mensaje.

Lo dedico también a todos aquellos que luchan por sacar adelante su expresión artística (especialmente a músicos y artistas visuales que complementan su trabajo para crear obras llenas de pasión con las que muchas personas se sienten identificadas).

Y a pesar de que varias veces el crear no es sinónimo de retribución económica, todos los artistas lo hacemos por amor al trabajo.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi familia, especialmente a mi padre por su ayuda incondicional para poder culminar mis estudios. A mi madre y mis hermanas por su constante apoyo y a mi abuelo (QEPD) que en vida siempre estuvo pendiente de mi formación profesional.

Agradezco también a mis compañeros de estudios, con quienes viví una etapa increíble de mi vida y aprendí miles de cosas dentro de las aulas como en el mundo real y de igual forma, a los maestros y tutores que me han guiado y ayudado a fortalecer mi formación profesional.

Finalmente quiero agradecer igualmente a los integrantes de *Colapso* por haberme permitido profundizar en el mensaje y música de la banda, pero sobretodo por ser parte de ella así como también a las personas que fueron fundamentales para la investigación de este proyecto con sus importantes criterios sobre el desarrollo de la escena rockera ecuatoriana (especialmente a Miguel Vinueza, Pablo Rodríguez y Edgar Castellanos).

## RESUMEN

El presente estudio se orienta a la elaboración de soportes visuales impresos y digitales contenidos en un disco de música que será lanzado al mercado en tecnología *USB* como nuevo material de la banda de rock quiteña, *Colapso*, llamado *Destino Infierno*. El mismo surgió ante la necesidad de la agrupación de sacar un disco que sustituyera al formato *CD* (actualmente a punto de desaparecer) y que compita con la descarga gratuita de archivos de audio por internet, como una alternativa ante las nuevas tecnologías en formatos y las tendencias mundiales de consumo de música.

La investigación se soporta en temas como: diseño gráfico en general, cromática, tipografía, diseño digital y multimedia, diseño editorial y lo referente a material impreso, la relación existente entre el diseño gráfico y la música (especialmente con el *rock*) así como su estética. Así, la investigación culmina con un análisis de este género en el Ecuador y la producción de discos -haciendo referencia a la trayectoria e historia de la banda *Colapso*.

Una vez diagnosticada la necesidad se procedió a recopilar información teórica mediante consultas bibliográficas, en internet y observación documental. También se generó información empírica a través de la aplicación de observaciones de campo y entrevistas a expertos relacionados con el tema para contar con la información necesaria que permitió la elaboración del producto final: el disco en *USB* con sus contenidos físicos y virtuales.

## ABSTRACT

This final project has been aimed to the creation of physical and digital visual devices based on *USB* technology in order to release the new *Colapso's* record *Destino Infierno*. This idea tries to face the changes that music has been experimenting globally last years due to the Internet boom and its multiple modern options to download audio formats.

Besides, you will find many important topics related to Graphic Design in general. This part it is extremely important no matter if you are a graphical designer, a musician or just a person interested in culture, you will know more about the relationship between this field and music –especially with *Rock*, its history worldwide including Ecuador and the actual state of the Records Industry in this country as well as the story of *Colapso* and its road to the fame.

Finally but not less important, it is relevant to mention this research project and the *Colapso's* new album in *USB* format has been possible due to an exhaustive seeking of information, which has been collected through excellent bibliography –books, magazines, newspapers, the Web among others- and the most important thing... my personal experience as musician and artist and of course, the collaboration made by other experts in music to achieve this goal.



## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

### PRELIMINARES

|                                     |      |
|-------------------------------------|------|
| Portada                             | i    |
| Informe final de resultados del PIC | ii   |
| Certificación de autoría            | iii  |
| Aprobación del tutor                | iv   |
| Dedicatoria                         | v    |
| Agradecimientos                     | vi   |
| Resumen                             | vii  |
| <i>Abstract</i>                     | viii |

|                              |      |
|------------------------------|------|
| ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS | xi   |
| ÍNDICE DE TABLAS             | xii  |
| ÍNDICE DE IMÁGENES           | xii  |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS           | xiii |

|                       |   |
|-----------------------|---|
| INTRODUCCIÓN          | 1 |
| Problema              | 4 |
| Idea a defender       | 4 |
| Objetivo general      | 5 |
| Objetivos específicos | 5 |
| Metodología           | 6 |

### CAPÍTULO I

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| FUNDAMENTOS TEÓRICOS        | 11 |
| Diseño gráfico              | 12 |
| Cromática                   | 14 |
| Tipografía                  | 15 |
| Diseño digital y multimedia | 17 |

|   |    |
|---|----|
| Diseño editorial y material impreso   | 18 |
| Diseño gráfico en la música   | 21 |
| <i>El rock</i>  | 23 |
| Diseño gráfico en el <i>rock</i>  | 25 |
| Estética <i>rockera</i> y metalera  | 27 |
| El <i>rock</i> en el Ecuador y la producción de discos  | 29 |
| <br>  |    |
| <i>Colapso</i>  |    |
| Biografía y trayectoria   | 30 |
| <br>  |    |
| Tecnologías de la información y comunicación  | 34 |
| La era digital, nuevas tecnologías y su influencia en el mundo de la música                                     | 37 |
| Breve historia de los formatos de audio, reproductores y plataformas en las que se han editado discos musicales | 40 |
| <br>  |    |
| CAPÍTULO II   | 45 |
| DIAGNOSTICO SITUACIONAL   |    |
| Diagnóstico externo   | 45 |
| Diagnóstico interno   | 45 |
| <br>  |    |
| Resultados de la observación realizada en las principales tiendas de rock en Quito                              | 46 |
| Resultado de entrevistas realizadas a expertos relacionados con la ámbito musical                               | 48 |
| Análisis del capítulo   | 53 |
| <br>  |    |
| CAPÍTULO III  | 54 |
| ELABORACIÓN DEL PRODUCTO  |    |
| Ideas preliminares  | 54 |

|  |    |
|--|----|
| Desarrollo del producto                                  | 55 |
| Análisis conceptual del disco para su aplicación gráfica | 56 |
| Justificación del color                                  | 64 |
| Tipografía   | 65 |
| Empaque especial   | 66 |
| Contenidos del <i>USB</i>                                | 67 |
| <b>VALIDACIÓN</b>  | 69 |
| <b>CONCLUSIONES</b>                                      | 77 |
| <b>RECOMENDACIONES</b>                                   | 79 |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b>                                      | 80 |

#### ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla No.1 : Informe final de resultados del PIC | ii |
| Tabla No.2 : Informe final de tutoría            | iv |
| Tabla No.3: Metodología                          | 10 |
| Tabla No.4 : Ficha de observación                | 93 |
| Tabla No.5 : Resultados fichas de validación     | 75 |

#### ÍNDICE DE IMÁGENES

|   |    |
|---|----|
| Imagen No.1: Portada disco <i>Leprosy</i> . Banda: <i>Death</i>                               | 28 |
| Imagen No.2: Portada disco <i>Master of Puppets</i> . Banda: <i>Metallica</i>                 | 28 |
| Imagen No.3: Portada disco <i>The dark side of the moon</i> . Banda: <i>Pink Floyd</i>        | 28 |
| Imagen No.4: Portada disco <i>Peace sells... but who's buying?</i> . Banda<br><i>Megadeth</i> | 28 |
| Imagen No.5 : Disco de vinilo   | 43 |
| Imagen No.6 : <i>Casette o tape</i>   | 43 |
| Imagen No.7: Tocabiscos   | 44 |
| Imagen No.8: <i>Compact Disc (CD)</i>   | 44 |
| Imagen No.9: Reproductor de <i>MP3</i>  | 44 |
| Imagen No.10: <i>Walkman</i>  | 44 |

|   |    |
|---|----|
| Imagen No.11: Hojas internas de <i>Destino inferno</i> . Banda: <i>Colapso</i>              | 56 |
| Imagen No.12: Portada de <i>Destino inferno</i> . Banda: <i>Colapso</i>                     | 57 |
| Imagen No.13: Hojas internas y simbología de <i>Destino Inferno</i> . Banda: <i>Colapso</i> | 58 |
| Imagen No.14: Símbolo de la canción “ <i>Carne para las fieras</i> ”                        | 58 |
| Imagen No.15: Símbolo de la canción “ <i>Decisiones que nos consumen</i> ”                  | 59 |
| Imagen No.16 : Símbolo de la canción “ <i>Por decadentes</i> ”                              | 59 |
| Imagen No.17 : Símbolo de la canción “ <i>Camino opuesto</i> ”                              | 60 |
| Imagen No.18 : Símbolo de la canción “ <i>Sentirnos dioses</i> ”                            | 60 |
| Imagen No.19 : Símbolo canción de la canción “ <i>Manchados de veneno</i> ”                 | 61 |
| Imagen No.20 : Símbolo de la canción “ <i>Víctimas del pasado</i> ”                         | 61 |
| Imagen No.21 : Símbolo de la canción “ <i>El sepulcro</i> ”                                 | 62 |
| Imagen No.22 : Isotipo representativo de <i>Colapso</i>                                     | 62 |
| Imagen No. 23: Prototipo del producto finalizado  | 68 |
| Imagen No.24 : Prototipo del producto finalizado  | 68 |
| Imagen No.25 : Prototipo del producto finalizado  | 68 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|   |     |
|---|-----|
| Gráfico No.1 : Resultados <i>Focus group</i> : Género   | 100 |
| Gráfico No.2 : Resultados <i>Focus group</i> : Edad   | 100 |
| Gráfico No.3 : Resultados <i>Focus group</i> : Estrato social   | 101 |
| Gráfico No.4 : Resultados <i>Focus group</i> : ¿Qué tipo de música escucha?                             | 101 |
| Gráfico No.5 : Resultados <i>Focus group</i> : ¿Qué es lo que le llama la atención de un grupo musical? | 102 |
| Gráfico No.6 : Resultados <i>Focus group</i> : ¿Considera importante la imagen visual de una banda?     | 102 |
| Gráfico No.7 : Resultados <i>Focus group</i> : ¿Dónde escucho Colapso?                                  | 103 |
| Gráfico No.8 : Resultados <i>Focus group</i> : ¿Cómo calificaría la imagen de Colapso?                  | 103 |

|   |     |
|---|-----|
| Gráfico No.9 : Resultados <i>Focus group</i> : ¿Qué le produce la nueva presentación de Colapso?              | 104 |
| Gráfico No.10 : Resultados <i>Focus group</i> : Califique la nueva imagen de Colapso                          | 104 |
| Gráfico No.11 : Resultados <i>Focus group</i> : ¿Qué aspectos le llamaron la atención del prototipo?          | 105 |
| Gráfico No.11 : Resultados <i>Focus group</i> : ¿Qué le parece la idea de un disco de Colapso en <i>USB</i> ? | 105 |

## INTRODUCCIÓN

El mundo moderno gira en torno a los avances tecnológicos, a los nuevos descubrimientos, a las nuevas tendencias y a las corrientes de pensamiento de nuevas generaciones poniendo en práctica formas diferentes de hacer las cosas en todos los ámbitos como la producción musical, el cine o el diseño gráfico.

La industria musical se ha transformado a pasos agigantados con el pasar del tiempo. En un inicio, los artistas plasmaban su música en discos de acetato o vinilos (los mismos que eran fabricados en carbono), después lo hicieron en cartuchos de ocho pistas conocidos como *magazines*, luego en cintas de *cassettes* o *tapes* para finalmente llegar al CD (Disco Compacto).

Sorpresivamente todo cambió: el internet cobró alta popularidad, se volvió accesible para todos y con esto, los discos empezaron a copiarse caseramente y el término “piratería” (copias ilegales de material discográfico) se volvió más común. Es en ese momento cuando apareció el *Mp3* (*MPEG Audio Layer III*) y con él, la descarga gratuita. No se necesitaba comprar todos los discos que le gustaran a una persona y ni siquiera se tenía que copiarlos en algún equipo de sonido, solamente se debía tener internet e ingresar a un sitio web donde se pudieran obtener dichos discos gratis o pagar una mínima cantidad para luego descargarlos desde un fichero, escucharlos en el computador sin que éstos ocuparan mucho espacio y con una calidad de compresión media; por lo que pronto ése sería el formato de audio más usado en el mundo.

Paralelamente aparecieron los *Ipod* y aparatos similares para reproducir formatos digitales. Entonces...¿Cómo afectó esta situación a la industria musical, a las disqueras y a

los músicos? ¿Cuál es la tendencia que tiene el consumidor de música en la actualidad para conseguir los discos que le gustan?

Esta investigación abordará en el transcurso de la misma, esas y otras interrogantes para llegar a una conclusión acertada sobre la situación actual de la música en el mundo.

Así, en el primer capítulo se presenta toda la información teórica para respaldar este trabajo académico al tratar asuntos como: el diseño gráfico y definiciones generales sobre la cromática, la tipografía, el diseño multimedia, el diseño editorial y el diseño gráfico en general.

Seguido a esto se habla del diseño gráfico y su relación con la música. Después específicamente al *rock*, al diseño gráfico en el *rock*, a la estética *rockera* y metalera, al *rock* en el Ecuador y a la producción discográfica grabada en el país. Luego viene la historia de *Colapso*: su biografía y trayectoria para posteriormente pasar a otros puntos tales como las tecnologías de la información y comunicación, la era digital y su influencia en el mundo de la música. Y para terminar este capítulo, el lector hallará un breve estudio histórico de los formatos de audio, reproductores y plataformas en las que se han editado discos.

En el segundo capítulo se presenta el diagnóstico de la situación actual de la música en general con relación a una posible existencia de un formato de disco en tecnología *USB*, acompañado de soportes gráficos impresos como folletos y empaques, además de contenidos multimedia que podría ser propuesto a las agrupaciones de metal quiteñas. Aquí se describe la situación de estas bandas frente a las nuevas tecnologías y nuevas tendencias de consumo de música, para lo cual fueron imprescindibles métodos como la observación de campo (en donde se visitaron los principales locales de música especializada en *rock*),

entrevistas a expertos en música, gestión cultural y diseño gráfico para determinar el contexto en el que se desarrolla la producción de discos y conocer cuáles son los formatos de distribución de la música más vendidos en el mundo y en nuestro país.

En el tercer capítulo se describe el proceso creativo de la elaboración del producto: desde la lluvia de ideas hasta la elaboración del prototipo final. Aquí es donde fueron elegidos y explicados los colores, los elementos, las tipografías además de definir el arte del disco con sus respectivas aplicaciones tanto impresas como digitales. Se realizó un análisis conceptual de las letras y música de *Colapso* para sintetizarlas y traducirlas en imágenes que la banda quiere transmitir y en el caso del producto, aplicarlo a la tecnología *USB*. Entre los elementos descritos se encuentran el dispositivo *USB* y la caja que lo contiene, el folleto físico, los artes generales y digitales que acompañan al material discográfico dentro del *pen drive*. Es decir, *Pdf* informativos y un multimedia que contengan las letras de las canciones al igual que la información general de la banda.

Finalmente, se realizó el *focus group*, en el cual los fans de la banda, consumidores de música (coleccionistas) y músicos fueron tomados como muestra para realizarlo, para posteriormente validarlo de forma general mediante criterios de expertos relacionados diseño gráfico, la comunicación y con la música.



## **Problema**

Los discos en formato *CD* que tiempo atrás solían ser los más modernos, actualmente empiezan a ser obsoletos porque ya casi nadie los no escucha. Por esta razón, sus ventas son bajas y es muy probable que próximamente entren en una etapa de extinción tal como ocurrió con los formatos que les precedieron. Sin embargo, los formatos digitales han ganado popularidad ya que por un lado, en el extranjero se los vende por Internet (lo que no se lo practica tanto en nuestro país) y por otro, porque la descarga gratuita no genera ningún ingreso para las bandas.

En este contexto y antecedentes, el problema es que esta realidad afecta tanto a músicos como a disqueras en el Ecuador y no existe todavía una alternativa acorde a los avances tecnológicos y nuevas tendencias de consumo que sustituya al *CD* para competir directamente con la descarga gratuita.

Es por esto que aquí vienen las interrogantes que los músicos en general se vienen haciendo y se hacen desde hace tiempo atrás hasta la fecha: En el Ecuador que no es un país con una industria musical grande todavía... ¿Cómo está afectando o ha afectado esta problemática a los músicos y gestores musicales? Y ¿cómo podría el diseño gráfico ayudar con nuevas alternativas para lanzar un disco al mercado, tomando en cuenta todos los factores anteriormente expuestos?

## **Idea a defender**

El *pen drive* es un formato práctico, dado que un puerto *USB* se encuentra en casi todos los aparatos electrónicos modernos como computadores, equipos de sonido, radios de autos, consolas de audio entre otros. De esta manera, este dispositivo podrá ser escuchado en cualquier lugar y es fácil de almacenar, lo que permitirá una nueva alternativa de uso que bien diseñada resultará muy atractiva para el consumidor.

## **Objetivo general**

Desarrollar soportes gráficos impresos y multimedia para el lanzamiento de discos de música en tecnología *USB* que permitan al usuario tener una alternativa para suplantar al *CD* y a la descarga gratuita, con el fin de escuchar el disco en cualquier dispositivo reproductor de música, promoviendo así la difusión libre de la música y el arte visual de la banda.

## **Objetivos específicos**

- Recopilar las bases teóricas que sustentarán la elaboración del proyecto que van desde criterios generales de diseño gráfico hasta la comprensión de la era digital de los formatos, su influencia en la industria musical mundial y a la escena *rockera* independiente ecuatoriana.
- Diagnosticar la situación actual en referencia con la existencia de soportes gráficos impresos y multimedia para discos musicales en formato *USB* para bandas de *rock* en la ciudad de Quito a través de observación de su existencia en los principales locales de música de la ciudad y entrevistas a expertos en tecnología, comunicación e involucrados en el ámbito musical como gestores culturales, músicos, entre otros.
- Diseñar un prototipo de un disco musical en formato *USB* que unifique soportes gráficos impresos y digitales para el disco *Destino infierno* de *Colapso*, describiendo todo el proceso de creación del mismo y fundamentando cada paso del producto hasta llegar a su presentación final.
- Validar el diseño del prototipo con todos sus componentes, de manera general en aspectos científicos y técnicos mediante fichas de validación manejado por criterios de expertos y también a través de un *focus group* aplicado a músicos, fans y afines.

## Metodología

En el primer capítulo se presenta toda la información teórica para respaldar la investigación y se abordan asuntos como: las nuevas tendencias de la era digital y cómo las mismas han afectado a la industria musical mundial y especialmente a la escena de músicos independientes ecuatorianos. Una vez comprendido esto, se procedió a relacionarlo con el diseño gráfico y su utilización para este fin.

Los métodos de trabajo escogidos primer lugar fueron: el analítico – sintético, pues se indagó sobre varios temas y se los sintetizó destacando siempre lo más relevante y aplicable a este proyecto. En segundo lugar, se escogió también al método inductivo – deductivo, ya que al investigar inevitablemente fue importante adentrarse más en la temática y por ende, evidenciar en gran medida el problema. Obviamente y gracias a este método ha sido posible deducir puntos claves para una mejor comprensión de la problemática existente, así como también se ha pensado en las posibles soluciones que el diseño gráfico podría brindar a esta situación.

Simultáneamente se dispuso también de bases teóricas que fueron tomadas en cuenta para generar un prototipo de producto más adelante en el que no se obviara ningún detalle. También se realizó un análisis cronológico de la historia y evolución de los formatos de audio y sus respectivos reproductores, para lo cual fue utilizado el método histórico - lógico, que permitió conocer y comprender el contexto actual en el que los discos musicales se lanzan o se pretenden lanzar al mercado a futuro. Este método fue aplicado mediante la comprensión histórica del movimiento *rockero* ecuatoriano y de la banda *Colapso*, la que lleva años de trayectoria y varios discos editados.

De esta manera, fue posible aplicar el estudio de caso a la banda y contar con algunos ejemplos que se expondrán a lo largo del primero como de los siguientes capítulos. A más de lo anterior, también se requirieron instrumentos de recopilación y análisis bibliográfico, lectura comprensiva y análisis documental. Todos ellos basados en libros, artículos de revistas, sitios *web* y en documentales audiovisuales.

En el segundo capítulo se emplearon los métodos empíricos de recolección de información de fuentes primarias y estudios de caso. Dentro de este contexto, es muy importante mencionar que se recurrió al método analítico – sintético al mismo tiempo en el que se emplearon los métodos anteriormente descritos, mismos que fueron aplicados a través de técnicas de observación y entrevistas con el fin de diagnosticar la existencia o no de soportes gráficos impresos y multimedia para discos musicales en formato *USB* pensado para bandas de *rock* en la ciudad de Quito.

En cuanto a la técnica de observación, ésta fue aplicada a cinco principales tiendas de *rock* de la ciudad, en donde por medio de fichas de observación se verificó la existencia o inexistencia de soportes con estas características que hayan sido lanzados por bandas nacionales e internacionales. Las tiendas escogidas para esta investigación fueron tomadas en cuenta bajo los siguientes parámetros:

- Que estén localizadas en Quito
- Que tengan mínimo cinco años de existencia
- Que sean especializadas en *rock*
- Que vendan varios formatos o trabajos musicales ya sea en discos de vinilo, *CD*, *cassettes*, entre otros<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Para encontrar los resultados de las fichas de observación ir al Anexo No.2 en la sección de “Anexos”

Por otra parte, se realizaron entrevistas a expertos relacionados con la música, gestión cultural y afines para evidenciar la realidad que vive el movimiento *rockero* en la ciudad con relación al lanzamiento de discos, los avances tecnológicos, las nuevas tendencias de consumo.

Los entrevistados fueron escogidos bajo los siguientes parámetros:

- Que tengan más de cinco años de experiencia con la música, gestión cultural o diseño gráfico.
- Que estén involucrados activamente en temas relacionados a la música, por lo tanto, que hayan lanzado mínimo dos discos, organizado al menos dos conciertos o diseñado para tres bandas (dependiendo la especialidad de cada uno en la utilización de nuevos formatos similares a los propuestos).<sup>2</sup>

En el tercer capítulo en donde se trata sobre la elaboración del producto se recurrió también a diversos métodos propios de diseño gráfico: desde la generación de ideas, la elección de soportes hasta la realización del producto en general tomando en cuenta el color, la tipografía, los fotomontajes y un análisis conceptual de lo que la banda quiere transmitir a su público a través del arte gráfico de este disco.

