

ESTUDIO
JAGGUAR





ESTUDIO
JAGGUAR

Comunicación visual de bandas y artistas
musicales independientes de rock caleños.

Estudiante

Juan Felipe Martínez S.

Asesor

Carlos Dussan

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales
Departamento de Arte, Arquitectura y Diseño
Carrera de Diseño de Comunicación Visual

Pontificia Universidad Javeriana Cali
Santiago de Cali, Colombia

JAGGUAR

Nombre del Proyecto//

Estudio Jaguar

Proyecto Original//

Juan Felipe Martínez

Asesor//

Carlos Dussan Gómez

Dirección Creativa//

Juan Felipe Martínez

Diseño//

Juan Felipe Martínez

Fotografías//

Juan Sebastián González

Cortesía



Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin autorización escrita de los titulares del Copyright, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción, total o parcial, de esta obra por cualquier medio o procedimiento, el tratamiento de informática y la distribución pública.

Este trabajo esta dedicado a
Raul Martínez & Rosa María Sandoval

Agradezco a mi familia, a mi asesor, a mis amigos y mis maestros, quienes influyeron de manera importante para mi formación profesional, gracias.



CONTENIDO

<i>Introducción_</i>	11
<i>Justificación_</i>	13
<i>Contexto de la Necesidad_</i>	15
<i>Audiencia_</i>	17
<i>Objetivos_</i>	19
<i>Estado del Arte_</i>	21
<i>Fuentes de Inspiración_</i>	25
<i>Benchmarking_</i>	27
<i>Métodos, Técnicas y Herramientas_</i>	31
<i>Requerimientos de Diseño_</i>	35
<i>Desarrollo del Producto_</i>	37
<i>Descripción Final del Proyecto_</i>	41