Y este capítulo concluye con la validación del producto a través de los métodos empíricos como: la evaluación del producto terminado mediante la evaluación de un grupo objetivo utilizando la técnica del *focus group*<sup>3</sup> y que fue aplicado a fans de la banda, músicos (incluidos miembros de *Colapso*) y gente conocedora del tema.

---

<sup>2</sup> La aplicación de las entrevistas están en el Anexo No.1 de la sección de “Anexos”

<sup>3</sup> La técnica del *focus group* se encuentra en el Anexo No.4 de la sección de “Anexos”

A más de lo anterior, otro método empírico utilizado en este proyecto fue la consulta a expertos. Dicho método fue realizado mediante la técnica de validación basada en conocer las opiniones de profesionales en diseño gráfico a través de fichas de validación que fueron creadas con la idea de medir la eficacia, científicidad, actualidad y pertinencia que contiene el trabajo presentado.

Los criterios necesarios para escoger a las personas que validaron este trabajo fueron:

- Que sean profesionales titulados,
- Que posean más de cinco años de experiencia en diseño gráfico, comunicación, gestión cultural, música y producción de discos.

A continuación en la siguiente tabla se detalla lo ya explicado:

**Tabla No.3**

| Etapas de Etapas de investigación | Métodos  |   |  | Técnicas   | Resultado                                     |
|-----------------------------------|--|---|--|--|---|
|                                   | Métodos empíricos  | Métodos teóricos  | Métodos Matemáticos                          |  |   |
| <b>Fundamentación teórica</b>     |  | <p>Analítico - sintético</p> <p>Inductivo – deductivo</p> <p>Histórico - lógico</p>                               |  | <p>Revisión bibliográfica</p> <p>Consulta por Internet</p> <p>Lectura científica</p> <p>Observación documental</p> | <p>Bases teóricas para la Investigación.</p>  |
| <b>Diagnóstico situacional</b>    | <p>Recolección de información en fuentes primarias</p> <p>Estudio de casos</p>   | <p>Analítico - sintético</p>  | <p>Uso de tablas y gráficos estadísticos</p> | <p>Observaciones de campo</p> <p>Entrevistas</p>   | <p>Diagnóstico estado actual del problema</p> |
| <b>Estructura del producto</b>    |  | <p>Propios del diseño gráfico, diseño de material impreso y digital como fotografía, ilustración, multimedia.</p> |  | <p>Revisión bibliográfica</p> <p>Consulta por Internet</p> <p>Lectura científica</p> <p>Criterios de expertos</p>  | <p>Producto elaborado</p>                     |
| <b>Validación</b>                 | <p>Consulta a expertos y evaluación del producto terminado por criterios de grupo objetivo, expertos e involucrados.</p> |   | <p>Uso de tablas y gráficos estadísticos</p> | <p>Focus group</p> <p>Fichas de validación</p>   | <p>Producto validado</p>                      |

# CAPÍTULO I

## FUNDAMENTOS TEÓRICOS

La investigación se respalda en las siguientes teorías y criterios de autores: en cuanto a principios del diseño se ha tomado en cuenta a autores tales como Jorge Frascara, Wucius Wong y Luciano Moreno.

Para empezar en la parte referente a la cromática se utilizaron obras de Johannes Itten y Eva Heller, seguida de Ileana Flores, para la tipografía y el diseño multimedia, a los autores Pierre Lévy así como Henry Jerkins.

Después al llegar al diseño editorial se utilizaron los textos de Cath Caldwell. En lo que se refiere concretamente a la historia del *rock* los libros de Jordy Sierra, Danilo Vallejo y Víctor Carrión fueron de gran utilidad. En cuanto a la investigación sobre la banda *Colapso*, ésta fue proporcionada por los propios integrantes de la banda y adicionalmente se revisó toda la información publicada en sus sitios web.

En los temas referentes al diseño multimedia, las tecnologías de la información y comunicaciones, la era digital, nuevas tecnologías y su influencia en el mundo de la música se tomaron nuevamente las obras de Pierre Lévy, Henry Jerkins, Manuel Castells y la información de la revista *La era de la información* de la Fundación Telefónica de España.

Todo esto para finalizar con un análisis cronológico de la evolución de los formatos (cabe recalcar que no se encontró un libro específico por lo que se recurrió a varios artículos de internet de sitios con información comprobada).



Entre los temas y sub temas relevantes para poder realizar un producto bien hecho se encuentran los siguientes:

## **Diseño gráfico**

Moreno (2010) afirma que “el diseño gráfico es un proceso de creación y elaboración por medio del cual el diseñador traduce un propósito en una forma”. Y de acuerdo a Frascara (1997) “el diseñador gráfico trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes. Su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el contenido”. (Frascara, 1997, en Arfuch 1997, p. 46)

Explicado de esta manera, el diseño es el proceso de previo análisis y estructuración mental para satisfacer una necesidad que parte inicialmente de un acto tal vez visceral o intuitivo al que se lo llama *creatividad*, la que funciona a partir de crear algo que no existe o modificar lo existente. Es así que comienza su proceso en imagos (que vendría a ser la primera imagen formada en la mente y que da lugar a la estructuración de una idea a desarrollarse y finalmente cobra vida a través del diseño).

Por lo tanto, el diseño es la parte estética o el hecho estético de la solución encontrada a cierto problema o también constituye el desenlace de una idea desarrollada.

Por otro lado, Arfuch (1997) menciona en su libro que el diseño es una forma de circular y se desarrolla en distintos medios tales como: diarios, revistas, libros, calles, televisión e Internet, ya que todos ellos todos albergan esta forma particular de comunicación. (Íbid, p. 47)

El diseño gráfico se desarrolla también de diferentes maneras y en distintos soportes (convencionales o no convencionales) pero siempre está circulando en todas partes y por lo general, se inmiscuye todo el tiempo en el mundo moderno donde la mayoría quiere expresar algo o identificarse con algo. Por esto, el diseño gráfico es primordial en el desarrollo de la vida actual pues ayuda a entender la importancia de lo visual para tomar una decisión, sea la que sea: una marca, una forma de pensar, un voto o simplemente el mejoramiento estético en cualquier campo.

Con esta introducción, en el presente proyecto se partirá desde la comprensión de los procesos básicos en el diseño gráfico, pasando por cómo éste se relaciona con la música para llegar específicamente hasta la construcción del producto propuesto que involucra bases teóricas de cromática, tipografía, diseño digital y estilos gráficos. En este caso el producto tiene dos partes: una impresa y otra digital, por lo que se abordará brevemente estos temas enfocándose a la creación como propuesta final de este proyecto.

Después de entender la problemática y la complejidad del contexto al que este proyecto se enfrentará así como los formatos de audio, las nuevas tecnologías y las nuevas tendencias de la industria musical (el cual está expuesto anteriormente y que se ampliará más adelante) es necesario conocer y entender la propuesta al igual que los medios y recursos que se pueden utilizar visualmente hablando.

Y de igual manera, comprender conceptualmente al disco para llevar a cabo el proceso de elaboración de los artes finales destinados a la imprenta y a la parte digital.

## **Cromática**

Encierra lo referente al color, sus usos y aplicaciones. Para el desarrollo de este trabajo fue necesario conocer mucho más sobre la teoría del color por la importancia de su utilización dentro del diseño. Por lo que se recurrió al libro de Johannes Itten, *El arte del color*, que trata de manera general la teoría del color y al que se lo complementó con una obra mucho más actual de la psicóloga y socióloga alemana Eva Heller, la que en su *Psicología del color* se refiere a un nuevo enfoque para la interpretación del color en la vida de los seres humanos.

Además de lo anteriormente explicado, este proyecto también comprende una parte impresa y una digital, en donde al principio fue obligatorio hablar de cromática y sus diferentes funciones, destacando que los colores primarios aditivos son aquellos que al ser mezclados en cierto porcentaje generan luz, siendo éstos el rojo, el verde y el azul. Y que, convertidos en blanco son utilizados en la tecnología que se observa en las pantallas de televisión así como en los monitores de computadoras (comprender esta parte ayuda a generar un sistema cromático referente para la parte digital).

Estos colores al ser mezclados producen a su vez otros tonos que se observan en cualquier *Software* relacionado al diseño y en lo que a manipulación de video y afines se refiere. Además también existen opciones para codificar las imágenes dentro de esta modalidad. Al respecto, este proyecto cuenta con diversos materiales que se visualizan en un monitor (archivos *Pdf*, videos y material multimedia) por lo que es sumamente necesario trabajarlo en *RGB (Red, Green, Blue)* para obtener un resultado real y mejor con respecto al color que se observará.

Por otra parte, el material impreso posee otra clase de codificación ya que todo lo que se va plasmar en un papel o en algún tipo de superficie debe pasar por un proceso diferente que no consiste solamente en visualizarlo en un monitor. Es por esta razón que se debe tomar en cuenta que la codificación de color es diferente pues se está hablando de los colores primarios sustractivos (cyan, amarillo y magenta), de los cuales se hace una separación de colores para restarles luz, y al mezclarlos al cien por ciento producen negro.

Todo lo contrario a *RGB* y se los conocen como *CMYK* (*C= cyan, M= magenta, Y= yellow, K= black*). Entonces, al realizar cualquier arte y luego llevarlo a una imprenta es indispensable que el color sea trabajado de esta manera para que al momento de imprimirlo, éste y otros no sean alterados en relación a lo que se ve en la pantalla del computador. De esta manera el color puede ser utilizado para darle significados subjetivos al diseño.

Concretamente en el caso del nuevo disco de *Colapso*, la música es agresiva, mística y profunda pero su aplicación será analizada más adelante en la sección del producto.

## **Tipografía**

La utilización de las letras y los textos es una práctica muy antigua. Tan antigua como los libros, las cartas y casi tan antigua como las mismas lenguas que se volvieron algo mundial y accesible para todos después de la Revolución Industrial desde la aparición de la imprenta.

En este contexto, Flores y los autores del libro *De la tipografía en el libro al libro-arte tipográfico* (2012), mencionan que uno de los elementos que han configurado y determinado el paradigma estético y comunicacional más importante de los libros como objeto legible, ha sido definitivamente la escritura ya que, dependiendo del cómo se diseñaran, compusiesen y armonizaran los elementos tipográficos con el resto de componentes de un libro, éste tendría un valor más o menos formal, lúdico o artístico.(Flores et al 2012, p.8)

La tipografía es un elemento importante en el diseño ya que aporta a la composición general y nunca hay que dejarla de lado por la relevancia que tiene para cualquier diseño. En este trabajo, la tipografía juega un rol sumamente necesario ya que se requirió de mucha información escrita en textos largos como las letras de las canciones, información sobre la producción del disco y todos los contenidos digitales e impresos para lograr un resultado final en armonía con todo lo que se realice y para todas sus distintas aplicaciones.

Hacer teoría de diseño es también realizar algo concreto, basarse en conceptos y cuestiones que logren una pauta de lo que se está creando, más no es apegarse al pie de la letra en alguna estructura de diseño pues se podría caer en ser una copia o en algo poco original, aspectos que siempre hay que tener en cuenta.

Una teoría de diseño exige también que se tome en cuenta un cierto nivel de abstracción en busca de evadir cuestiones patentes y que sólo debería ser utilizada como influencia para elevar el nivel teórico que tiene que ser manifestado a través de este trabajo.

## Diseño digital y multimedia

La plataforma digital es un campo fértil muy amplio para un diseñador gráfico, el que puede ser desarrollado de diversas formas. Al decir *digital*, se está implícitamente hablando de gráficas que están destinadas a verse en monitores sean de computadores, pantallas de televisión, teléfonos inteligentes, *tablets* entre otros artículos electrónicos que cuenten con una en función de los requerimientos del mercado o destinatario.

El proceso de diseño es distinto al que se visualiza en una impresión en papel. Los formatos que deben tomarse en cuenta son las características de los soportes a los que están destinados: pantallas, tamaños, códigos de color, funcionalidad y el fin para el que son creados.

Por ejemplo, si un diseño es creado para *mailing*, es decir para ser repartido masivamente en un e-mail, debe ser pensado para que pueda ser visualizado y comprendido por completo por el usuario a quien le llega este correo electrónico. Además debe ser creado en función a la plataforma de un e-mail. No puede ser muy grande porque cansa la vista y quizás no sea apreciado totalmente, ni tampoco muy exageradamente pequeño porque no se va leer. Ocurre lo mismo con los diferentes usos del diseño gráfico digital como paginas web, redes sociales, libros, archivos *Pdf* entre otros.

Con respecto al diseño multimedia, hay que tomar en cuenta estos mismos parámetros pero debe agregársele la interacción con el usuario; es decir, que no sea algo estático solamente que la persona lo lea y lo comprenda, aquí también ella debe participar, formar parte de una experiencia que se manifieste de muchas maneras, con animaciones, navegar en una plataforma donde al hacer *click* en un botón se despliegue otra página o descubra nuevas cosas sobre la misma, ver videos, descargar elementos, escuchar canciones, etc. (Jerkins 2010, p. 52)

Para elaborar un producto multimedia es fundamental saber de antemano qué se desea transmitir y definirlo. De igual manera es imprescindible saber quién será el destinatario de ese mensaje.

En el caso de esta investigación se usará el diseño digital y multimedia para la elaboración de materiales en *Pdf* y un menú multimedia que estará dentro del *USB* y así mismo, este estilo gráfico será adaptado para redes sociales y sitios web. (Íbid, p. 57)

### **Diseño editorial y material impreso**

Una aplicación bastante utilizada y práctica en el mundo del diseño gráfico es la de los soportes impresos que varían desde una simple hoja volante, un afiche hasta el diseño editorial de una revista o un libro. A pesar de que la tendencia actual como se ha manifestado con anterioridad es digital y se maneja en su mayoría en la web, sigue siendo bastante utilizada la impresión sobre papel y materiales similares que tienen un proceso distinto al del diseño digital ya que su fin no es verse solamente en una pantalla, sino que terminen siendo plasmados en una superficie, sea ésta algún tipo de papel, material plástico o similares.

La preparación para un archivo que va ser impreso tiene que ser pensado de esta manera: antes se habló de cromática y tipografía y aquí también se comentó de éstas pero de manera práctica.

Es así que el proceso debe comenzar (una vez realizada la parte creativa y definición del diseño en sí). De igual forma, los colores deben ser manejados en Código *CMYK*, ya que éstos son las tintas que se utilizarán en las maquinas impresoras con sistema *Offset* (sistema en el cual se aplica tinta sobre una plancha metálica) que permiten un resultado final basado en estos colores al generar una o muchas réplicas de lo que se creó inicialmente en una computador. (Caldwell 2014, p. 204)

Claro que éste es un proceso que ha cambiado y ha evolucionado con los años pues antes no existían programas como *Adobe Photoshop* o *Illustrator*, ni siquiera eran populares las computadoras, ya que todavía no eran exhibidas al público para que las compraran así que los procesos eran diferentes. Sin embargo, aquí sí se harán referencia a los que se realizan hoy en día.

Así, en este trabajo se realizó también un análisis de estas aplicaciones pues fueron utilizadas en el producto final. Todo lo que comprende los artes impresos que van desde la caja hasta el folleto (cancionero) al igual que otras aplicaciones que están dentro de la propuesta.

En el caso del cancionero se aplicaron conocimientos tanto de cromática como de tipografía. Así, como ya se mencionó con anterioridad, se juntaron conocimientos de diseño editorial también. Es decir, conceptos básicos de maquetación que forman parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros que se basan en retículas o rejillas, o más bien dicho, en márgenes internos y externos que otorgan orden y límites para un diseño.



A partir de eso hay que crear una composición: estos márgenes y retículas muestran hasta dónde puede llegar un texto o una imagen y si se cruzan esos límites al momento de cortar, la impresión final se puede perder. Además, dicha composición le proporciona un mismo estilo a todo un documento tal como la misma separación entre párrafos, la misma distancia entre títulos y textos, los mismos márgenes etc. (Íbid, p. 157)

Para el diseño editorial y la impresión de cualquier pieza gráfica existe una parte del proceso que se denomina *arte final*, el cual se desarrolla gracias a que en muchas agencias publicitarias e imprentas se cuenta con personas dedicadas, conocidas como *arte finalistas*, quienes son las que se encargan de preparar el diseño para una impresión óptima.

Dicha impresión consiste en poner márgenes, bañados o excesos (utilizados especialmente al momento de cortar para que no se vean bordes blancos o del color que tenga el papel sino que queden del color del fondo deseado. Esto se obtiene dándole unos milímetros más a cada lado).

Colocar líneas guías, sean de corte o de doblado es sumamente importante porque así en la imprenta sabrán exactamente cómo y hasta dónde cortar o doblar. Para lograrlo es necesario hacer también una revisión de respaldos, puesto que por lo general cuando se utilizan fotos y se las inserta en un diseño, se debe llevar uno de éstos a donde se va a imprimir para que sean enlazados, si no es así, la fotografía no saldrá.

Aparte de lo anterior, otros diseñadores realizan lo que se denomina *Flatten Image* que se trata de unir todas las capas en una sola para evitar que falten respaldos, pero el fin es el mismo, revisar que se encuentre en *CMYK*, o si se usa pantones de color (o llamados también paletas de color, compuestas de colores específicos y únicos que tienen un código para ubicarlos) describirlo en el archivo que se envía pero fuera de la área de impresión y en caso que se requiera hacer una separación de colores (esto generalmente hacen en las mismas imprentas) indicar si hay tintas localizadas (tintas doradas, transparentes brillosas como el UB, entre otras). (Íbid, p. 254)

### **Diseño gráfico en la música**

Indudablemente el complemento y soporte perfecto para cualquier idea, concepto o cualquier tipo de expresión como es el caso de este proyecto es la música, la que expresa diversas sensaciones a través de sonidos y es capaz de llevar un mensaje sea concreto o abstracto. Además puede llegar a tocar la sensibilidad del ser humano de una forma increíble ya que es la imagen en sus diversas formas.

La música desde siempre ha estado acompañada de una parte visual. Empezando desde las primeras pinturas rupestres y los tallados de piedra o madera (donde ya se representaba a personas con instrumentos musicales) ayudando a musicólogos a estudiar desde el punto de vista arqueológico hasta la aparición de músicos populares donde el papel del diseño gráfico y la comunicación es primordial principalmente por la creación de las portadas (llamadas también tapas o *cover art* de un disco) tan importantes como la música, pues representan simbólicamente lo que se escucha.

Es que la cara y el primer acercamiento a un disco son imprescindibles ¿por qué?...es simple: una buena portada puede llamar la atención e inducir a una persona a querer escuchar el contenido y posteriormente a tenerlo su poder.

Parte fundamental de la obra es que se refuerza la expresión musical sea cual sea y las artes que van de la mano son la presentación e introducción a un concepto unificado y por ende, a lo que contiene el disco. Ante esto la comunicación se encuentra implícita: mensajes que son codificados por los músicos y artistas visuales además de ser decodificados por la persona que escucha la obra musical, que mira el arte del disco y en el caso de que tenga contenido lírico, las letras son leídas e interpretadas.

El diseño gráfico es completamente indispensable en la música comenzando desde el logotipo de una banda. Si una banda no lo tiene, difícilmente va generar impacto y recordación en la gente que la escucha. Es por esto que gracias al diseño se crea una conexión más íntima entre los artistas y su público.

Con respecto a esto, en los últimos años ha ocurrido un fenómeno muy importante: las redes sociales permiten personalizar el diseño de la página de bandas acorde a su estética, además de tener muy de cerca al espectador (tanto que ahora ellos pueden expresar su contento o descontento directamente con la banda o administrador del sitio, con mensajes o *likes*)

Así, esto es algo medible que bien utilizado puede hacer ganar mucha notoriedad a una banda y la herramienta que intercede entre la plataforma de una red social, un sitio donde se puede escuchar, comprar, ver fotos, videos o descargar una canción gracias al diseño grafico porque es el nexo impulsador en esta relación interactiva de ambas partes.

En este trabajo se analizará este punto más adelante y de mejor manera cuando se llegue al tema de la tecnología.

## **El *Rock***

Varias décadas atrás comenzó a nivel mundial un fenómeno dentro de la música que llegaría a ser muy trascendental sobre todo para la juventud. Un tipo de música fácil de distinguir, visto de manera superficial por su fuerte influencia sobre los jóvenes rebeldes que buscaban algo con que identificarse debido a las situaciones que suceden a diario y por su posición opositora ante muchos aspectos que la sociedad ha impuesto: política, religión, tradiciones entre otras.

Por éstas y muchas razones, el *rock* siempre ha causado polémicas en distintas épocas pero también ha conquistado a miles de personas y las ha convertido en sus más fieles seguidores, haciendo también del género una industria con un mercado que ha ido modificándose pese a los altibajos experimentados durante todo su tiempo de vida.

“Los orígenes del rock no son muy distantes del nacimiento de la industria del entretenimiento y la industria fonográfica que aparecen en el primer cuarto del siglo XX”. (Vallejo, D. Rosales, J., 2007, p.30).

Partiendo con un poco de historia, el *rock* comenzó y se consolidó en la sociedad industrial de los países desarrollados a fines de la década de los 50 del siglo XX donde ya había una invasión de medios masivos de información y todo funcionaba bajo una mecánica industrial, en donde prevalecía también la producción en masa además de que las industrias necesitaban maquinaria cultural para su venta, lo cual más adelante influenciaría en el sonido de lo que vendría a ser el *metal*.

Sin embargo, Sierra (1970) sostiene en su obra *La historia del rock, del underground al glam rock* que el *rock* como género se originó ya finales de los años 40 del siglo XX, fruto de ritmos ya conocidos en aquella época como el *rhythm<sup>4</sup> and blues<sup>5</sup> o r&b, jazz<sup>6</sup>, swing<sup>7</sup>, country<sup>8</sup> y folk<sup>9</sup>* para llegar a consolidarse en los años 50 del siglo XX, cuando la tendencia musical en el mundo cambió drásticamente gracias al *Rock 'n Roll*. (Sierra, 1970, p. 180)

Y de acuerdo a González (2004), el *rock* nació como una expresión de vanguardia que tras medio siglo de historia dio lugar a una gran cantidad de valores, tradiciones y prácticas culturales y esto modificó una matriz de identidades socio – culturales singulares. (Gonzales, 2014, p. 25)

---

<sup>4</sup> *R&B o Rhythm & blues*: Conocido también como *jumping music*. Es un género musical que se deriva del jazz, el góspel y el blues. Fue introducido en 1949 en Estados Unidos por Jerry Dexler. El R&B sustituyó al término *race records* por ser ofensivo para la época de posguerra mundial y más tarde, fue usado para identificar al que posteriormente sería el *rock n' roll*. BOULANGER, B. Origen y definición del R&B., *We love R&B music*. (2014,05 de septiembre). Recuperado de [http://loverbmusic.blogspot.com/2012/04/el-rhythm-and-blues-abreviado-por-sus\\_1948.html](http://loverbmusic.blogspot.com/2012/04/el-rhythm-and-blues-abreviado-por-sus_1948.html)

<sup>5</sup> *Blues*: Género musical vocal e instrumental que se basa en la utilización de notas de blues y de un patrón repetitivo que sigue una estructura de doce compases. Es originario de las comunidades afroamericanas de Estados Unidos y se desarrolló a través de los espirituales, canciones de oración, canciones de trabajo, rimas inglesas, baladas escocesas e irlandesas narradas y gritos de campo. *Blues, Variedades.co*. (2014, 05 de septiembre). Recuperado de <http://www.variedades.co/blues>

<sup>6</sup> *Jazz*: Género musical derivado de melodías de los negros estadounidenses que está caracterizado frecuentemente por ser improvisado y tener un ritmo muy marcado. Word Reference.com – Online Language Dictionaries. (2014, 05 de septiembre). Recuperado de <http://www.wordreference.com/definicion/jazz>

<sup>7</sup> *Swing*: Género que responde al efecto rítmico implícito en la gran mayoría en gran parte de los estilos del *jazz*. Perdió su significado a mediados de los años 30 gracias a que los medios de comunicación de la época designaron con intereses publicitarios al estilo de jazz predominante en ese momento. El swing murió en 1945 coincidiendo con la finalización de la Segunda Guerra Mundial por falta de dinero para pagar a los músicos de las grandes orquestas para dar paso al *jazz* moderno. PEÑALVER VILAR, JM. Dr. ¿Qué es el swing? Un modelo básico del fraseo en el jazz. *Sinfonía virtual.com*. (2014, 05 de septiembre). Recuperado de [http://www.sinfoniavirtual.com/revista/018/que\\_es\\_swing.pdf](http://www.sinfoniavirtual.com/revista/018/que_es_swing.pdf). Archivo Pdf

<sup>8</sup> *Country*: Género musical nacido en los años 20 en las regiones rurales del sur de Estados Unidos así como en las marítimas de Canadá y Australia. Combinó a la música folclórica de países de inmigrantes como Irlanda con ritmos estadounidenses como el *blues y góspel*. El término *country* se empezó a utilizar en los años 50 y se consolidó en los 70. *Country. Escountry*. (2014, 03 de septiembre). Recuperado de <http://www.escountry.com/p/musica-country.html>

<sup>9</sup> *Folk*: Música folclórica moderna. Como movimiento de la música moderna, nació en Estados Unidos en la década de los años 50 y 60 del siglo XX. En Europa y Latinoamérica se hizo famosa en los 60. Sus contenidos a menudo fueron políticos y de protesta social. *Música folk. Mis Respuestas.com*. (2014, 03 de septiembre) Recuperado de <http://www.misrespuestas.com/que-es-el-folk.html>

A pesar de todas las cosas negativas que se han creado y atribuido con y sin razón, el *rock* innegablemente es un género que desborda pasión además de que tiene millones de fieles seguidores alrededor del planeta, lo que lo ha convertido en un estilo de vida y en una forma de ver al mundo en donde cada uno es libre de decir lo que quiera sobre lo que quiera. Además es en un campo amplio de estudio por sus miles de ramificaciones, mezclas y experimentaciones.

### **Diseño grafico y el *rock***

En el *rock* y metal, el diseño gráfico siempre ha sido una herramienta efectiva para consolidar la imagen de una banda y darle forma a sus obras musicales. Desde sus comienzos, el diseño le ha proporcionado a estos géneros una identidad y una estética lo que ha provocado que miles de personas lo conozcan, lo amen, lo odien, hasta le tengan miedo o sean partes del movimiento *rockero* y lo adopten como un estilo de vida. En gran parte esta situación se debe a que este género musical está en deuda con el diseño.

Actualmente se torna difícil dar una descripción global de cómo es la imagen del *rock* o del *metal* porque depende de muchos factores que los vuelven estéticas diversas tales como: los géneros y las particularidades que cada banda tiene para entregar a su público.

Haciendo alusión a lo anterior, las portadas de los discos son y han sido durante años la cara y carta de presentación de los trabajos de sus creadores contando con gran valor y significado para quienes los adquieren. En un inicio se popularizaron los discos de vinil o acetato con carátulas con diseños, que al ser bastante vistosos y/o grandes causaron gran impacto precisamente por el tamaño de la impresión, tanto que muchas portadas se convirtieron en íconos culturales. Dentro de este punto cabe destacar que algunas de ellas

fueron controvertidas y hasta censuradas en su tiempo mientras que otras simplemente se volvieron parte de la cultura general con el pasar de los años.

Una vez inventado el *CD*, los trabajos de los diseñadores han sido y continúan siendo más extensos e interesantes ya que los folletos que acompañan a cada disco permiten hacer lo que sea y enriquecen muchísimo la obra al incrementar ilustraciones, fotografías, fotomontajes y textos principalmente. Así como también si se desea contar con un arte por cada una de las canciones e incluso, un libro o un empaque totalmente fuera de lo común. Es por esta razón que gracias al *CD*, existe y ha existido desde entonces, un gran campo de acción para los diseñadores para que puedan ser lo más creativos posible (por supuesto si es que el presupuesto se los permite).

Cabe destacar que se encuentran millones de obras de arte en las portadas, afiches y folletos de las bandas de *rock*, y éstas a su vez forman parte de la cultura popular y la cultura *underground* o cultura subterránea (término que se le da a la música independiente que no es lo que precisamente está de moda en las radios populares).

De esta forma, alrededor del mundo se puede evidenciar a miles de jóvenes que usan camisetas con diseños referentes a ciertos grupos de *rock* que son uno de tantos ejemplos que demuestran la huella que el arte visual generó sobre la gente que escucha y aprecia esta clase de música, incluso en muchos casos, se crearon estereotipos y movimientos culturales o contraculturales que basan parte de su vida en un tipo de música y en su estética específica.

En los últimos años y con los avances tecnológicos, las bandas pueden reforzar de muchas maneras su música. Dentro de este ámbito el internet se ha convertido en una herramienta principal para poder alcanzar ese impacto sobre la gente, los sitios web y las redes sociales permiten a cada banda darse a conocer de una forma masiva e internacionalizar su música rápidamente, por lo que estos soportes necesariamente requieren de diseño y permiten profundizar de otra manera en la música y su contenido visual y en las redes sociales existe la oportunidad de personalizar el sitio, haciendo de éste un espacio específico de una agrupación aunque forme parte de una red.

### **Estética *rockera* y *metalera***

Tanto en el *rock* como en el *metal* existen diferentes tendencias musicales e ideológicas las cuales hacen distintivo a cada género y cada uno de ellos está representado por su imagen visual. Por ejemplo, el *death metal*<sup>10</sup> tradicionalmente se caracteriza por poseer voces guturales<sup>11</sup>, guitarras distorsionadas, baterías rápidas y letras que hacen alusión a la muerte y gráficamente está representado por escenas cercanas a este concepto en ilustraciones como fotomontajes.

Esto no debe ser generalizado porque la temática y estética varía entre artistas pero para guiarse de forma general, a continuación algunos ejemplos como referencia:

---

<sup>10</sup> *Death metal*: Subgénero extremo del *heavy metal* que está considerado como uno de los más duros y pesados. Está caracterizados por voces impronunciables y profundas llamadas: guturales, guitarras distorsionadas, afinación ligeramente baja, percusión rápida, uso dominante del pedal y complejas estructuras musicales. Este género abarca temas políticos, religiosos, ambientales, violentos y *gore*. *Death metal*. (2007). *A head banger Journey* [Documental] E.E.U.U.: YouTube Channel. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=VXtsDoAreBk>

<sup>11</sup> Gutural: Se aplica a la voz, al canto o a la pronunciación que nace de la garganta o en el que abundan sonidos nacidos en esa parte del cuerpo humano. *The Free Dictionary by Farlex*. (2014, 05 de septiembre). Recuperado de <http://es.thefreedictionary.com/gutural>



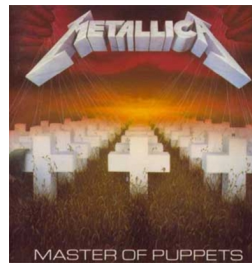
**Imagen No.1**



**Descripción:** *Leprosy* - Death

**Autor:** David Bett tomado de allmusic.com

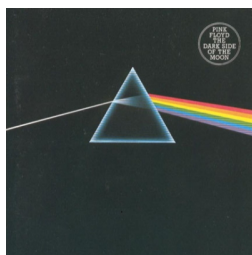
**Imagen No.2**



**Descripción:** *Master of puppets* - Metallica

**Autor:** Don Brautigam. Tomado de: www.metallica.com

**Imagen No.3**



**Descripción:** *The dark side of the moon* – Pink Floyd

**Autor:** Storm Thorgerson. Tomado de:

[www.soundandvision.com](http://www.soundandvision.com)

**Imagen No.4**



**Descripción:** *Peace sells... but who's buying?* - Megadeth

**Autor:** Ed Repka. Tomado de: [www.allmusic.com](http://www.allmusic.com)

Cabe destacar que el mundo del metal y la música “extrema” están llenos de símbolos que tienen relación con las bandas e ideologías que muchos practican, o ésta adapta imágenes de ideas políticas, religiosas (generalmente más son las anti – religiosas, puesto que se utilizan sarcasmos en sus portadas) o místicas con temáticas oscuras y/o ocultistas.

Algo muy característico de la música pesada es el manejo de logotipos que se emplean en el trabajo discográfico de las bandas y que incluso con los años, llegan a convertirse en sellos de cada género.

### **El *rock* en Ecuador y la producción de discos**

En sus inicios, el *rock* tuvo una dura aceptación en el país principalmente por la forma de pensar tan conservadora de la sociedad en la época en la que el género llegó al Ecuador. Aún en la actualidad, el *rock* sigue siendo visto con extrañeza y rechazo por parte de la gente que no conoce de qué se trata o que solamente se deja llevar por las malas referencias equívocas y a más de eso, por las apariencias de las personas que son sus fanáticos empedernidos o músicos que lo tocan.

Sin embargo, no hay duda de que es uno de los géneros que cuenta con más seguidores en el país por estos días. El diseño gráfico ha tenido mucho que ver aquí, pues de una u otra forma ha sido parte de esa historia graficando cada expresión, que si bien nació en otros países, tiene una fuerte esencia y riqueza de la cultura ecuatoriana; la cual se encuentra plasmada en los discos que han sido, son producidos y comercializados a nivel nacional.

La industria discográfica local se ha destacado siempre por ser muy pequeña, pues hasta la fecha no han existido aún grandes disqueras ecuatorianas. Lo que sí puede estar sucediendo es que al momento estén en proceso de ser creadas o ya exista una con miras hacia el futuro gracias a ideas de personas apasionadas por la música que desean dedicarse de lleno a este negocio. No obstante, el Ecuador solamente cuenta con disqueras independientes, auto gestionadas y de producción limitada ya que esta industria es vista todavía como “un negocio poco rentable” y mucho más actualmente debido a los avances tecnológicos que están ocurriendo alrededor del mundo.

Y es debido a este motivo es que las bandas nacionales luchan por sobrevivir con su música, porque una agrupación que no produce discos simplemente no existe para el público. Desafortunadamente, lanzar uno al mercado cuesta mucho dinero que no suele ser recuperado con facilidad o en el peor de los casos, nunca se lo hace. Sin embargo y como se menciona arriba, sin la existencia de un material discográfico es difícil llegar a la gente y más aún posicionarse en el mundo musical.

## *Colapso*

### **Biografía y trayectoria**

*Colapso* es una banda de metal que experimenta con sonidos que van desde el *death metal*, *death melódico*, *grind core*, *groove* y ritmos similares. Surgió a finales del año 2003 en la ciudad de Quito con una propuesta propia tanto musical como lírica y la que con los años ha tenido la oportunidad de compartir escenarios muy importantes con muchas de las principales agrupaciones del Ecuador al igual que con bandas internacionales de primer orden.

La agrupación nació como iniciativa de Diego Rojas (ex *Letal Rake*) y otros jóvenes integrantes de agrupaciones antiguas y actuales ecuatorianas como Carlos Rodríguez (*Descomunal*), José Romero (*Kangagua*) y David Coloma (ex *Letal Rake* y actual banda estadounidense *Head Crusher*). Éste último dejó la banda al partir de Ecuador hacia Estados Unidos. Tiempo después se sumaron a sus filas el guitarrista Mauro Pazmiño (ex *Veda*) y Santiago Fernández (ex *Entre Cenizas*).

*Colapso* rápidamente surgió como un híbrido que logró ubicarse en los gustos tanto de la escena metal tradicional como de la naciente escena *hard core* quiteña. Así, casi de inmediato presentó su propuesta en importantes festivales mientras paralelamente a esto, grabó también el demo “*Cerca del abismo*” en el año 2004. Afortunadamente, todas estas presentaciones contaron con gran aceptación por parte del público.

Es que la combinación armoniosa de influencias metaleras y actitud *hard core*<sup>12</sup> permite a *Colapso* hacer lo que muy pocas bandas han podido en la escena pesada de Ecuador: llegar de manera contundente a públicos tradicionalmente segregados entre sí.

---

<sup>12</sup> *Hardcore*: Palabra anglosajona o anglicismo que se escribe *Hardcore*, *hard core* o *hard-core* y dentro de la música se refiere a varios subgéneros:

- *Hardcore punk*: Subgénero surgido del punk y primer género en utilizar la palabra *hardcore*.
- *Post-hardcore*: Subgénero derivado del *hardcore punk*.
- *Hip hop hardcore*: Subgénero del *hip hop* que es un género más violento y directo.
- *Metalcore*: Subgénero que incorpora elementos del *hardcore punk* con otros del *heavy metal*.

*Colapso* ha trabajado incesantemente por llegar con su música a la mayor cantidad de gente, contando con un promedio de mínimo una “tocada” (presentación) por mes y en donde se incluyen varias de éstas de años atrás (por nombrar algunas por ejemplo) en los festivales más importantes del país, tales como el *Festival FFF 2007* de Ambato, *La Fiesta de la Música* en Cuenca y en Quito; y quizá el más relevante y con mayor asistencia del país: el famoso *Quito Fest* en los años 2007 y 2011.

*Colapso* ha realizado también varias giras nacionales y presentaciones en ciudades como Guayaquil, Ibarra, Cuenca, Portoviejo, Manta, San Gabriel, Puyo, Riobamba, Loja entre otras.

En el 2007, lanza *Después del dolor*, su primera placa en conjunto con los brasileños *Paura*. Dicho disco fue lanzado al mercado el 28 de julio de ese año en un evento que contó con un cartel de lujo en la escena rockera (*Total Death, Epidemia, Descomunal, Sarcoma y Kanhiwara*) contando con más de quinientos asistentes y logrando mayor popularidad de la banda. En ese mismo año se lanzó el video de su canción auto titulada: *Colapso*, el cual sería reeditado dos años después en el 2009 por Juan Pablo Viteri para su respectiva difusión en medios.

Para el 2008 lanza el video de la canción *Tus miedos* dirigido por Karina Páez. Este videoclip fue nominado como “Video del año” y en otras categorías en la premiación de *Mis Bandas Nacionales*, programa de televisión transmitido por *TV Hoy*.

Además de lo anterior, *Colapso* ha formado parte de varias revistas como de *fanzines* ecuatorianos y extranjeros. Entre ellas se pueden citar a las revista *En video* y *Telón de acero*, ésta última en una de sus ediciones hizo alusión a la participación de la agrupación en los presentaciones más importantes de la escena rockera ecuatoriana.

Para el 2010, la banda lanzó un disco en vivo al igual que una recopilación de varios demos llamado *Caos* que incluyen todas las grabaciones de la agrupación así como algunos temas en vivo tocados en importantes presentaciones. Un año más tarde, en el 2011, sale al mercado *Destino infierno* con temas que reflejan evolución y cambio, mientras la esencia se mantiene. Para este disco se lanzaron dos videos: uno oficial de la canción *Camino opuesto*, y su video que fue nominado como uno de los mejores “Videos de metal ecuatoriano” además de estar clasificado para ser transmitido en el canal musical estadounidense *Mtv*. Lamentablemente esta oportunidad no se concretó, ya que el video finalmente fue censurado en esa cadena.

Cabe recalcar que este material discográfico fue presentado en el *Quito fest 2011* ante ochenta mil espectadores aproximadamente en formato *CD*. Después de este acontecimiento, la banda se vio obligada a tomarse un descanso durante un año por primera vez desde su formación para volver después con una nueva alineación y una visión reforzada de lo que la misma pretendía realizar.

En esta evolución, el cambio más significativo fue que el baterista, Carlos Rodríguez, dejó la batería y decidió experimentar con la guitarra y en su lugar lo tomó Andrés Benavides, un conocido y experimentado músico que ha grabado varios discos dentro y fuera del Ecuador con agrupaciones tales como *Pulpo 3*, *Can Can*, *Rarefacción* entre otras.

A más de ellos dos se sumó el bajista Andrés Egüez y con esto, finalmente se dio un giro distinto a la banda, tal como se mencionó anteriormente. De esta forma se grabó el material antes referido y para este 2015 se espera que un nuevo disco vea la luz en los próximos meses del año.

Cabe mencionar que *Colapso* a pesar de no haber salido del país aún ha estado sonando y ha sido reseñado por medios en España, Perú, México, Chile, Estados Unidos, Colombia entre otros y ha compartido escenario con bandas internacionales muy importantes (a más de las ya detalladas) en la escena mundial como: *Cannibal Corpses* (Estados Unidos), *Amon Amarth* (Suecia), *Testament* (Estados Unidos), *The Black Dalia Murder* (Estados Unidos), *Madball* (Estados Unidos), *Confronto* (Brasil) entre muchas otras.

### **Tecnologías de la información y comunicación**

Sobre las tecnologías de la información y la comunicación, Castells (1998) menciona que la revolución de esta tecnología por su capacidad de penetración en todo ámbito de la actividad humana llegará a ser el punto de partida para que se analice la complejidad de la nueva economía, la sociedad y la cultura en formación. (Castells 1998, p. 55)

Como ya se conoce, la historia de la humanidad ha cambiado gracias a los descubrimientos y avances tecnológicos en los campos de la información y comunicación (principalmente por el auge que ha tenido el internet que fue creado como una idea básica de redes de comunicación diseñadas para mantener una información generalizada entre varias computadoras).

Idea que surgió en los años 60 del siglo XX, pero no fue hasta finales de los 80 de ese mismo siglo en donde se empezaron a entregar los conceptos básicos del uso de esta red para que posteriormente, se desarrollara ampliamente una década más tarde.

Esta infraestructura se ha esparcido por todo el planeta con el pasar de los años atravesando continentes y países desarrollados e infiltrándose también de a poco en países en vías de desarrollo para ser en la actualidad un fenómeno mundial que cambiaría las tendencias y las formas de realizar acciones diferentes tanto en aspectos profesionales como de la vida cotidiana.

Hoy en día el internet además de ser una de las formas de comunicarse más extensas y económicas de entretenimiento constituye también una fuente de información gratuita. Tal es así que casi se podría decir con exactitud que en él se puede encontrar todo sobre cualquier tema, lo que constituye de muchísima utilidad especialmente a estudiantes y profesionales o simplemente al común de la gente que busca conocer más a fondo sobre algo en específico.

El internet también permite al usuario conocer al instante y en tiempo real lo que está sucediendo en otras partes del mundo a más de tener acercamientos directos con cualquier problema, al permitirle dar su punto de vista sobre lo que prefiera, como es el caso de los foros, blogs o las mismas redes sociales (*Facebook, Twitter, Instagram, Flickr, YouTube etc*). El internet incluso permite la posibilidad de que cualquier persona alrededor del planeta se promocione. Esto se aplica desde una persona común y corriente hasta artistas, productos y/o servicios.

Los avances han sido increíbles en los últimos años y ahora todos somos testigos de que hasta niños desde muy tempranas edades ya saben cómo navegar en la red, gracias a la creación de dispositivos móviles como *smartphones* (teléfonos inteligentes), *tablets* o computadoras portátiles que permiten que este sistema sea hoy por hoy parte de la vida diaria.



A más del internet y para complementarlo, existen nuevas tecnologías como el *USB* (Universal Serial Bus), una clase de dispositivo de almacenamiento de datos que utiliza memoria flash para guardar datos e información<sup>13</sup>.

El *USB* es también un dispositivo industrial estándar definido por cables, conectores y protocolos que es utilizado para conectar, comunicar así como proveer de energía eléctrica entre computadoras, periféricos y dispositivos electrónicos.

El *USB* está presente en casi todas las versiones de computadoras modernas y se conecta actualmente a todo tipo de artefactos como teclados, *mouse*, impresoras, tablas de dibujo, celulares, *tablets*, etc a través de un puerto específicamente hecho para este dispositivo.

Dicha memoria ha revolucionado la forma de almacenar y copiar información, porque es un aparato electrónico portátil que permite el traspaso de información de un computador a otro de manera rápida (claro que esto dependerá de la cantidad y peso de los archivos que se copien o deseen copiar).

Asimismo, el *USB* constituye parte de la evolución de dispositivos portátiles entre los que se encuentran los desaparecidos *disketts* o *floppy disk* pero con la ventaja de que una vez lleno puede ser borrado y rellenado con archivos distintos las veces que se desee,

---

<sup>13</sup> Memoria USB. *Masadelante.com*. (2014, 08 de septiembre). Recuperado de <http://www.masadelante.com/faqs/usb>

además de que cuentan con mayor capacidad de almacenamiento y no ocupan mucho espacio físico.

## **La era digital, nuevas tecnologías y su influencia en el mundo de la música**

La música ha sufrido importantes cambios en torno a su distribución, promoción y con el fin con el que ha sido creada. No precisamente en el sentido artístico pero sí ha afectado a quién y cómo esta direccionada.

Como ya se ha mencionado anteriormente, la industria musical después de haber tenido un gran auge y poderío económico en décadas pasadas, empezó a decaer fuertemente en ventas a fines de los años 90 del siglo pasado cuando la gente descubrió la descarga gratuita en internet.

Como es de suponer, en un inicio esta nueva y amenazante actividad fue muy mal recibida por los músicos (ejemplo de esto fueron las demandas hechas a empresas de ese entonces como *Napster* a la que artistas de la talla de la agrupación de *thrash metal*<sup>14</sup>, *Metallica*, tacharon de “ladrones”). Gracias a este suceso se incorporó el término “piratería” en el léxico de los consumidores de música especialmente (aunque el cine y la televisión tampoco se quedaron atrás en este asunto).

---

<sup>14</sup> *Thrash metal*: Estilo musical que parte del *heavy metal* que fue incorporado por bandas de este género a finales de los años 70 e inicios de los años 80. El *thrash metal* es básicamente la gran velocidad del *punk* incorporado al *metal* tradicional. Palabras en inglés que traducidas vendrían a ser “metal retorcido” o “azote de metal”. No debe confundirse *thrash* con *trash* que significa *basura* en español. Erróneamente también ha sido conocido como *speed metal*. *Trash metal, Inferno metal*. (2014, 09 de septiembre). Recuperado de <http://www.infiernometal.com.ar/Trash-Metal/Historia-e-Influencias-Trash-Metal>

La piratería es la reproducción y distribución de copias de obras protegidas por el derecho de autor, su transmisión al público o su puesta a disposición en redes de comunicación en línea sin la autorización de los propietarios legítimos, cuando esa autorización resulte necesaria legalmente. Esta actividad afecta a obras de distintos tipos como la música, el cine, la literatura, los programas informáticos, los videojuegos, los programas y las señales audiovisuales. (Unesco Org., 2014, p. 5)

Sin embargo no todo ha sido tan malo durante la década del 2000 hasta la fecha en lo que a piratería se refiere, ya que los mismos artistas han gozado y continúan gozando de los beneficios que la misma les ha traído de manera contradictoria; pues muchas más personas han podido conocer su trabajo, y sobre todo, esas mismas personas que antes no tenían acceso a un disco original ahora disfrutan de la música que les gusta.

Una vez escuchado el material discográfico de interés, una persona puede decidir con antelación en si comprar o no tal disco.

Hay que reconocer también que esta práctica ha ayudado muchísimo a la pequeña escena o cultura *underground*<sup>15</sup> o conocida como independiente, la misma que antes no vendía muchos discos ni estaba interesada en hacerlo. Lo importante para dicha escena era tener algo y ese algo podía traducirse en ser solamente conocida por el público.

---

<sup>15</sup> Cultura *underground*: Palabra anglosajona que significa subterráneo y con la que se designa a los movimientos contraculturales que se consideran alternativos, paralelos, contrarios o ajenos a la cultura oficial, también conocida en inglés como *mainstream*. *Corriendo la voz*. (2014, 09 de septiembre). Recuperado de <http://corriendolavoz.com.ar/movimiento-underground/>

Afortunadamente, este fenómeno se ha fortalecido en los últimos años gracias a las redes sociales donde los fanáticos tienen un contacto muy personal con sus artistas o bandas favoritas. Dicho fenómeno ha sido de relevancia tal, que si una agrupación musical no tiene un sitio en las redes sociales o una página web personalizada donde los fans estén al día sobre su trabajo, prácticamente puede perder popularidad y caer en el olvido. Esto se aplica muchísimo a ejemplos del pasado, en que muchas bandas por no poseer la promoción y publicidad adecuada no traspasaron fronteras a lugares lejanos en donde bien podrían haber llegado con su música.

Volviendo a la piratería, esta actividad logró que cambiaran los estándares de calidad puesto que al existir una red donde se encuentran muchísimas más agrupaciones musicales o artistas de los que uno podría imaginar, es más difícil sobresalir debido a la gran competencia y por la gran cantidad de copias a realizarse de sus discografías. Pero hay que rescatar que ventajosamente, muchos artistas han sabido ser creativos y aprovecharse de este recurso en lugar de portarse reacios ante una realidad mundial inevitable de consumo en estos tiempos.

Aún así sigue siendo muy controversial el uso de la piratería porque lanzar al mercado un disco de calidad cuesta mucho y si no se vende, no es rentable.

Por esa razón, las bandas (sobre todo las independientes) han optado por comercializar su música *online* y a más de esto, ofrecer a su público paquetes de lujo que incluyan varios objetos promocionales aparte de la música (camisetas, llaveros, stickers, pósters entre otros) o simplemente han optado por sacar discos gratuitos y enfocar sus

ventas mediante el *merchandising*<sup>16</sup> u otro tipo de objetos como bien se lo mencionó ya y el internet se ha convertido en una gran herramienta para este cometido.

### **Breve historia de los formatos de audio, reproductores y plataformas en las que se han editado discos musicales**

Los formatos de audio tanto como la tecnología y las tendencias han ido cambiando con el paso del tiempo pero lo que no ha cambiado ni cambiará es la fascinación del público por tener cerca la música con la que se identifica y por la que se siente atraído.

Todo comenzó en 1877 cuando Thomas A. Edison inventó el primer *tocadiscos*<sup>17</sup>. Con este invento aparecieron también los primeros discos (que un principio fueron de papel de estaño para después ser fabricados en carbono). Luego sus materiales siguieron cambiando una vez más al igual que el tamaño y la duración de los mismos: desde discos completos de unas seis a ocho melodías hasta menos extensos con una o dos canciones.

Cabe mencionar que este formato de audio estuvo vigente durante las últimas décadas del siglo XIX hasta más avanzada la primera mitad del siglo XX, con sus

---

<sup>16</sup> *Merchandising*: Vocablo anglosajón. Parte del Marketing que engloba las técnicas comerciales que permiten presentar al posible comprador (comprador potencial) el producto o servicio (que se quiere vender) en las mejores condiciones materiales y psicológicas. Tiende a sustituir la presentación pasiva del producto o servicio por una presentación activa recurriendo a todo lo que le puede hacer atractivo: presentación, fraccionamiento, envasado, exposición, decoración etc. *Merchandising*. Academia Francesa de Ciencias Comerciales. *Marketeando.com*. (2014, 09 de septiembre). Recuperado de <http://www.marketeando.com/2009/10/definicion-merchandising.html>.

<sup>17</sup> *Tocadiscos*: Sistema de reproducción de sonido electromecánico analógico, descendiente del gramófono, que usa el mismo tipo de tecnología de éste solamente que sustituye el cilindro de fonógrafo por un disco. Nació en 1925, pero es cerca de 1950 cuando aparecen los tocadiscos combinados con radio y para 1958, salen los discos en estéreo. *Tocadiscos.ehowenespanol*. (2014, 10 de septiembre). Recuperado de [http://www.ehowenespanol.com/historia-del-tocadiscos-sobre\\_321087/](http://www.ehowenespanol.com/historia-del-tocadiscos-sobre_321087/)

respectivos cambios y mejoras tanto en materiales como sistemas reproductores. No obstante en estos días aún existen y es más, es muy probable un resurgimiento debido a la gran cantidad de discos de vinilo que se están vendiendo a nivel mundial como parte de la promoción de la música de muchos artistas del pasado y del presente.

En 1963, la empresa holandesa *Phillips* introdujo el *casette*<sup>18</sup> en Europa y en 1964 lo hizo en Estados Unidos. De hecho, fue uno de los formatos de música más famosos conjuntamente con los discos de vinilo y con el *CD* desde los años 70 hasta bien entrada la década de los 90.

Precisamente ganó esta popularidad entre el público en los 80 gracias a la invención del *Walkman*<sup>19</sup>, que fue el primer reproductor portátil de bolsillo que funcionaba a base de baterías y cuyo tamaño no era mayor que este dispositivo.

El *casette* estuvo en apogeo por más de veinte años como ya se mencionó, porque permitía grabar y regrabar varias veces sobre la misma cinta, cosa que obviamente no se podía hacer con un disco de vinilo. En un inicio, su demanda fue muy poca y se solía lanzar al mercado una versión en este formato luego de que saliera a la venta un *LP*. Sin embargo y con el pasar del tiempo se volvió popular especialmente en países en vías de

---

<sup>18</sup> *Casette*: Casete, cassette o casset (del francés *cassette* o en inglés *Tape*) es un formato de grabación de sonido dividido en dos carretes miniatura por donde pasa una cinta magnética junto con otras piezas dentro de una carcasa plástica protectora. En dicha cinta se encuentran dos pares de pistas estereofónicas una por cada lado (una cara se reproduce cuando el dispositivo se inserta con sus revestimientos laterales de *Lado A* hacia arriba y la otra cara, *Lado B*, cuando se le da la vuelta) El cassette es un soporte analógico aunque también aparecieron otros formatos de cinta digitales como la *Cinta de Audio Digital (CAD)* y el *Casette Compacto Digital (CCD)*. Casette. *Wikipedia*. (2014, 10 de septiembre). Recuperado de <http://es.wikipedia.org>

<sup>19</sup> *Walkman*: Reproductor de audio estéreo portátil a baterías y audífonos que nació en 1979 gracias a la compañía japonesa *Sony*. Este aparato se distinguió por contar como soporte para su música del *casette* compacto de 60 minutos de la holandesa *Phillips* en un inicio y luego incorporó una radio AM/FM para hacerlo más versátil y adaptable a las necesidades del usuario. *Walkman*. *Wikipedia*. (2014, 10 de septiembre). Recuperado de <http://es.wikipedia.org>

desarrollo como la India y alcanzó su auge en los países occidentales también por las características ya descritas.

Para finales de los mismos 80 y principios de los 90 se desarrollaron otro tipo de formatos que no tuvieron mayor auge: los discos *DAT* (que se parecen mucho a los *cassettes*), los *magazines* o cintas de ocho *tracks*, el DDC (*casette* compacto digital) y el minidisc (con un tamaño menor al *CD* y mayor almacenamiento que el *casette*).

En este contexto cabe mencionar la controversia que tuvo el *DAT* ya que era un disco que permitía hacer copias de calidad exacta de los discos de vinilo, lo cual ya preocupaba a la industria de la música porque podría promover la copia ilegal. También aparecieron los *microcassettes*, los cuales por su fidelidad para grabar voces fueron sido utilizados especialmente en grabadoras de dictados o contestadoras automáticas telefónicas.<sup>20</sup>

En 1990 cuando la era digital comenzaba su apogeo y ya se habían inventado los lectores láser gracias a los estudios realizados en formatos anteriores, fue lanzado el *CD*<sup>21</sup> (Compact Disc) de audio aunque había sido ya lanzado con anterioridad en 1979 por las grandes *Sony* y *Phillips*. Aunque el vinilo seguía teniendo y siendo de mejor calidad, este nuevo formato se convirtió en el líder en el mercado rápidamente, mismo que predominó en el mundo durante toda esa década e inicios del 2000.

---

<sup>21</sup> *CD (Compact Disc)*: Disco óptico utilizado para guardar datos en formato digital de cualquier clase de información: video, imágenes, audio y otros datos. Tiene un diámetro de 12 cm, espesor de 1,2 mm y pueden caber en él hasta 80 minutos de audio o 700 mb de datos. *CD*, Wikihow. (2014, 11 de septiembre). Recuperado de <http://es.wikihow.com>

Lamentablemente, justo a principios de la siguiente década, el *CD* decayó bastante en comparación a años anteriores. Todo esto se debió a la creación del formato *Mp3*<sup>22</sup>, las descargas digitales y el poder de la distribución en internet que cambiaron vertiginosamente la manera de acceder a la música del momento. Sin embargo, hoy en día se los artistas siguen editando su música en este formato y contrario a lo que se podría creer, continúan teniendo ventas considerables todavía.

Finalmente hay que rescatar que pese a todos estos cambios a través de los años, la industria de la música ha puesto nuevamente en el mercado y con gran éxito, los discos de vinilo de artistas ya conocidos así como de nuevos para atraer más al público y a los coleccionistas más acérrimos. De igual forma sucede con los formatos alternativos como los *USB*.

**Imagen No.5**



**Descripción:** Disco de vinilo

**Tomado de:** [www.catedracosgaya.com.ar](http://www.catedracosgaya.com.ar)

**Imagen No.6**



**Descripción:** Cassette

**Tomado de:** [www.polyvore.com](http://www.polyvore.com)

---

<sup>22</sup> Cfr. *Mp3*: También conocido como (*MPEG-1 Layer 3*) es un formato digital de compresión de audio. La compresión de audio significa que al crear un archivo *Mp3*, se eliminan todos los sonidos de una grabación que son imperceptibles para el oído humano. La ventaja de este formato frente al CD es grande, ya que por ejemplo si un minuto de calidad ocupa 10 Mb, con el *Mp3* el formato podría ser once veces menor sin ningún problema. Todo sobre el *Mp3*: Definición y aspectos legales. *CYBERNAUTAS: Te ayudamos a entender todo sobre la informática y el internet*. (2014, 11 de septiembre). Recuperado de [http://www.cybernautas.es/articulos\\_informaticos/todo-sobre-el-mp3-definicion-y-aspectos-legales/](http://www.cybernautas.es/articulos_informaticos/todo-sobre-el-mp3-definicion-y-aspectos-legales/)



**Imagen No.7**



**Descripción:** Tocadiscos  
**Tomado de:** [www.forodvd.com](http://www.forodvd.com)

**Imagen No.8**



**Descripción:** Compact Disc (CD)  
**Tomado de:** [www.teac.com](http://www.teac.com)

**Imagen No.9**



**Descripción:** Reproductor Mp3 de Sony  
**Tomado de:** [www.tecnonauta.com](http://www.tecnonauta.com)

**Imagen No.10**



**Descripción:** Walkman de Sony  
**Tomado de:** [music-mix.ew.com](http://music-mix.ew.com)

## CAPÍTULO II

### DIAGNOSTICO SITUACIONAL

#### **Diagnóstico externo**

Los discos en formato *USB* aún son una propuesta nueva en el mundo. Sin embargo, algunos artistas muy conocidos en la industria musical ya han creado interesantes discos con presentaciones novedosas que incluyen esta tecnología. Entre los más conocidos se pueden nombrar a *Madonna* (Estados Unidos), *Lady Gaga* (Estados Unidos), *Bob Dylan* (Estados Unidos), *Einturzende Neubauten* (Alemania), *The White Stripes* (Reino Unido), *The Beatles* (Reino Unido) entre otros. Todos ellos lanzados en los últimos dos años.

#### **Diagnóstico Interno**

Se diagnosticó que de este tipo de formatos, todavía no hay ninguno entre las bandas de *rock* de Quito. La única banda en el Ecuador que ha lanzado un dispositivo *USB* hasta el momento como disco musical a nivel nacional es *Runká*, un grupo de música electrónica que lo hizo a través de una edición muy limitada. Este dispositivo no cuenta con soportes gráficos impresos pues es solamente una *flash memory* y en su interior tan sólo lleva música pero no contiene ningún tipo de contenido multimedia.

## Resultados de la observación realizada a las principales tiendas de *rock* de Quito

Para la investigación de este proyecto fue necesario realizar una observación de campo, misma que consistió en visitar los principales locales que distribuyen música *rock* en Quito y en los que se averiguó si es que existían discos en formato *USB*. En primera instancia, de existir, se debía verificar de qué países provienen y por último, se cuestionó si hay discos musicales en este formato de bandas de *rock* o *metal* ecuatorianas.

Los indicadores tomados en cuenta para la elección de los locales fueron:

- Que se encuentren en Quito
- Que tengan mínimo cinco años de existencia
- Que sean especializados en *rock*
- Que vendan varios formatos de trabajos musicales: discos de vinilo, *CD*, *cassettes*, entre otros (Cabe mencionar que se eligieron locales en el norte, centro y sur de la ciudad)<sup>23</sup>

Los locales visitados fueron *Metal Center*, *Metal Cuero* y *Other Side Cult* localizados en el Centro Comercial *Caracol* al igual que *Studio O* y *Marea Negra* pertenecientes al Centro Comercial *El Espiral*.

---

<sup>23</sup> Para encontrar los resultados de las fichas de observación ir al Anexo No.2 de la sección “Anexos”

Como se expuso anteriormente, en estos locales comerciales se concluyó que no existe ningún grupo de *rock* o *metal* ecuatoriano que haya lanzado un disco musical en formato *USB* hasta la fecha y menos con las características que *Colapso* propone. Es decir, un dispositivo que cuente con soportes gráficos y virtuales entre sus contenidos.

Por este motivo y para realizar la respectiva observación de campo fue diseñada una ficha donde se determina si existe o no un producto similar al propuesto y si es que se trata de un artista ecuatoriano o un extranjero.<sup>24</sup>

Después de aplicar esta técnica se apreció que de las cinco tiendas visitadas en la ciudad, tan sólo dos de ellas tenían este tipo de formatos, los cuales pertenecían a bandas extranjeras y que ninguna banda de *rock* de las que existen en dichas tiendas tiene un disco en formato *USB* a la venta para el público.

---

<sup>24</sup> El modelo diseñado para la ficha de observación está en anexo No.2

## **Resultado de entrevistas realizadas a expertos relacionados con el ámbito musical**

Los indicadores tomados en cuenta para elegir a los entrevistados y poder realizar esta parte, fueron aquellos, como ya se señaló con anterioridad, que poseen más de cinco años en relación con la música, gestión cultural o diseño gráfico; que estén involucrados activamente en los temas relacionados y que hayan lanzado mínimo dos discos, organizado al menos dos conciertos o diseñado para tres bandas (dependiendo la especialidad de cada uno).

Las personas que fueron entrevistadas son las siguientes:

**Miguel Vinueza:** Músico bajista en la banda *Descomunal*, Promotor de eventos de *Alarma Records*, *Stage manager* y representante de varias grupos musicales. Quince años de experiencia.

**Pablo Rodríguez:** Periodista especializado en *rock*. Director de la revista *Rocker Magazine*, productor de *Hoy Music*, radio difusor en la Radio Municipal y participante de la revista *Digital*, *telón de acero*. Veinte y cinco años de experiencia.

**Edgar Castellanos Molina:** Diseñador gráfico y multimedia, organizador del *Quito Fest*, músico en *Mamá Vudú* y Niebla FM.

**Jose Luis Jácome** Diseñador gráfico, Gestor cultural, Bajista de *Cafetera Sub*, Organizador del *Festival FFF* de Ambato, Director del Colectivo cultural *Dogma*.

Y el cuestionario que sirvió como base para entrevistarlos constó de las siguientes preguntas. A continuación se encuentran las respectivas respuestas:

**Pregunta 1. ¿Qué relación tiene para usted el diseño gráfico, el elemento audiovisual y la música?**

Todos los entrevistados coincidieron que el diseño gráfico tiene una estrecha relación con la música ya que complementa la obra musical en todo sentido, hace visual lo transmitido en sonidos.

**Pregunta 2.¿Considera importante que una banda de rock y/o metal tenga un soporte visual para su música? ¿Por qué?**

Todos los entrevistados consideraron importante que una banda tenga una imagen visual porque esto les da una identidad, una imagen con la cual el público se relaciona y se identifica, además que le da vida a su música

**Pregunta 3. Tomando en cuenta el mundo moderno, las nuevas tecnologías, el internet y los constantes cambios en la comunicación global, a su criterio... ¿Cuál sería la mejor forma de promocionar una banda para que ésta pueda sobresalir? Y ¿qué papel cumple el elemento visual dentro de este contexto?**

Nuevamente los entrevistados coincidieron también en sus respuestas en el sentido de que las bandas tienen que adaptarse a una nueva forma de promoción y distribución, puesto que lo que tiene mayor impacto y mejores resultados en la actualidad es el internet. También en esta pregunta los cambios de tendencias de consumo y distribución musical ya son evidentes y dentro de los cuales, el diseño gráfico juega un papel muy importante, acción que se confirma en las preguntas posteriores.

**Pregunta 4.¿Qué opina sobre la descarga gratuita y el auge de los formatos digitales? ¿Cómo cree que esto ha afectado a la industria musical en nuestro país?**

Todos los entrevistados opinan que la descarga gratuita y el auge de los formatos digitales han afectado fuertemente a la industria musical en un sentido económico, pero han beneficiado al artista por otro lado ya que mayor numero gente tiene acceso a ellos por medio de internet y aunque no resulta rentable producir discos y que la gente los descargue gratis es una gran fuente de distribución.

**Pregunta 5.¿Cuál es su tendencia de consumo de música actual? ¿Compra CD o piensa en volver a los discos de vinilo si se vuelven populares nuevamente? ¿Descarga sus discos preferidos desde internet y los escucha en un dispositivo portátil o en su computador?**

Sobre los hábitos de consumo de los entrevistados en la pregunta No.5, todos afirmaron que descargan sus discos de internet, pero la mitad de ellos dijeron considerarse coleccionistas que compran sus discos en vinilo y muy escasamente en formato *CD*.

**Pregunta 6.¿Cree que tiene algún beneficio la distribución de música *online*? o ¿cree que esta actividad perjudica a las bandas?**

En esta pregunta, los entrevistados opinaron sobre la era digital donde tres de ellos piensan que esto ha golpeado fuertemente la industria musical y más aún al entorno nacional. Las disqueras (especialmente las independientes) entraron en crisis y muchas se fueron a la quiebra. Sin embargo, todos los encuestados afirmaron que éste ha sido un cambio fuerte pero del cual se ha podido y se puede sacar una gran ventaja si se lo maneja correctamente (haciendo referencia al poder de alcance que tienen las redes sociales, las que pueden llegar a ser o son ya de gran beneficio).

**Pregunta 7.¿Qué opina de un formato alternativo, como un *USB*, que contenga un disco más otros elementos promocionales en su interior?**

El total de los entrevistados estuvo de acuerdo que es proyecto interesante, de actualidad y que puede funcionar como una buena alternativa para los consumidores de música porque cumple con varias funciones como el permitir al usuario escuchar la música en cualquier dispositivo que tenga una entrada *USB* como radios de autos, computadores, equipos de sonido, etc. Además de conocer que el dispositivo tiene la facultad de ser reusable al contar con la capacidad de almacenar todo tipo de archivos que complementen al disco como material multimedia (animaciones fotos, videos, material en *Pdf* con artes, letras y diversidad de contenidos)

**Pregunta 8.¿Si se encontrara con un formato así... ¿qué le agregaría a la presentación física? De ser así, ¿lo cree necesario?**

En esta pregunta se habla concretamente de la presentación física en la que todos opinaron que es importante e indispensable acompañarlo de un diseño desde el mismo *USB* hasta el empaque o caja donde se encontrará el contenido ofrecido. Aquí un entrevistado hizo una observación interesante: el realizar varias presentaciones (una más económica que sea netamente el dispositivo y sus contenidos y otra que cuente con presentaciones de lujo que podrían ir aumentando su valor al contener cajas con folletos, *stickers*, parchas de tela, posters impresos, entre otros). Esto puede llegar a ser muy atractivo para el consumidor ya que hay dos opciones tanto físicas como económicas para escoger.



**Pregunta 9.¿Considera que un formato alternativo como un *USB* acompañado por un paquete especial de productos pueda competir con la venta *online*, la descarga gratuita y los formatos tradicionales?**

Para finalizar la entrevista, se les preguntó a todos los encuestados si piensan que el formato *USB* puede competir con los formatos tradicionales, quienes contestaron que sí, pero más allá de competir se convertiría en una nueva alternativa que tiene sus ventajas, y que fácilmente podría suplantar al *CD*. Sin embargo, esto difícilmente acabaría con la descarga gratuita como tampoco podría superar la calidad de sonido de un disco de vinil. Lo que si, es que brindaría gran comodidad al usuario al momento de reproducir sus canciones y esto sumado a todos los atributos que fueron nombrados antes como presentación física y contenidos digitales, llegaría a ser un producto muy atractivo.

## **Análisis del capítulo**

De los resultados registrados en líneas anteriores, se puede concluir que son pocas las bandas que han lanzado discos en formato *USB* con soportes gráficos y multimedia, puesto que es una tendencia nueva en el mundo y en el Ecuador es casi nula porque ninguna banda de rock en Quito cuenta con un formato similar todavía.

Por otra parte, se llegó a la conclusión de que existe un cambio en las tendencias de consumo de la música generado a partir del auge de la era digital de los formatos y la evolución de éstos, lo cual ha afectado económicamente a su industria mundial. Pero este nuevo fenómeno a su vez también ha generado un beneficio enorme al permitir que el público pueda tener un mejor alcance de ella, al darse cuenta de que son necesarias nuevas alternativas de formatos que permitan generar ingresos a los artistas gracias a su distribución y reproducción digital.

Además de lo anterior también se puede concluir que alrededor del mundo el lanzar discos al mercado en este dispositivo como éste, no es una novedad, pues algunos artistas de gran fama y trayectoria ya lo han hecho, como se lo mencionó anteriormente, sin que esto signifique que sea una nueva modalidad adoptada por el resto de sus colegas aún. Afortunadamente, en nuestro país esa posibilidad todavía no ha sido explotada más que por una agrupación de música electrónica poco conocida a nivel nacional y sin todas las sorpresas que *Colapso* trae y con las que quiere deleitar a sus seguidores.

## CAPÍTULO III

### ELABORACIÓN DEL PRODUCTO

#### Ideas preliminares

Después de evaluar conceptos así como sintetizar las ideas claves a través de procesos creativos que aclararon el camino que se debía tomar para el diseño basado en la música del *Destino Infierno* de *Colapso*, se definieron dos puntos principalmente: reflejar tanto a un mundo decadente como a una humanidad ciega y degenerada. Es por eso que se crearon personajes para estas ideas al igual que símbolos que representen a cada canción respectivamente.

Referente al desarrollo de un prototipo de producto, al elegir los soportes se tomó en consideración a la problemática y a los resultados de la investigación ya expuestos en el capítulo anterior. En resumen, la aparición del *Mp3* y las descargas gratuitas provocaron que la gente prefiera descargar un disco de internet o copiárselo de un *CD* a un computador y escucharlo ahí o en reproductores como *Smartphone*, *Ipod*, entre otros.

Las descargas gratuitas no resultan rentables y el formato *CD* se está volviendo obsoleto, además de que el disco de vinilo es muy costoso y poca gente tiene donde escucharlo (pese a que en los últimos años ha tenido un resurgimiento increíble). Es por estas razones que *Colapso* se decidió por un formato alternativo, basado principalmente en la tecnología *USB* que permitiera almacenar en un dispositivo, información de todo tipo. En este caso formatos de audio (por supuesto, todo el disco sería en alta calidad), presentaciones interactivas, archivos en *Pdf*, letras de canciones, tablaturas, videos, fotos, etc.

Paralelamente se pensó en que este dispositivo debía tener un valor agregado y una presentación física distintiva (con la imagen del grupo). Es por esta razón que se fabricó una caja diseñada y personalizada con un *pen drive*. A más de esto y con la idea de volverlo más atractivo, se diseñó un folleto impreso con las letras y el arte visual del álbum musical incluyendo *stickers*, botones y parches de tela. De esta forma, este *USB* se convierte en un artículo de lujo muy llamativo para el consumidor.

De esta manera, este producto no solo es un disco musical sino que es una experiencia audiovisual, digital e impresa de la banda y de este disco como tal.

### **Desarrollo del producto**

Una vez comprendido lo que se deseaba hacer de forma global, se procede a bocetar las principales ideas sobre papel para plasmarlas posteriormente en los soportes elegidos (estos bocetos se encuentran en el anexo 04).

Después de tener ideas claras sobre la parte gráfica se eligen la tipografía, los colores y las técnicas a utilizarse. En este caso, lo más conveniente en relación con el concepto del disco (que se describirá a continuación) fue elegir las técnicas del fotomontaje para crear pasajes oscuros y surreales, complementado con el uso de símbolos para cada canción con el fin de darle un toque místico al trabajo.

## **Análisis conceptual del disco para su aplicación gráfica**

**Los humanos y/o la humanidad:** Representados por criaturas sub humanas que están encerradas en calabozos luchando entre sí o con ellas mismas, porque se sienten desesperadas y angustiadas.

En este caso se decidió que dichas criaturas tuvieran heridas en su cuerpo, principalmente una en el pecho, ya que se hace alusión a que el mundo o la sociedad les arrancó el corazón, el alma o lo que les permite sentir. Ellas son seres que viven en la oscuridad, llenas de ira, odio y resentimientos. Sus rostros son negros, sus ojos nunca se ven por lo que evocan mucho dolor y desesperación al estar sumergidos en un infierno.

**Imagen No.11**



**Fuente:** Hojas Internas del disco *Destino infierno* de *Colapso*

**Diseño, fotomontaje y concepto:** Diego Rojas

**El mundo:** Representado por una hechicera o bruja maligna. Una mujer que hace alarde de poder, sabiduría y que se alimenta de las almas o corazones de los humanos para aumentar su poder.

Ella está sentada en un trono que le agrega superioridad y autoridad, además sostiene un cáliz o recipiente de consagración entre sus manos que contiene un corazón.

Para completar la idea de los humanos a los que se les arrancó su alma y por dicha razón, están ciegos, atrapados y desesperados.

Imagen No.12



Fuente: Portada del disco *Destino inferno* de *Colapso*

Diseño, fotomontaje y concepto: Diego Rojas

**La simbología:** Recurso que se utiliza para aumentar el misticismo de la obra y ayudar a un mejor entendimiento de cada canción. Así, las representaciones del mundo y los humanos se refieren al concepto general del disco y a los símbolos (de cada canción específicamente, sintetizando los significados líricos en un solo gráfico)

Son ocho símbolos en total. Todos son distintos pero deben tener un elemento en común, por eso están dentro de un círculo. Según el orden de las canciones son los siguientes:

**Imagen No.13**



**Fuente:** Hojas internas del disco *Destino Infierno de Colapso*

**Autor:** Diego Rojas

**“Carne para las fieras”:** Representado con un brazo humano arrancado del cuerpo. El brazo sólo es un pedazo de cuerpo desmembrado después de una masacre. Razón por la cual, esta canción hace referencia a una lucha interior donde los seres humanos nos despedazamos a nosotros mismos.

**Imagen No.14**



**Fuente:** Hojas internas del disco *Destino Infierno de Colapso*

**Autor:** Diego Rojas

**“Decisiones que nos consumen”**: Está canción habla de la dificultad que a veces o muchas veces sobreviene al tomar decisiones y que se puede tornar en una tortura por no saber si lo que se hará próximamente es lo correcto o no. Esta indecisión fue representada con flechas que señalan o van a diferentes direcciones.

**Imagen No.15**



**Fuente:** Hojas internas del disco *Destino Infierno de Colapso*

**Autor:** Diego Rojas

**“Por decadentes”**: Hace alusión a la constante decadencia de la humanidad, por lo que se la representa con un árbol seco que no tiene vida y se está muriendo de a poco.

**Imagen No.16**



**Fuente:** Hojas internas del disco *Destino Infierno de Colapso*

**Autor:** Diego Rojas



**“Camino Opuesto”**: Esta canción trata de las personas debemos ser nosotras mismo y de tomar o hacer un camino propio, aunque el mundo esté en contra. Fue representada por un sendero que se pierde en el firmamento.

Imagen No.17



**Fuente:** Hojas internas del disco *Destino Infierno de Colapso*

**Autor:** Diego Rojas

**“Sentirnos dioses”**: Habla de actuar por placer e incrementar el ego a tal punto que la grandeza produce la sensación de ser un dios, aunque esto signifique pisotear al resto. Está representada con una pirámide y dentro de ella, el ojo masónico que significa Dios, pero que al revés significa un falso dios o alguien que cree serlo y no lo es.

Imagen No. 18



**Fuente:** Hojas internas del disco *Destino Infierno de Colapso*

**Autor:** Diego Rojas

**“Manchados de veneno”**: El lado oscuro de las relaciones sentimentales, el amor que se convierte en odio y termina siendo una epidemia que es transmitida de humano en

humano, la decepción y la venganza, un veneno que se transmite y ataca a todos. Está representado con un frasco que contiene un veneno tan fuerte que incluso la botella que lo contiene se derrite y se daña.

Imagen No. 19



**Fuente:** Hojas internas del disco *Destino Infierno de Colapso*

**Autor:** Diego Rojas

**“Victimas del pasado”:** Como su nombre lo indica, se refiere al pasado que no se va y que atormenta el presente, que deja huellas, traumas e inestabilidad. Es representado con un grillete el cual era colocado antiguamente en los presos. Este objeto simboliza también el pasado que nos tiene atrapados y del cual es muy difícil escaparse.

Imagen No.20



**Fuente:** Hojas internas del disco *Destino Infierno de Colapso*

**Autor:** Diego Rojas

**“El Sepulcro”:** Es la última canción del disco y marca el final de la simbología. Este tema habla de sentirse muerto cuando se está vivo. Hace énfasis en cómo la sociedad

ya nos está devorando y estamos muriendo a pesar de estar vivos. Esta canción lo representamos como un ataúd visto desde arriba, que tiene en el medio el isotipo de *Colapso*, haciendo alusión a la parada final del destino inferno, la muerte, encerrada en un cajón de madera, lista para enterrarnos y empezar de nuevo.

**Imagen No.21**



**Fuente:** Hojas internas del disco *Destino Inferno* de *Colapso*

**Autor:** Diego Rojas

### **Isotipo representativo de *Colapso*:**

**Imagen No.22**



**Fuente:** Hojas internas del disco *Destino Inferno* de *Colapso*

**Autor:** Diego Rojas

Es uno de los elementos más importantes en el diseño de la nueva línea gráfica de la agrupación. Es una síntesis de lo que significa la banda. Por lo tanto, este símbolo se convierte automáticamente en la insignia identificadora de *Colapso*, siendo el centro y eje principal creado para el *Destino Infierno*, además de que los isotipos son lo más utilizados para distintos fines.

Para su elaboración se indagó hasta lo más profundo de la banda: *Colapso* significa la destrucción de un sistema, organismo, estructura, etc. Se lo interpreta también como una explosión provocada por un sistema que pierde el control en sí mismo, específicamente en la mente humana y en el mundo que se pervierte día a día logrando la ruina de las personas y del planeta en el que vivimos.

Para simbolizar estos conceptos se buscaron cosas que representaran esa destrucción o explosión provocada por el caos total y de eso, realizar un logo identificativo para la agrupación.

Es así que después de bocetar, desechar y aprobar opciones, se creó un gráfico similar a una explosión que tiene un eje circular que representa el mundo o sistema que colapsa; el cual genera una onda expansiva que en su mayor apertura termina siendo la letra “C” de *Colapso*.

También este isotipo genera un significado alterno visto desde otro punto: es similar a un agujero negro o a una implosión<sup>25</sup> que absorbe, atrapa y arrastra a las personas hacia al vacío. Concepto que va muy de la mano sobre lo que se trata en el disco *Destino Infierno*, pues se vive en una sociedad que absorbe y destruye a los seres humanos, que los hace colapsar, tal cual como un hoyo negro en el espacio que se traga todo lo que está a su paso: planetas, estrellas, asteroides, polvo cósmico etc.

### **Justificación del color**

Desde un comienzo, *Colapso* quiso darle un carácter oscuro a los artes de su disco y después de probar varias opciones, la agrupación se decidió por los colores ocres y marrones contrastados con verdes muy claros y cremas para lograr un juego de gamas que representaran al lado negro del ser humano y todos los conceptos de los que se habló con anterioridad para contrastarlos con diseños simples y minimalistas, en donde se jueguen con dos pantones de color: uno para los símbolos y la tipografía y otro para los fondos.

En el caso de los lugares donde hay fotomontajes se hace un tratamiento en el que se utilizan texturas de apariencia desgastada buscando tonalidades sepias.

---

<sup>25</sup> Implosión: Acción de romperse hacia adentro con estruendo las paredes de una cavidad en cuyo interior existe una presión inferior a la exterior. *WordReference.com*. (2014, 16 de septiembre). Recuperado de <http://www.wordreference.com/definicion/implosi%C3%B3n>

Para los artes que contienen tipografías y símbolos se utilizan las siguientes paletas de color:

De la librería de color *Process coated* se han tomado las paletas:

- Pantone DC 16 – 8 C
- Pantone 315 – 5 C



Basándose en esta tonalidad se realizan las siguientes aplicaciones: Pantone 315 – 5 C para los textos y el Pantone DC 16 – 8 C y en algunos casos es al revés, pero esto podrá variar según la necesidad de la aplicación.

## **Tipografía**

En las distintas aplicaciones de la gráfica en cuestión, se ha decidido utilizar la tipografía *serif* o *serifa*, con la idea de darle un carácter de elegancia y seriedad a los lugares donde se requiera el uso de textos de todo tipo (incluyendo titulares donde se usa el mismo tipo de letra pero en **bold** en un tamaño más grande para que se vea más distinguido)

Se usó la tipografía *trajan pro* ya que es la que mejor se acoplaba con el resto de los artes gráficos, pues cumple con los requisitos de seriedad, sobriedad, legibilidad, facilidad de lectura y sobre todo; el factor de elegancia con el cual se quiere contrastar las gráficas texturizadas, oscuras y fuertes de los fotomontaje.

### **Ejemplo:**

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJAIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJAIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
0123456789

### **Empaque especial**

Una vez analizados los elementos que forman parte del arte visual del disco (que bien podrían ser aplicados a cualquier formato) es imperativo concentrarse en la idea principal de este proyecto, que es generar una presentación alternativa y no convencional. Para cumplir este objetivo a continuación se describirá que contendrá el empaque que se propone:

La idea es que sea una caja cuadrada para mantener el misticismo de los artes del disco (o que parezca una caja esotérica) en donde se pueda encontrar cualquier cosa en su interior. Se decidió hacerla negra para mantener la elegancia y al mismo tiempo mantener

el misterio. Posteriormente, una vez realizado los primeros bocetos de la caja, se determino que el modelo podía ser tipo “caja de fósforos” ya que era más elegante, llamativo y al mismo tiempo protegía de mejor manera los elementos contenidos en su interior.

En la caja se incluyen, el logotipo de *Colapso* acompañado del nombre del disco y una descripción general de contenidos (tanto en la caja como en el *USB*) y en la tapa, simplemente se encuentra el isotipo de la banda. Al abrirla, lo primero que se tendrá serán los símbolos que representan a cada canción y al otro lado de esta página (que estará suelta) se hallarán los nombres y ordenes de las canciones del disco.

A continuación se contará con el cancionero completo que contiene: créditos, letras y artes del disco. Finalmente, vienen los artículos promocionales como *stickers*, botones, parches, entre otros y al final de la caja está el *USB* personalizado con el logotipo e isotipo de *Colapso*, mismo que se encuentra en un compartimiento especial.

### **Contenidos del *USB***

El *USB* contiene diferentes cosas como se mencionó anteriormente. Entre ellos la principal obviamente es la música, es decir, dicho dispositivo contará como se ha venido enfatizando los diez *tracks* o canciones del disco.

Además existen varias carpetas donde se almacenan el resto de contenidos. Así, en la carpeta llamada “Multimedia” hay una aplicación que al navegarla brinda información de la banda, despliega las letras de las canciones así como varios símbolos animados, lo cual permitirá al público interactuar mucho más con el concepto del disco.



Luego, se encontrarán carpetas con las fotos promocionales de *Colapso* y videos promocionales del disco con canciones como *Camino opuesto* y *Sentirnos dioses*.

También está una carpeta llamada “Informativo”, en la cual se encuentra el *Press Kit* de la banda. Es decir, se trata de un archivo *Pdf* con toda la información básica sobre *Colapso* para posibles promociones y contratación, espectáculos, giras o *Merchandising*, la misma que contiene su biografía, discografía, conciertos importantes, fotos de la banda en vivo, datos de los integrantes entre otras cosas. Dicho documento se encuentra en español e inglés para llegar a más fanáticos.

**Imagen No.22**



**Imagen No.23**



**Imagen No.24**



**Fotografías por:** Diego Rojas

**Fuente:** Prototipo del producto

## VALIDACIÓN

Para la validación del presente trabajo, el producto final fue sometido a varios criterios para evaluar su eficiencia a través de dos herramientas: mediante el *focus group* y posteriormente, por expertos afines con el tema mediante fichas de validación.

### *Focus Group*

El *focus group* resultó una vez se tuvo el prototipo de producto basado en recomendaciones y observaciones de los entrevistados. La muestra tomada fue de un grupo de diez personas consumidoras de música (coleccionistas de discos), fans de la banda y músicos.

La meta del *focus group* fue conocer lo que los encuestados pensaban sobre el prototipo de producto y cómo lo recibirían con un enfoque en el arte gráfico y su presentación. Todo esto fue posible saber partiendo desde el nivel de vida, tendencias, preferencias musicales y criterio general sobre la banda *Colapso* de todos los entrevistados.

De esta manera se procedió a presentar el prototipo a los encuestados, momento en el que ellos tuvieron la oportunidad de desempacar el producto, escuchar la música que contiene y observar muy bien los artes y contenidos tanto impresos como virtuales en una computadora.

## **Resultados de la encuesta sobre el *Focus Group***

En la primera parte se determinaron los aspectos generales del grupo que formó parte de la muestra para la investigación de este trabajo. Dichos aspectos se encuentran plasmados en los gráficos estadísticos que se encuentran en la sección Anexos No.4 de la sección “Anexos”.

Los parámetros para seleccionar a las personas que formaron parte de esta técnica fueron: que sean fans de la banda, que sean músicos (entre los cuales intencionalmente se incluyó integrantes *Colapso*) coleccionistas de música y cercanos al movimiento *rockero* nacional y que vivan en Quito.

### **Aspectos Generales**

- Referente al género se determinó que el 60% de los entrevistados son hombres y el 40% mujeres.
- La mitad de los entrevistados tienen entre 19 y 25 años (que conforman la mayoría de encuestados)
- El estrato social que predomina es el medio. El 47% corresponde a medio bajo y la otra mitad se divide entre personas del estrato medio y medio alto.

## **Tendencias de consumo**

De manera general, se indagó en la forma de pensar de los entrevistados con referencia a la imagen visual y música de una banda para conocerla más a fondo y tomando en cuenta su opinión, fue así como ellos evaluaron la nueva imagen de la banda *Colapso*:

### **Pregunta 1. ¿Qué tipo de música escucha?**

Esta pregunta quiso conocer qué estilos musicales son los favoritos de los entrevistados y al ser respondida, se encontró que todos tienen una variedad de intereses en donde sobresale que el 30% escucha *metal*, 20% *rock* alternativo y el otro 20% *punk* y *hard core*. El resto corresponde a otros géneros que no pertenecen al *rock* como la electrónica, lo que indica como resultado final que el grupo entrevistado es muy variado en sus gustos musicales.

### **Pregunta 2. ¿Qué le llama la atención de un grupo musical?**

Al 53% de los entrevistados les llama la atención la música de la banda en cuestión, al 27% le llama la atención la portada y al 17% restante, las letras. Esto indica que la música es en lo primero en lo que se fija el público, seguido de los artes de la banda (si tiene la oportunidad de escucharlo) y si no es así, lo primero en lo que se fija es el arte visual de la banda.

### **Pregunta 3. ¿Considera usted importante la imagen visual de una banda?**

El 80% de los encuestados respondieron que sí.

**Pregunta 4. ¿Dónde escuchó o conoció de la existencia de Colapso?**

El 34% de los entrevistados respondió que conoció a la banda en un concierto, el 22% la escuchó en la radio, el 11% lo vio en internet, el 11% la vio en TV y el 22% no la conoce aún, lo cual indica que la agrupación ha sido y sigue siendo difundida a través de diferentes medios de comunicación al mismo tiempo.

**Pregunta 5. ¿Qué le produce este tipo de presentación visual de *Colapso*?**

Al presentarles a los entrevistados el prototipo de disco, éste les produjo varias sensaciones: gusto, miedo, interés, inspiración, desapego entre otras. En las que se destacaron fue que un 30% demostró interés, el otro 30% gusto mientras que el resto de los indicadores quedaron en 10% cada uno.

**Pregunta 6. Del 1 al 5... ¿Cómo calificaría a la nueva imagen de *Colapso*?**

La mayoría de los entrevistados quedaron satisfechos con el nuevo prototipo presentado por la banda, y esto queda evidenciado en sus calificaciones: al 40% le pareció “Excelente”, al 30% “Muy buena” y el 30% restante la calificó como “Buena”.

**Pregunta 7. ¿Qué aspectos le han llamado más la atención de este prototipo?**

Los indicadores a evaluar fueron: el *USB* y sus contenidos, la portada y artes internos, los símbolos utilizados y los colores. A un 40% le llamó la atención la idea de un disco en *USB* acompañado de artes impresos y contenidos multimedia. A un 30% la portada y los artes internos y finalmente, a un 20% los símbolos y a un 10% los colores.

**Pregunta 8. ¿Qué le parece la idea de un disco de Colapso en USB con empaque especial y todo lo que contiene el mismo?**

El 50% de los entrevistados respondió que les parecía una “Excelente idea”, el 20% que es una “Buena idea”, el 10% que es “Muy buena” y el 20% faltante dio una respuesta neutral ya que no sabía si era buena o no.

## **Criterio de expertos**

Este proyecto se sometió a la evaluación de varios profesionales con experiencia en los campos afines a diseño gráfico, multimedia, comunicación, mediación cultural y músicos (como se ha venido recalando varias veces).<sup>26</sup>

## **Objetivo**

Contar con el criterio de expertos especializados y profesionales en áreas afines al diseño gráfico, la comunicación e involucrados en el mundo musical.

## **Selección de expertos**

Los criterios para escoger a las personas que validaron este proyecto fueron los siguientes:

- Que sean profesionales titulados
- Que tengan más de cinco años de experiencia en diseño gráfico, comunicación, gestión cultural, música y producción de discos.

---

<sup>26</sup> Para ver el modelo de ficha de validación ir a anexo No.5.

## **Perfil de expertos**

**Santiago Andrade:** Ingeniero en diseño gráfico empresarial, experto en diseño multimedia, diseño gráfico, dirección creativa, tecnologías de la comunicación y músico.

**José Romero:** Máster en medios digitales, B.A. en interactividad, comunicación y animación digital, experto en nuevas tecnologías, interactividad, desarrollo web, animación, comunicación interactiva, músico y gestor cultural.

**Oscar Maldonado:** Máster en comunicación y mediaciones culturales, Máster en industrias culturales y periodismo digital, experto en comunicación con alto experiencia en periodismo para medios digitales e impresos dentro y fuera del país.

## **Diseño de instrumento**

El instrumento diseñado para la validación consta de la siguiente escala valorativa: muy adecuado, adecuado y poco adecuado.

Los indicadores utilizados fueron:

- Cientificidad: Se refiere a la investigación realizada y el respaldo utilizado en este trabajo basado en teorías expuestas.
- Pertinencia: Se refiere a qué tan oportuno es la propuesta hecha frente a la problemática presentada.
- Actualidad: Se refiere a la coyuntura del proyecto en referencia a los avances tecnológicos y las nuevas tendencias.



- Aplicabilidad: Se refiere al nivel de ejecución del trabajo, al nivel en que se vuelve adaptable a la realidad ecuatoriana de las bandas de *rock* dentro del contexto de una problemática internacional.
- Novedad: Referente a nuevas propuestas para conocer el aporte creativo del prototipo presentado.

A continuación estos indicadores se reflejan en la siguiente tabla:

Tabla No.5

| INDICADORES   | MUY ADECUADO | ADECUADO | POCO ADECUADO | OBSERVACIONES |
|---------------|--------------|----------|---------------|---------------|
| CIENTIFICIDAD | 1            | 2        |               |               |
| PERTINENCIA   | 3            |          |               |               |
| ACTUALIDAD    | 3            |          |               |               |
| APLICABILIDAD | 3            |          |               |               |
| NOVEDAD       | 1            | 2        |               |               |

### Análisis de resultados

Los puntos de vista de los expertos fueron en su mayoría unánimes, puesto que todos consideraron como “Muy adecuados” los criterios sobre pertinencia, actualidad y aplicabilidad, mientras que en el aspecto de científicidad y novedad, dos de los consultados lo calificaron como “Adecuado” ya que no es un producto nuevo en el mundo, pero sí lo es para nuestro país y más aún para las bandas de *rock* que buscan nuevas formas de distribución en donde se pueda generar ingresos.

## CONCLUSIONES

- Gracias al estudio bibliográfico escogido para sustentar las bases del proyecto se comprendió la relación e importancia que tiene el diseño gráfico y sus elementos básicos para la industria de la música *rock* y el *metal*. También se tuvo en cuenta la evolución de los formatos de audio que van desde el lanzamiento de discos hasta la era digital, sucesos que han afectado la producción de los mismos e influenciando fuertemente a la escena *rockera* independiente ecuatoriana en la que se encuentra *Colapso*. Se pudo concluir que sobre el tema de la evolución de los formatos no se encontró información sintetizada en un solo libro, por lo que fue necesario recopilar información de diversas fuentes de internet. Por otro lado, en los estudios acerca de la era digital de los formatos se encontraron estudios superficiales y en los que no se hace un análisis de su influencia en el mundo de la música.
- Se evidenció una gran problemática en torno a la era digital de los formatos, pues se ha visto afectada la producción de discos a lo largo del tiempo. Preocupación que generó la creación de una nueva alternativa de formato que vaya acorde con las nuevas tendencias de consumo de música. Es así que se decidió que el formato *USB* era el apropiado, especialmente porque ninguna banda de *rock* en este país ha sacado algo parecido hasta la fecha, pues se evidenció que artistas nacionales pertenecientes a este género efectivamente todavía no han sacado discos con características similares al material propuesto, pero lo que sí se descubrió es que pocos artistas internacionales y sólo un artista nacional de música electrónica si han lanzado material discográfico de esta manera pero sin soportes impresos ni multimedia, nada más ha sido el dispositivo *USB* con música.

- Al diseñar el prototipo de disco musical en tecnología *USB* ha sido fácil darse cuenta que es un producto muy completo que cumple con varios parámetros importantes: contiene un soporte impreso que permite al usuario tener un acercamiento físico a los artes de la banda y a su vez, contar con soportes multimedia que completan una experiencia interactiva conformada por la música y el concepto del disco además de brindar toda la información promocional necesaria, aprovechando así al máximo este formato.
- Se determinó que el producto presentado es agradable y ha sido muy bien aceptado por la mayor parte de las personas que fueron tomadas como muestra del grupo objetivo de este trabajo, así como también por parte de los expertos que validaron este proyecto finalizado, pues resuelve un problema y simultáneamente este formato sirve tanto a los coleccionistas de discos por su atractiva presentación como a los que tan sólo tienen la música en su computador o en cualquier reproductor.

## RECOMENDACIONES

- Es necesario estar a la vanguardia con los cambios y nuevos descubrimientos de los formatos de audio que se presenten a futuro, porque si bien es cierto que este proyecto propone una alternativa a los formatos tradicionales y a la distribución *online*, se debe seguir al tanto de lo que ocurre en el mundo y las tendencias actuales para medir el tiempo de vida y utilidad a largo plazo que puede llegar a tener el producto propuesto.
- Se recomienda hacer varias versiones de este tipo de discos (que pueden ir desde la compra digital del mismo hasta *packs* como el que se presenta aquí) e incluso fabricar versiones más caras que incluyan discos de vinilo, camisetas, gorras y otro tipo de accesorios.
- Al tratarse de un producto novedoso en el mercado *rockero* ecuatoriano se recomienda tener en cuenta que para lanzarlo es imprescindible informar bien al público sobre sus virtudes porque si no está bien explicado o es mal comprendido por la gente, se corre el riesgo de generar poco o nulo interés entre los fans.

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros

- ARFUCH, Leonor. et al. (1997). *Diseño y comunicación, teorías y enfoques críticos*, Buenos Aires - Argentina
- CARRIÓN, Victor. (Ed.). (2005). *El Arte de la rebelión*. Compilación. Quito: , Ed.ER editor
- COSTA, Joan. (Ed.). (1995). *Comunicación corporativa y revolución de servicios*, Madrid: Ed. Ciencias Sociales S.A.
- CALDWELL Cath (ed.) (2014) *Diseño Editorial*, Estados Unidos Ed. Gustavo Gill
- FLORES CADENA LLEANNA, S. (2012). *De la tipografía en el libro al libro-arte tipográfico* Bogotá
- GALEANO, César. *Modelos de comunicación*. Libro Pdf, Pg.1
- GUERRERO, Pablo. (Ed.). (1998). *La cultura: estrategias conceptuales para entender la identidad, diversidad, la alteridad y la diferencia*. Quito: Ed. Abya Yala
- GUTIÉRRES, Claudio, (Ed.) (2008). *Cómo funciona la Web*, Ed. Universidad de Chile
- HELLER, Eva. (Ed.). (2000). *Psicología del color*, Ed. Gustavo Gilli
- ITTEN, Johannes. (Ed.original). (1920). *Arte del Color*. Ed. Boured
- JURY, David. (Ed.). *Elementos del diseño*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili
- LÉVY, Pierre. (Ed.). (2004). *Inteligencia colectiva*. Estados Unidos: Ed. La Découverte
- PELTA, Raquel. (Ed.). (2004). *Diseñar hoy*. Barcelona: Ed. Paidós, 2004
- JERKINS, Henry. (Ed.) (2006). *Convergence Culture*. Estados Unidos: Ed. Paidós Ibérica
- QUINTANA, Rafael. *Introducción al Estudio de la Comunicación*. Universidad de Londres
- ROWDEN, Mark. (Ed.) (2004). *El arte de la identidad*. México D.F: Ed. Mc Graw hill
- SIERRA, Jordy. (Ed.). (1970). *La historia del rock: del underground al glam rock*. Barcelona: Ed. Alominsa
- TIMOTHY, Samara. (Ed.). *20 reglas para crear un buen diseño*, Barcelona: Ed. Gustavo Gilli
- TRAVERSO YÉPEZ, Martha. (2002). *Identidad Nacional en Ecuador*, Ecuador
- VALLEJO, Danilo. & ROSALES, Juan Pablo. (Ed.). (2007). *Testimonio Rock*. Banco Central del Ecuador. Quito: El Chasqui Ediciones
- VENEZUELA, G. *Diseño de identidad corporativa*, Universidad de Londres
- WONG, Wucius. (Ed.). (1996). *Fundamentos de diseño*. Barcelona: Ed. Gustavo Gilli

## Revistas

- CASTELLS, Manuel. (Ed.). (1998). *La era de la Información*. Estados Unidos: Ed. Alianza
- FUNDACIÓN TELEFÓNICA. (Ed.). (2011). *La sociedad de la información en España*. España: Ed. Ariel
- GONZÁLEZ, D. *Íconos*. (No.8) (2004). Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO. Quito
- MATAMOROS, Esteban. (Abril 2000). El ritmo de la contracultura. Reportaje y entrevista a Paúl Segovia (QEPD)- Ex vocalista de la banda de rock ecuatoriana *Sal y Mileto*. *Vistazo* (No.784). Quito

## Documentales

- DUNN Sam. (Director). (2005). *A head banger journey* [Documental]. Estados Unidos & Canadá: Warner Bros / Banger pictures
- DUNN Sam. (Director). (2007). *Global Metal* [Documental]. Estados Unidos & Canadá: Warner Bros / Banger pictures
- PAVICH, Frank. (Director). (2007). *New York Hard Core [N.Y.H.C film]*. Estados Unidos
- THOMAS, Kenneth. (Director). (2011). *Blood, Sweat, Vinyl. DIY in the 21st Century* [Documental] Estados Unidos: The Scourge Productions

## Archivos Pdf

- MUNARI, Bruno. *Diseño y comunicación*, Archivo Pdf
- TORRES Marcelo, *Símbolos y signos*, Archivo Pdf

## Páginas web – Internet

- Diseño gráfico, consultado el 02/03/2014 en: ADMIN, Estudio f5 Diseño Gráfico: <http://www.egf5.com/blog/manual-de-imagen-corporativa-y-guias-de-estilo/>
- Revisión fotográfica, consultada el 25/07/2014 en: All music: <http://www.allmusic.com>
- Referencias para artes consultada el 14/05/2014 en Beinart.com
- Referencias para artes consultada el 14/05/2014 en Bsimple.com: <http://bsimple.com>
- Referencias para artes consultada el 14/05/2014 en Chet Zar: Artwork 2012: [www.chetzar.com](http://www.chetzar.com)
- *Colapso* en Youtube: <http://www.youtube.com/user/ColapsoTube>
- *Colapso* en Soundcloud.com: <http://soundcloud.com/colapso-ec>
- *Colapso* en Wordpress: [colapsoec.wordpress.com](http://colapsoec.wordpress.com): <http://colapsoec.wordpress.com>
- *Colapso* en Bandcamp: [colapso.bandcamp.com](http://colapso.bandcamp.com): <http://colapso.bandcamp.com/>
- Corriendo la voz: <http://corriendolavoz.com.ar/movimiento-underground/>.
- Diseño gráfico consultado el 03/03/2014 en: <http://www.elforro.com/disenio/6176-logotipo-isotipo-isologo-imagotipo.html>
- El rock en Ecuador consultado el 20/7/2014 en Festivalfff: [www.festivalfff.com.ec/](http://www.festivalfff.com.ec/)

- El rock en Ecuador consultado el 20/7/2014 en Grooveshark – Free music streaming, online music: [www.grooveshark.com](http://www.grooveshark.com)
- Referencias para artes consultada el 14/05/2014 HRGiger.com: [www.hrgiger.com](http://www.hrgiger.com)
- Diseño gráfico, consultado el 02/03/2014 en: MORENO, Lenin. *Diseño gráfico*: <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1277.php> 2010-10-14
- Página oficial de *Colapso*: [www.colapsoec.com](http://www.colapsoec.com)
- Página oficial de *Colapso* en Facebook: [www.facebook.com/colapsoec](http://www.facebook.com/colapsoec)
- P Referencias para artes consultada el 14/05/2014 ETER GRIC Fine arts: [www.gric.at](http://www.gric.at)
- El rock en Ecuador consultado el 20/7/2014 Quitofest: [www.quitofest.com](http://www.quitofest.com)
- Diseño gráfico, consultado el 09/04/2014 en: RODRÍGUEZ, C. (2006, 27 de septiembre). *Conferencia en la Universidad Nacional Federico Villarreal.*: <http://disenoperu.blogspot.com/2006/12/imagen-o-identidad-aclarando-conceptos.html>



## ANEXOS

### Anexo No.1:

#### Entrevistas a expertos

Nombre:

Ocupación:

Experiencia:

1. ¿Qué relación tiene para usted el diseño gráfico, el elemento audiovisual y la música?
2. ¿Considera importante que una banda de rock y/o metal tenga un soporte visual para su música? ¿Por qué?
3. Tomando en cuenta el mundo moderno, las nuevas tecnologías, el internet y los constantes cambios en la comunicación global, a su criterio... ¿Cuál sería la mejor forma de promocionar una banda para que ésta pueda sobresalir? Y ¿qué papel cumple el elemento visual dentro de este contexto?
4. ¿Qué opina sobre la descarga gratuita y el auge de los formatos digitales? ¿Cómo cree que esto ha afectado a la industria musical en nuestro país?
5. ¿Cuál es su tendencia de consumo de música actual? ¿Compra CD o piensa en volver a los discos de vinil si se vuelven populares nuevamente? ¿Descarga sus discos preferidos desde internet y los escucha en un dispositivo portátil o en su computador?
6. ¿Cree que tiene algún beneficio la distribución de música *online*? o ¿cree que esta actividad perjudica a las bandas?
7. ¿Qué opina de un formato alternativo, como un *USB*, que contenga un disco más otros elementos promocionales en su interior?
8. ¿Si se encontrara con un formato así... ¿qué le agregaría a la presentación física? De ser así, ¿lo cree necesario?
9. ¿Considera que un formato alternativo como un *USB* acompañado por un paquete especial de productos pueda competir con la venta *online*, la descarga gratuita y los formatos tradicionales?

## Resultados obtenidos en las entrevistas.

### Entrevista No.1

- **Miguel Vinueza:** Músico bajista en la banda *Descomunal*, Promotor de eventos de *Alarma Records*, *Stage manager* y representante de varias grupos musicales. Quince años de experiencia.

**1. ¿Qué relación tiene para usted el diseño gráfico, el elemento audiovisual y la música?**

Mucho, porque los tres están relacionados con el fin de lograr un producto artístico. En la industria musical el producto no es sólo el tema grabado sino también el arte y la forma en la que se ve el artista. Esto es muy importante, sobre todo por lo que quiere transmitir o decir el artista.

**2. ¿Considera importante que una banda de rock y/o metal tenga un soporte visual para su música? ¿Por qué?**

Claro, lo visual es otro instrumento que utiliza el músico para explicar su arte y hacer que la experiencia para el público sea más grata.

**3. Tomando en cuenta el mundo moderno, las nuevas tecnologías, el internet y los constantes cambios en la comunicación global, a su criterio... ¿Cuál sería la mejor forma de promocionar una banda para que ésta pueda sobresalir? Y ¿qué papel cumple el elemento visual dentro de este contexto?**

Creo que hoy por hoy cualquier manera de promocionar a una banda es válida, siempre y cuando cuente con una estrategia detrás pues se puede pensar casi en cualquier canal, pero definitivamente hay que estar presente en la red. El internet es ideal para difundirse y sobre todo para ser ubicado por el público.

El elemento visual es importantísimo ya que permite al público relacionarse más y mejor con las ideas e imagen del artista.

**4. ¿Qué opina sobre la descarga gratuita y el auge de los formatos digitales? ¿Cómo cree que esto ha afectado a la industria musical en nuestro país?**

Las descargas gratuitas no hacen más que difundir a un artista, sobre todo cuando el mismo no tiene los canales de difusión masiva como lo son la TV o la radio. Creo que los artistas que hacían mucho dinero más por estar casados con los medios que por el mérito de su propio arte han sido los que más han perdido y por otro lado se le abrieron las oportunidades a un mundo nuevo de artistas y también el público tiene más de donde escoger lo que quiere consumir.

5. **¿Cuál es su tendencia de consumo de música actual? ¿Compra CD o piensa en volver a los discos de vinil si se vuelven populares nuevamente? ¿Descarga sus discos preferidos desde internet y los escucha en un dispositivo portátil o en su computador?**

Mi tendencia es escuchar discos descargados en el ordenador y escuchar música en vinilos por ser un formato mucho más puro en cuanto a sonoridad se refiere.

6. **¿Cree que tiene algún beneficio la distribución de música *online*? o ¿cree que esta actividad perjudica a las bandas?**

Creo que tiene dos lados: un positivo, el que mucha gente las puede conocer y más aún si es una banda que está comenzando. Y un negativo ya que el problema es que puede afectar fuertemente la economía de ésta. Pero creo que si se tiene una buena estrategia y se combinan bien la distribución *online* con la venta física se puede llegar a un buen resultado. No olvidemos que vía internet tenemos la posibilidad de tener más compradores.

7. **¿Qué opina de un formato alternativo, como un *USB*, que contenga un disco más otros elementos promocionales en su interior?**

Me parece interesante

8. **¿Si se encontrara con un formato así... ¿qué le agregaría a la presentación física? De ser así, ¿lo cree necesario?**

Si se tratara de una versión más costosa, pensaría en un empaque o una presentación especial que no sea solamente un USB, donde le agregaría todo el material promocional y de colección posible. Quizás para una versión mucho más barata no le agregaría nada más que el USB y sus contenidos

9. **¿Considera que un formato alternativo como un *USB* acompañado por un paquete especial de productos pueda competir con la venta *online*, la descarga gratuita y los formatos tradicionales?**

La tendencia de la actualidad más que vender un disco de música con un arte se basa en presentar opciones.

Me parece que sí puede competir con los formatos tradicionales, creo que al ser una novedad tiene una ventaja enorme y lo más ventajoso es que el flash puede ser reutilizado. Sin duda es una buena idea.

## Entrevista No.2

- **Pablo Rodríguez:** Periodista especializado en rock. Director de la revista *Rocker Magazine*, productor de *Hoy Music*, radio difusor en la Radio Municipal y participante de la revista *Digital, telón de acero*. Veinte y cinco años de experiencia

### 1. ¿Qué relación tiene para usted el diseño gráfico, el elemento audiovisual y la música?

Creo que hay una relación de dependencia que se manifiesta a través del hilo conductor por el cual se manejan las formas y el mensaje. Desde cualquiera de estos ángulos llega a sus destinatarios.

### 2. ¿Considera importante que una banda de rock y/o metal tenga un soporte visual para su música? ¿Por qué?

Más que importante, es elemental porque solo así se podrá entender los códigos implícitos dentro del mensaje que manifiesta la música. Además, la parte audiovisual ayuda a manejar una comprensión desde el mensaje sin que se priorice la subjetividad en la misma.

### 3. Tomando en cuenta el mundo moderno, las nuevas tecnologías, el internet y los constantes cambios en la comunicación global, a su criterio... ¿Cuál sería la mejor forma de promocionar una banda para que ésta pueda sobresalir? Y ¿qué papel cumple el elemento visual dentro de este contexto?

Hoy las radios de frecuencia pueden continuar poniendo los *hits* que deseen pero hay que tener en cuenta que en la actualidad ya todo o casi todo se encuentra en las redes sociales y otras páginas web o simplemente, internet.

Hace cinco años atrás, los grupos que sacaban videoclips debían esperar la oportunidad de que los lancen en los pocos programas de rock que existían en el Ecuador. Sin embargo como hizo *Descomunal* hace poco, publicó o “subió” sus videos en una red social y eso fue más que suficiente para que miles de personas conocieran su trabajo.

De igual forma pasa con cualquier agrupación perteneciente a otro tipo de géneros. Y por esa justa razón, porque la red social es rápida, se hace más importante la presencia visual para condensar lo mejor posible el mensaje a transmitirse, de hecho, ese es el principal enemigo con el que nos enfrentamos los editores de revistas por ejemplo, así que hay que inmiscuirse en las lógicas actuales de la comunicación y, en el ejemplo citado, tratar de suplir esa carencia.

### 4.¿Qué opina sobre la descarga gratuita y el auge de los formatos digitales? ¿Cómo cree que esto ha afectado a la industria musical en nuestro país?

Antes tenía mis dudas porque vengo de otra generación un poco más conservadora (risas), pero he caído en la tentación de las tendencias digitales y si bien prefiero los discos en acetato en CD por una costumbre de muchos años, se me es más cómodo conseguir bandas en formatos digitales. Tengo una revista y me gusta reseñar los discos con todo su contenido desde la portada hasta las letras, muchas veces por cuestiones de distancia tengo que obtener los discos y todo ese tipo de información digitalmente.

**5. ¿Cuál es su tendencia de consumo de música actual? ¿Compra CD o piensa en volver a los discos de vinilo si se vuelven populares nuevamente? ¿Descarga sus discos preferidos desde internet y los escucha en un dispositivo portátil o en su computador?**

Bueno yo soy coleccionista a la antigua de *CD*, *cassettes* y vinilos. Sobretudo prefiero éstos últimos pero no tengo el dinero necesario para comprarlos todos así que también tengo varios GB de música en discos duros. No estoy totalmente de acuerdo pero tengo una debilidad por escuchar mucha música y la que sí me gusta muchísimo, trato de tenerla físicamente.

**6. ¿Cree que tiene algún beneficio la distribución de música *online*? o ¿cree que esta actividad perjudica a las bandas?**

Indiscutiblemente beneficia, ya que es la mejor forma de darse a conocer. Claro que también es necesario realizar presentaciones en vivo pero no todo el mundo tiene ese alcance. Por ejemplo en España hay muchísimos ecuatorianos que siguen lo que está pasando en la escena de nuestro país y su única forma de acceder a ella es mediante internet, y de seguro si tuvieran la oportunidad de comprar un disco lo harían.

**7. ¿Qué opina de un formato alternativo, como un *USB*, que contenga un disco más otros elementos promocionales en su interior?**

Tengo mis dudas pero sin embargo me parece una buena idea. De lo que se artistas como *Nine Inch Nails* o *Madonna* lo han hecho con buenos resultados pero en nuestro entorno no sé cómo reaccionaría el público ecuatoriano.

**8. ¿Si se encontrara con un formato así... ¿qué le agregaría a la presentación física? De ser así, ¿lo cree necesario?**

Me gustaría al menos un cancionero donde pueda leer las letras de las canciones sin tener que recurrir a mi computadora y pues una caja con diseño personalizado de la banda.

**9. ¿Considera que un formato alternativo como un *USB* acompañado por un paquete especial de productos pueda competir con la venta *online*, la descarga gratuita y los formatos tradicionales?**

No sé si pueda competir es muy difícil dictaminar eso, sobre todo con la descarga gratuita, pero si es una buena alternativa para presentar un disco de una manera diferente mientras cumpla los estándares de calidad en cuanto a calidad sonora y una presentación física llamativa es una buena idea.

### Entrevista No.3

• **Natalia Jarrín:** Diseñadora, ilustradora, artista gráfica, maquillista corporal independiente de varias bandas de metal, dueña de la marca de ropa y accesorios de moda alternativos *Mr. Auch*.

#### **1. ¿Qué relación tiene para usted el diseño gráfico, el elemento audiovisual y la música?**

Creo que el diseño en el campo práctico se relaciona en la música a través de diferentes medios: creaciones de sitios web, carteles, tipografía, logos, vídeos, moda y mucho más.

Al igual que todas, estas actividades se dirigen hacia la sensibilidad, creatividad, inspiración, estudio, satisfacción del gusto personal y el del cliente / espectador, inventiva, improvisación (a veces), pasión, armonía, variabilidad, el retomar conceptos anteriormente propuestos, replanteamiento de lo anteriormente establecido, realización de una propuesta y someterla al juicio del cliente / espectador. Y ambos se necesitan para producir algo de calidad.

#### **2. ¿Considera importante que una banda de rock y/o metal tenga un soporte visual para su música? ¿Por qué?**

Claro que sí. Toda banda debe mantener una imagen comenzando desde su logo, algo que los haga diferentes de las demás para ser reconocidos. Esta imagen se va construyendo con cada soporte visual que ofrecen, sus artes en discos o sus videos musicales hacen que aparte de sonar bien se vean bien, no hay que olvidarnos que la imagen mueve al mundo y un soporte visual puede decir mucho más que mil palabras.

#### **3. Tomando en cuenta el mundo moderno, las nuevas tecnologías, el internet y los constantes cambios en la comunicación global, a su criterio... ¿Cuál sería la mejor forma de promocionar una banda para que ésta pueda sobresalir? Y ¿qué papel cumple el elemento visual dentro de este contexto?**

La mejor forma es utilizar redes sociales. Todos pasamos conectados todo el tiempo compartiendo enlaces con amigos y ellos a su vez, con sus amigos y así se forma una gran cadena de intercambio y publicidad. Pero para que esta cadena funcione además de tener música de calidad, creo que se debe tener un video bien producido, artes que sean llamativos y originales, un logotipo legible, arte en moda que represente su banda. El elemento visual no ayuda sino determina la promoción de una banda. No es importante, es una obligación producir elementos visuales que apoyen la calidad de música que hacen para que la publicidad o promoción funcione.

#### **4. ¿Qué opina sobre la descarga gratuita y el auge de los formatos digitales? ¿Cómo cree que esto ha afectado a la industria musical en nuestro país?**

Opino que es la tendencia que ahora se maneja en el mundo. Todo funciona con internet porque es una herramienta muy valiosa que bien usada da buenos resultados.

**5. ¿Cuál es su tendencia de consumo de música actual? ¿Compra CD o piensa en volver a los discos de vinil si se vuelven populares nuevamente? ¿Descarga sus discos preferidos desde internet y los escucha en un dispositivo portátil o en su computador?**

Me da un de poco vergüenza decirlo pero casi no tengo CD. De hecho, casi toda la música que tengo, está en mi computadora y en mi *Ipod*, salvo excepciones muy especiales, trato de comprar discos nacionales.

**6. ¿Cree que tiene algún beneficio la distribución de música online? o ¿cree que esta actividad perjudica a las bandas?**

Creo podría ser una arma de doble filo, pero generalmente ayuda a que la gente pueda escuchar a las bandas en cualquier parte del mundo y eso es bueno. Si se puede distribuir la música o el arte vía internet existen grandes posibilidades de crecer.

**7. ¿Qué opina de un formato alternativo, como un USB, que contenga un disco más otros elementos promocionales en su interior?**

Me gusta la idea porque se podría escucharlo en cualquier lugar. Ahora los radios de los autos y los equipos de sonido tienen un espacio para colocar un *USB*. Además que se podría poner lo que sea en ese lugar, y si tiene un diseño chévere si sería muy funcional. Claro que lo acompañaría de un arte impreso para tener una mejor presentación.

**8. ¿Si se encontrara con un formato así... ¿qué le agregaría a la presentación física? De ser así, ¿lo cree necesario?**

Si comprara un disco en *USB* me gustaría que tenga una presentación bonita de acorde con el arte visual de la banda, que venga en una caja. Creo que sería muy importante pensar en el diseño del *USB* si este tiene una forma tridimensional y llamativa no necesitaría mucho más que una caja y algo don diga sus contenidos.

**9. ¿Considera que un formato alternativo como un USB acompañado por un paquete especial de productos pueda competir con la venta online, la descarga gratuita y los formatos tradicionales?**

Me parece una idea innovadora, aunque que creo que al comienzo será difícil de acostumbrarse para algunos amantes de los viejos formatos pero a la vez es una idea útil y que ya ha sido usada por unos pocos artistas de renombre que buscan una nueva forma de difundir su música.

#### Entrevista No. 4

• **Edgar Castellanos Molina:** Diseñador gráfico y multimedia, organizador del *Quito Fest*, músico en *Mamá Vudú* y Niebla FM.

##### **1. ¿Qué relación tiene para usted el diseño gráfico, el elemento audiovisual y la música?**

Mucho, están relacionados con el fin de crear un producto artístico. En la industria musical, el producto no es sólo el tema grabado, sino también el arte, la forma en la que se ve el artista, es muy importante esto para lo que quiere decir el artista.

##### **2. ¿Considera importante que una banda de rock y/o metal tenga un soporte visual para su música? ¿Por qué?**

Claro, lo visual es otro instrumento que utiliza la música para explicar su arte y hacer que la experiencia para el público sea más grata.

##### **3. Tomando en cuenta el mundo moderno, las nuevas tecnologías, el internet y los constantes cambios en la comunicación global, a su criterio... ¿Cuál sería la mejor forma de promocionar una banda para que ésta pueda sobresalir? Y ¿qué papel cumple el elemento visual dentro de este contexto?**

Hoy por hoy lo visual es todo: videos musicales, entrevistas, presentaciones en vivo entre otras son siempre un recurso que se puede explotar ya que mucha gente escucha música en *You tube* acompañada de videos musicales lógicamente.

##### **4. ¿Qué opina sobre la descarga gratuita y el auge de los formatos digitales? ¿Cómo cree que esto ha afectado a la industria musical en nuestro país?**

Aquí en Ecuador nunca hubo una industria discográfica grande, lo que si afectó a la escena independiente especialmente, ya que los discos constituyen un importante soporte económico para mantener las actividades de los grupos musicales.

Por otra parte, la descarga gratuita fomenta a que la gente se acostumbre a no comprar discos, pero a su vez aumenta el número de personas que conocen el arte de las bandas. Ésta por no ser una gran industria aún, ha obligado a los grupos a saber arreglárselas para poder sobrevivir de lo que se cobra en los espectáculos y de la venta de camisetas y artículos similares. Por eso creo que todo debería funcionar en conjunto: valernos de las plataformas digitales para generar interés en las cosas físicas y que sean herramientas, más no obstáculos.

##### **5. ¿Cuál es su tendencia de consumo de música actual? ¿Compra CD o piensa en volver a los discos de vinil si se vuelven populares nuevamente? ¿Descarga sus discos preferidos desde internet y los escucha en un dispositivo portátil o en su computador?**

Pues creo que soy una mezcla de varios. Me gusta coleccionar discos en sus diferentes presentaciones, pero también en la red se encuentran joyas que quizás nunca hayan en presentaciones físicas o estén disponibles por mucho tiempo.



**6. ¿Cree que tiene algún beneficio la distribución de música *online*? o ¿cree que esta actividad perjudica a las bandas?**

Es la tendencia de los últimos tiempos, las redes sociales y las tiendas *online* son las plataformas que se usan en el mundo moderno, de esa manera podemos comercializar lo que sea a donde sea. Existen el correo electrónico, las transferencias electrónicas y las tarjetas de crédito... todo lo que se quiera vender se puede vender estando detrás de un computador.

**7. ¿Qué opina de un formato alternativo, como un *USB*, que contenga un disco más otros elementos promocionales en su interior?**

Si a los formatos no tradicionales se les da una buena presentación pueden llegar a ser artículos de lujo muy cotizados. Si son manejados de esa manera creo que puede ser una gran idea, además que es una tendencia que si bien no es la preferida por las masas, es una buena alternativa para coleccionistas y también para gente que compra *CD* y los copia a su computadora, teléfonos o lo que sea y nunca los vuelve a escuchar.

**8. ¿Si se encontrara con un formato así... ¿qué le agregaría a la presentación física? De ser así, ¿lo cree necesario?**

Pues depende del fin para el que se lo haga, podría ser un *USB* bastante vistoso, con un diseño en el mismo dispositivo y estar lleno de contenidos digitales, lo cual es su gran ventaja. Por otra parte se le pueda agregar más cosas como folletos empaques etc. Lo cual simplemente lo volvería un artículo de lujo que mientras más cosas tenga más pueda llegar a costar.

**9. ¿Considera que un formato alternativo como un *USB* acompañado por un paquete especial de productos pueda competir con la venta *online*, la descarga gratuita y los formatos tradicionales?**

Más que competir creo que es una alternativa en la que el consumidor puede decidirse por una nueva forma de escuchar música que cumple con varias funciones como una presentación física y elementos digitales que no siempre vienen juntos, lo cual lo vuelven un artículo bastante completo y que quizás pronto sea más práctico que otros formatos.

**Anexo No.2: Fichas de observación**

**Tabla No.4**

| Ficha de observación   |    |    |
|--|----|----|
| Nombre del local:.....   |    |    |
| Ubicación:.....Ciudad: Quito   |    |    |
| Fecha:.....  |    |    |
| Tienda especializada en música rock y/o metal:   | SI | NO |
| ¿Cuentan con discos musicales en formato USB?  | SI | NO |
| Artista:   |    |    |
|  |    |    |
|  |    |    |
|  |    |    |
| Nacionalidad:  |    |    |
| Contiene presentación física adicional al USB: caja, folleto, artículos adicionales.               | SI | NO |
| ¿Contiene el USB archivos multimedia en su interior tales como fotos, videos animaciones Pdf, etc? | SI | NO |

**Fichas llenas:**

1. Ficha de Observación, Local “Marea Negra” ubicado en Centro Comercial El Recreo, Sur de Quito

| Ficha de Observación  |                                     |                                     |
|---|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Nombre del Local:.....Marea Negra.....  |                                     |                                     |
| Ubicación: C.C. El Recreo.....Ciudad: Quito SUR   |                                     |                                     |
| Fecha: 14/10/2014   |                                     |                                     |
| Tienda especializada en música rock y/o metal:  | <input checked="" type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO            |
| Cuentan con discos musicales en formato USB   | <input type="radio"/> SI            | <input checked="" type="radio"/> NO |
| Artista:  |                                     |                                     |
| Nacionalidad:   |                                     |                                     |
| Contiene Presentación física adicional al USB: caja, folleto, artículos adicionales.              | <input type="radio"/> SI            | <input type="radio"/> NO            |
| Contiene la USB archivos multimedia en su interior tales como fotos, videos animaciones PDF, etc. | <input type="radio"/> SI            | <input type="radio"/> NO            |

2. Ficha de Observación, Local "Studio 0" ubicado en Centro Comercial Espiral, Centro de Quito

| Ficha de Observación  |                                     |                                     |
|---|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Nombre del Local: <u>studio '0'</u>   |                                     |                                     |
| Ubicación: <u>C.C. Espiral</u> Ciudad: <u>Quito Centro</u>  |                                     |                                     |
| Fecha: <u>20/10/2014</u>  |                                     |                                     |
| Tienda especializada en música rock y/o metal:  | <input checked="" type="radio"/> SÍ | <input type="radio"/> NO            |
| Cuentan con discos musicales en formato USB   | <input checked="" type="radio"/> SÍ | <input type="radio"/> NO            |
| Artista:  | <u>Beatles (box)</u>                |                                     |
| Nacionalidad: <u>Inglaterra</u>   |                                     |                                     |
| Contiene Presentación física adicional al USB: caja, folleto, artículos adicionales.              | <input checked="" type="radio"/> SÍ | <input type="radio"/> NO            |
| Contiene la USB archivos multimedia en su interior tales como fotos, videos animaciones PDF, etc. | <input type="radio"/> SÍ            | <input checked="" type="radio"/> NO |

3. Ficha de Observación, Local “House of Rock” ubicado en Centro Comercial Espiral, Centro de Quito

| Ficha de Observación  |                                     |                                     |
|---|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Nombre del Local: <i>House of Rock</i>  |                                     |                                     |
| Ubicación: <i>C.C. Espiral</i> Ciudad: <i>Quito Centro</i>  |                                     |                                     |
| Fecha: <i>20/10/2014</i>  |                                     |                                     |
| Tienda especializada en música rock y/o metal:  | <input checked="" type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO            |
| Cuentan con discos musicales en formato USB   | <input type="radio"/> SI            | <input checked="" type="radio"/> NO |
| Artista:  |                                     |                                     |
| Nacionalidad:   |                                     |                                     |
| Contiene Presentación física adicional al USB: caja, folleto, artículos adicionales.              | <input type="radio"/> SI            | <input type="radio"/> NO            |
| Contiene la USB archivos multimedia en su interior tales como fotos, videos animaciones PDF, etc. | <input type="radio"/> SI            | <input type="radio"/> NO            |

4. Ficha de Observación, Local “Metal Center” ubicado en Centro Comercial El Caracol, Norte de Quito

| Ficha de Observación  |  |                                     |  |  |  |  |  |  |  |  |
|---|--|-------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Nombre del Local: <u>Metal Center</u> .....   |  |                                     |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ubicación: <u>C.C. El Caracol</u> .....   |  | Ciudad: <u>Quito</u>                |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Fecha: <u>26/10/2014</u> .....  |  |                                     |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Tienda especializada en música rock y/o metal:  | <input checked="" type="radio"/> SI  | <input type="radio"/> NO            |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Cuentan con discos musicales en formato USB   | <input type="radio"/> SI   | <input checked="" type="radio"/> NO |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Artista:  | <table border="1" style="width: 100%; height: 40px;"> <tr><td style="width: 50%;"></td><td style="width: 50%;"></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> </table> |                                     |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   |  |                                     |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   |  |                                     |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   |  |                                     |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   |  |                                     |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Nacionalidad:   |  |                                     |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Contiene Presentación física adicional al USB: caja, folleto, artículos adicionales.              | <input type="radio"/> SI   | <input type="radio"/> NO            |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Contiene la USB archivos multimedia en su interior tales como fotos, videos animaciones PDF, etc. | <input type="radio"/> SI   | <input type="radio"/> NO            |  |  |  |  |  |  |  |  |

5. Ficha de Observación, Local “Metal Center” ubicado en Centro Comercial El Caracol, Norte de Quito

| Ficha de Observación  |                                     |                                     |
|---|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Nombre del Local: <i>Other Side Cult</i>  |                                     |                                     |
| Ubicación: <i>C.C. El Caracol</i> Ciudad: <i>Quito</i>  |                                     |                                     |
| Fecha: <i>26/10/2014</i>  |                                     |                                     |
| Tienda especializada en música rock y/o metal:  | <input checked="" type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO            |
| Cuentan con discos musicales en formato USB   | <input checked="" type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO            |
| Artista:  | <i>Morbid Angel</i>                 |                                     |
| Nacionalidad:   | <i>Estados Unidos</i>               |                                     |
| Contiene Presentación física adicional al USB: caja, folleto, artículos adicionales.              | <input checked="" type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO            |
| Contiene la USB archivos multimedia en su interior tales como fotos, videos animaciones PDF, etc. | <input type="radio"/> SI            | <input checked="" type="radio"/> NO |

6. Ficha de Observación, Local “Metal Cuero” ubicado en Centro Comercial El Caracol, Norte de Quito

| Ficha de Observación  |                                     |                                     |
|---|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Nombre del Local: <i>Metal Cuero</i> .....  |                                     |                                     |
| Ubicación: <i>C.C. El Caracol</i> .....Ciudad: Quito  |                                     |                                     |
| Fecha: <i>01/11/2014</i> .....  |                                     |                                     |
| Tienda especializada en música rock y/o metal:  | <input checked="" type="radio"/> SI | NO                                  |
| Cuentan con discos musicales en formato USB   | SI                                  | <input checked="" type="radio"/> NO |
| Artista:  |                                     |                                     |
|   |                                     |                                     |
|   |                                     |                                     |
|   |                                     |                                     |
| Nacionalidad:   |                                     |                                     |
| Contiene Presentación física adicional al USB: caja, folleto, artículos adicionales.              | SI                                  | NO                                  |
| Contiene la USB archivos multimedia en su interior tales como fotos, videos animaciones PDF, etc. | SI                                  | NO                                  |



**Anexo No. 3: Focus group**

**Cuestionario**

**Aspectos generales.**

Hombre \_\_\_\_ mujer \_\_\_\_

Edad:

Estado civil:

1. ¿A qué estrato social pertenece?

Alto \_\_\_\_

Medio alto \_\_\_\_

Medio \_\_\_\_

Medio bajo \_\_\_\_

Bajo \_\_\_\_

**Tendencias de consumo**

2. ¿Qué tipo de música escucha?

Metal \_\_\_\_

Punk \_\_\_\_

Rock alternativo \_\_\_\_

Pop \_\_\_\_

Electrónica \_\_\_\_

Otra \_\_\_\_\_

3. ¿Qué es lo que le llama la atención de un grupo musical?

La música \_\_\_\_

Las portadas y el diseño de sus discos \_\_\_\_

Las letras de sus canciones \_\_\_\_\_

La actuación de la banda en vivo \_\_\_\_\_

4. ¿Considera usted que es importante la imagen visual para una banda?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5. ¿Dónde escuchó o conoció de la existencia de *Colapso*?

Radio \_\_\_\_\_

TV \_\_\_\_\_

Internet \_\_\_\_\_

Un concierto \_\_\_\_\_

Le contaron \_\_\_\_\_

No conoce a *Colapso* \_\_\_\_\_

6. ¿Del 1 al 5 cómo calificaría a la imagen que *Colapso* ha utilizado hasta el día de hoy?

1 \_\_\_\_\_ (Mala)

2 \_\_\_\_\_ (Regular)

3 \_\_\_\_\_ (Buena)

4 \_\_\_\_\_ (Muy buena)

5 \_\_\_\_\_ (Excelente)

7. ¿Qué le produce este tipo de presentación visual de *Colapso*?

Gusto \_\_\_\_\_

Miedo \_\_\_\_\_

Interés \_\_\_\_\_

Desapego \_\_\_\_\_

Inspiración \_\_\_\_\_

Otras \_\_\_\_\_

8. ¿Del 1 al 5 cómo calificaría a la nueva imagen que *Colapso*?

1 \_\_\_\_ (Mala)

2 \_\_\_\_ (Regular)

3 \_\_\_\_ (Buena)

4 \_\_\_\_ (Muy buena)

5 \_\_\_\_ (Excelente)

9. ¿Qué aspectos le han llamado más la atención de esta banda?

La portada de sus discos \_\_\_\_\_

Las letras de sus canciones \_\_\_\_\_

Los símbolos que utiliza \_\_\_\_\_

Los colores que utiliza \_\_\_\_\_

10. ¿Qué le parece la idea del disco de *Colapso* en *USB* con empaque especial y todo lo que pueda contener el mismo (*stickers*, botones, parches en tela, cancionero entre otros)?

Excelente \_\_\_\_\_

Muy buena \_\_\_\_

Buena \_\_\_\_\_

Mala \_\_\_\_\_

No sabe \_\_\_\_\_

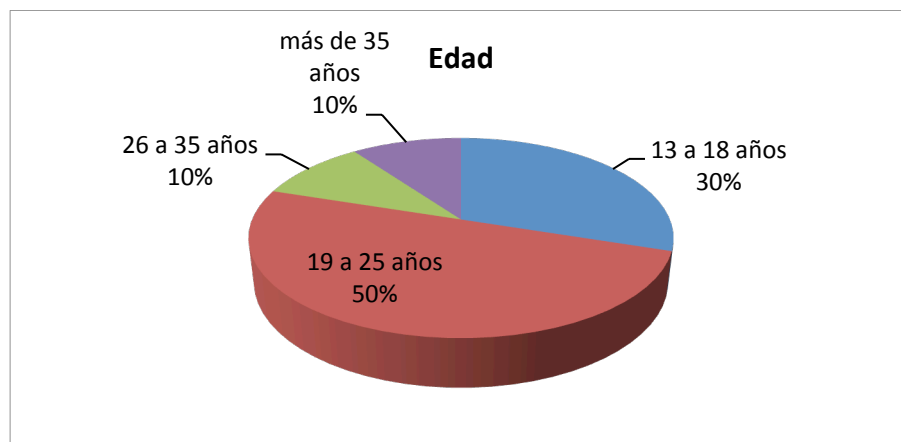
**Anexo No.4: Gráficos estadísticos de resultados del Focus group**

**Cuadro No.1**

**Fuente:** Resultados de encuesta del *focus group*

**Autor:** Diego Rojas

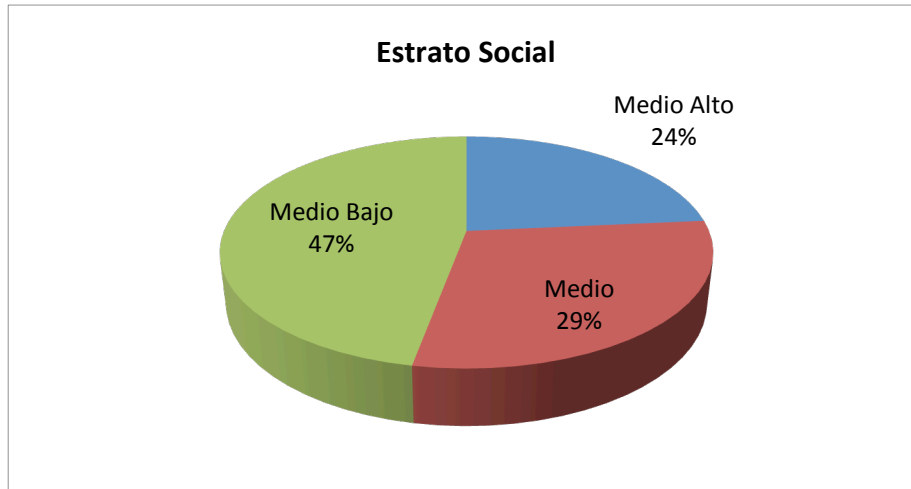
**Cuadro No.2**



**Fuente:** Resultados de encuesta del *focus group*

**Autor:** Diego Rojas

**Cuadro No.3**

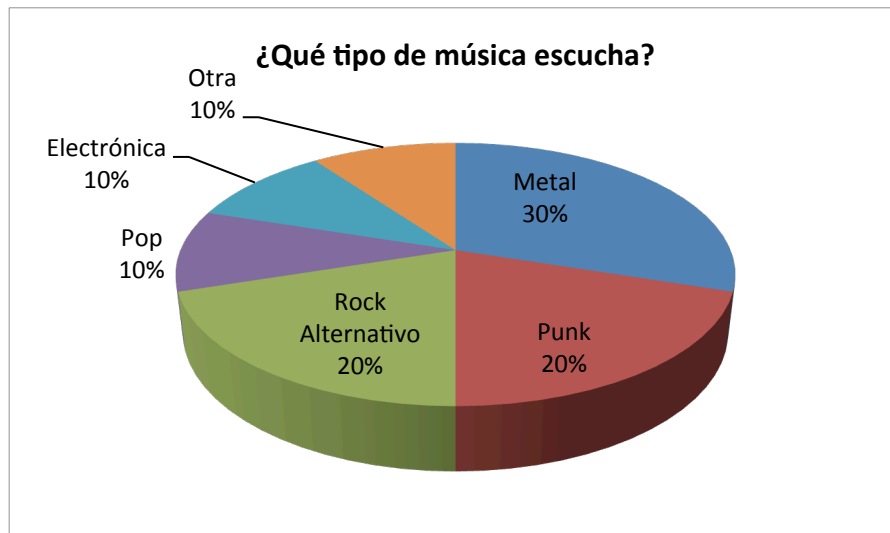


**Fuente:** Resultados de encuesta del *focus group*

**Autor:** Diego Rojas

## Tendencias de consumo

**Cuadro No.4**



**Fuente:** Resultados de encuesta del *focus group*

**Autor:** Diego Rojas

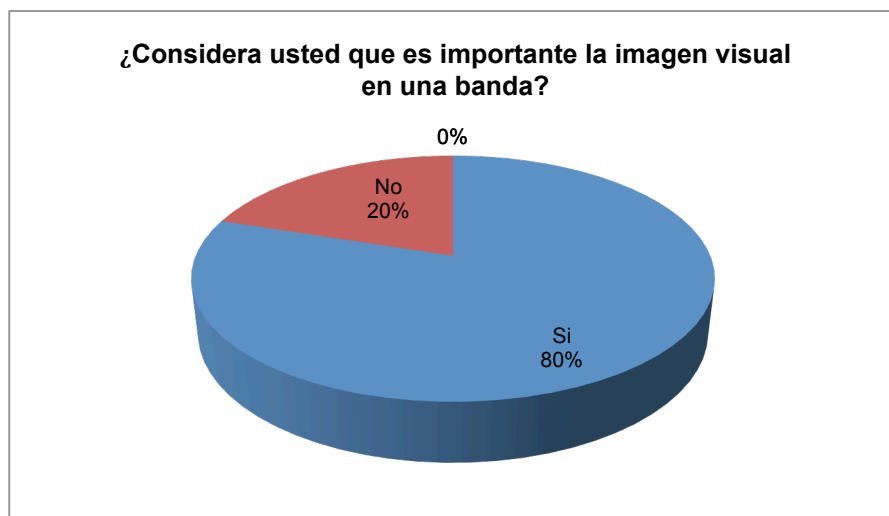
Cuadro No.5



**Fuente:** Resultados de encuesta del *focus group*

**Autor:** Diego Rojas

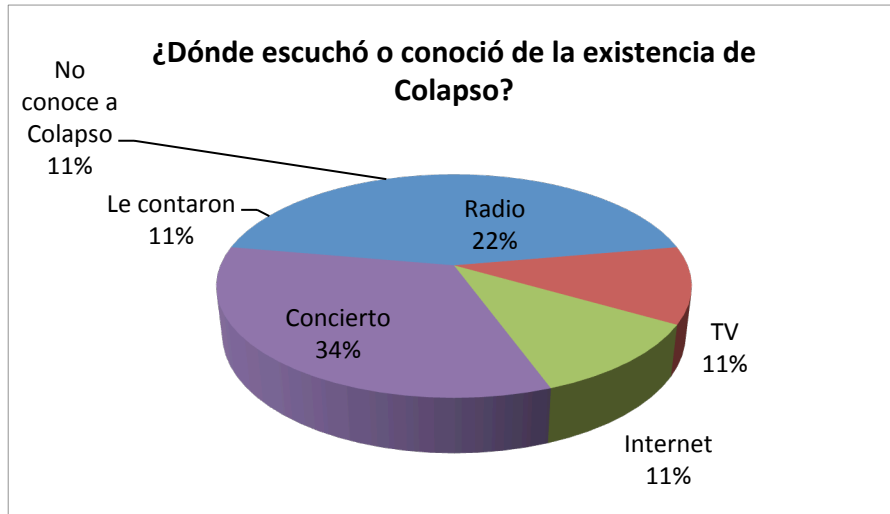
Cuadro No.6



**Fuente:** Resultados de encuesta del *focus group*

**Autor:** Diego Rojas

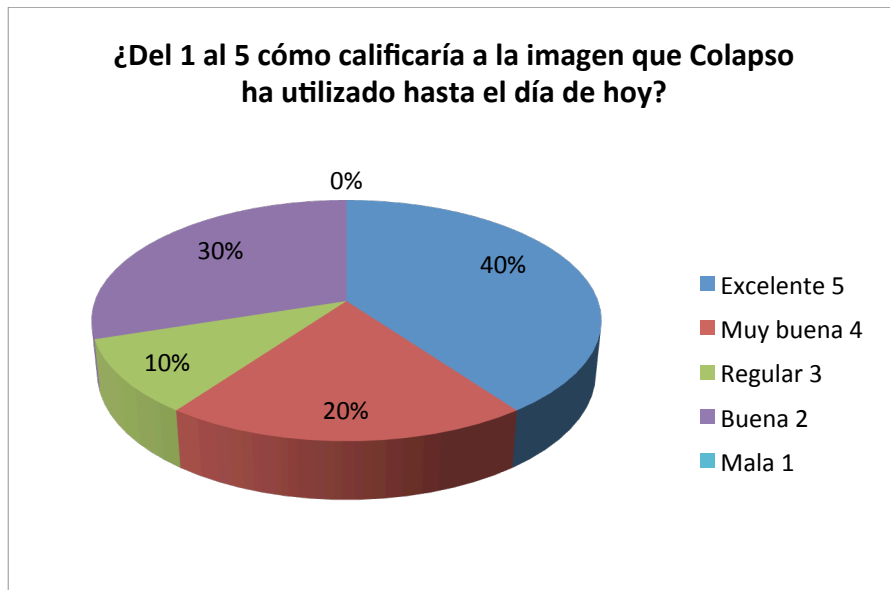
Cuadro No.7



**Fuente:** Resultados de encuesta del *focus group*

**Autor:** Diego Rojas

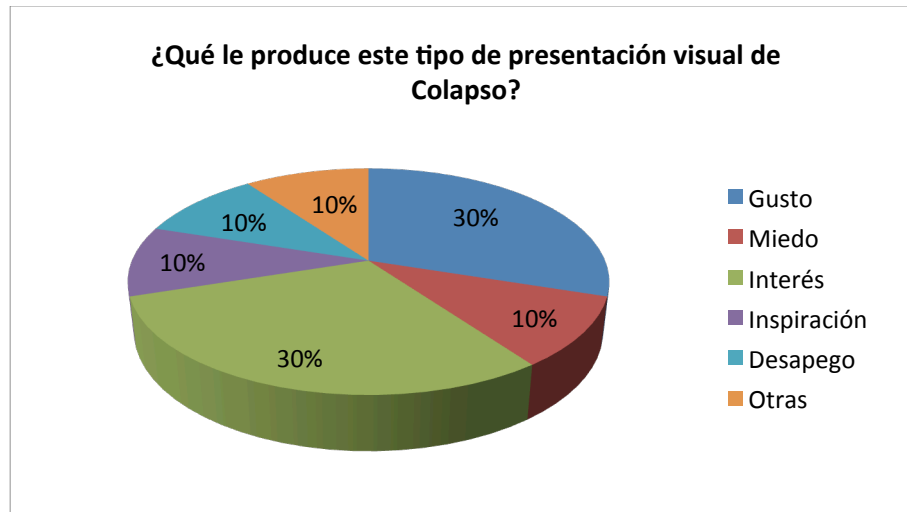
Cuadro No.8



**Fuente:** Resultados de encuesta del *focus group*

**Autor:** Diego Rojas

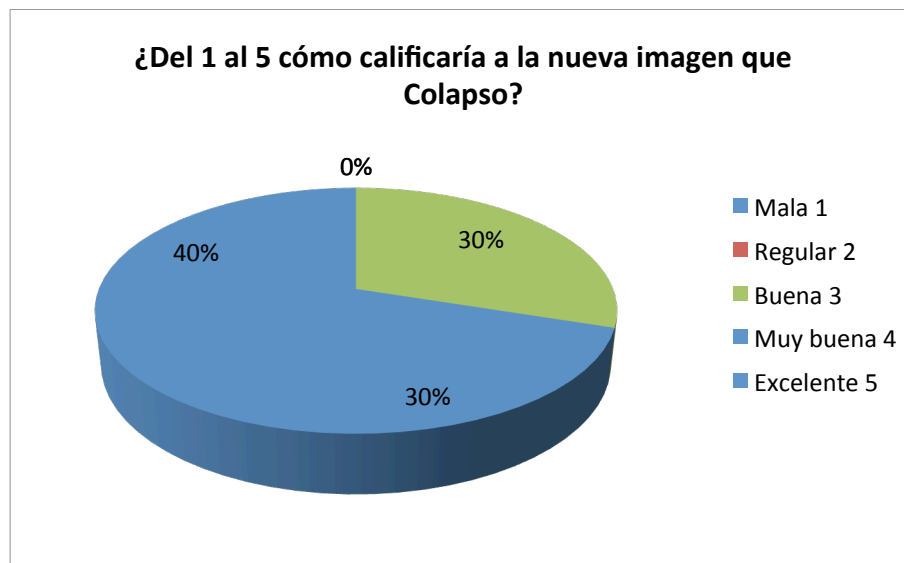
Cuadro No. 9



Fuente: Resultados de encuesta del *focus group*

Autor: Diego Rojas

Cuadro No.10



Fuente: Resultados de encuesta del *focus group*

Autor: Diego Rojas



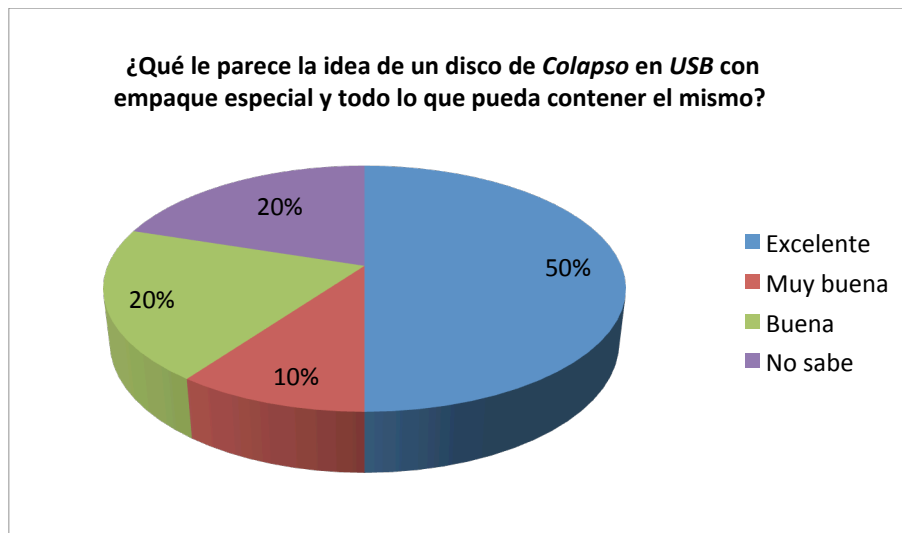
**Cuadro No.11**



**Fuente:** Resultados de encuesta del *focus group*

**Autor:** Diego Rojas

**Cuadro No.12**



**Fuente:** Resultados de encuesta del *focus group*

**Autor:** Diego Rojas

**Anexo No. 5: Fichas de validación del producto**

**DATOS DEL VALIDADOR**

Apellidos y Nombres: Santiago Andraek Torres

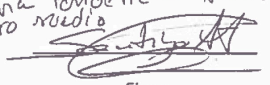
Cédula de Ciudadanía: 171089557-2

Perfil Académico: Ing. Diseño Gráfico Empresarial

Experiencia Laboral: 10 años de experiencia en el sector privado en más de 12 empresas de Diseño Gráfico y Multimedia, con experiencia como Director Creativo, Director Multimedia y comunicación

| INDICADORES   | MUY ADECUADO | ADECUADO | POCO ADECUADO | OBSERVACIONES |
|---------------|--------------|----------|---------------|---------------|
| CIENTIFICIDAD |              | X        |               |               |
| PERTINENCIA   | X            |          |               |               |
| ACTUALIDAD    | X            |          |               |               |
| APLICABILIDAD | X            |          |               |               |
| NOVEDAD       |              | X        |               |               |

Observación General En este proyecto se plantea una interesante alternativa para lanzar discos musicales, frente a una industria que ha decaído gracias al auge de la era digital y la transformación de los formatos, afectando fuertemente a músicos y disqueras en todo el mundo, si bien no sabemos si esta va a ser una tendencia masiva, tenemos una alternativa innovadora en nuestro medio

  
Firma

c.i. 171089557-2

**DATOS DEL VALIDADOR**

Apellidos y Nombres: Mullerstein Azula Oscar Martin

Cédula de Ciudadanía: 1711759076

Perfil Académico: Periodista comunicador y productor de contenido especializado en comunicación digital y gestión de comunicación.

Experiencia Laboral: medios impresos y digitales, radio, e imagen del país. compañero de comunicación.

| INDICADORES   | MUY ADECUADO | ADECUADO | POCO ADECUADO | OBSERVACIONES |
|---------------|--------------|----------|---------------|---------------|
| CIENTIFICIDAD |              | X        |               |               |
| PERTINENCIA   | X            |          |               |               |
| ACTUALIDAD    | X            |          |               |               |
| APLICABILIDAD | X            |          |               |               |
| NOVEDAD       |              | X        |               |               |

Observación General la propuesta es efectiva para fomentar la difusión de material de audio y multimedia sin costos muy altos

  
Firma  
c.i. 1711654076

**DATOS DEL VALIDADOR**

Apellidos y Nombres: Romero Salgado José Andrés

Cédula de Ciudadanía: 1710210079

Perfil Académico: Máster en Medios Digitales, B.A. en Interactividad y Comunicación, Animación Digital

Experiencia Laboral: Desarrollador, Diez años de experiencia en Desarrollo Web.

| INDICADORES   | MUY ADECUADO | ADECUADO | POCO ADECUADO | OBSERVACIONES |
|---------------|--------------|----------|---------------|---------------|
| CIENTIFICIDAD | X            |          |               |               |
| PERTINENCIA   | X            |          |               |               |
| ACTUALIDAD    | X            |          |               |               |
| APLICABILIDAD | X            |          |               |               |
| NOVEDAD       | X            |          |               |               |

Observación General El proyecto planteado en el presente trabajo explora temas importantes acerca de nuevas soluciones en la presentación y distribución de material discográfico.



Firma

c.i.171021007-9

**DATOS DEL VALIDADOR**

Apellidos y Nombres: Peter Tevezaca Pamela

Cédula de Ciudadanía: 1716262389

Perfil Académico: Ingeniera en Diseño Grafico

Experiencia Laboral: Diseño editorial, diseño corporativo, multimedia  
comunicación visual.

| INDICADORES   | MUY ADECUADO | ADECUADO | POCO ADECUADO | OBSERVACIONES |
|---------------|--------------|----------|---------------|---------------|
| CIENTIFICIDAD |              | X        |               |               |
| PERTINENCIA   |              | X        |               |               |
| ACTUALIDAD    | Y            |          |               |               |
| APLICABILIDAD | X            |          |               |               |
| NOVEDAD       | X            |          |               |               |

Observación General Propuesta novedosa que se aplica a las nuevas  
tendencias de tecnología y estabilidad, resabilidad en la  
industria musical.



Firma

C.I. 1716262389

**Anexo No.6: Bocetos**

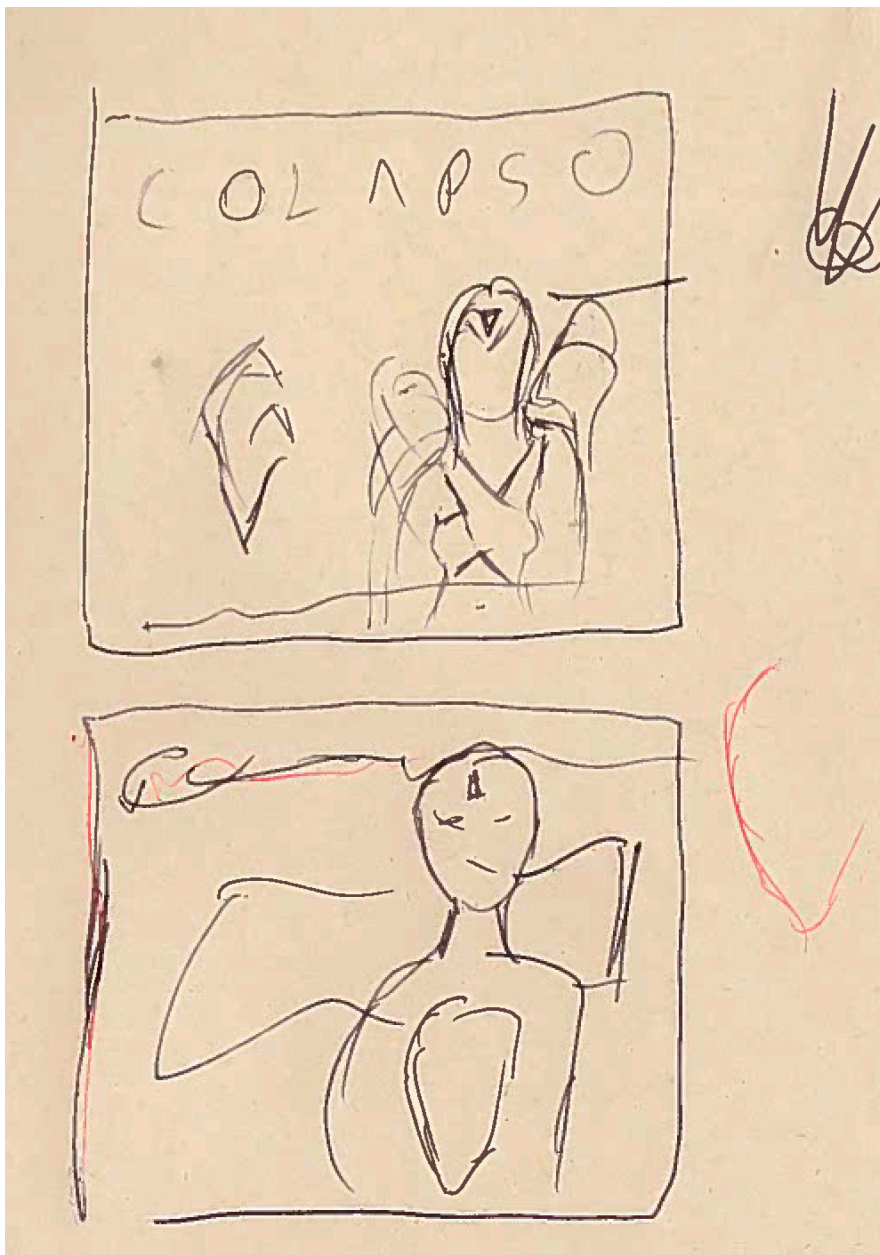
**Boceto 1. Logos y símbolos (Autor: Diego Rojas)**



**Boceto2. Logos, símbolos y artes generales del disco (Autor: Diego Rojas)**



**Boceto3. Portada (Autor: Diego Rojas)**





Boceto4. Empaque

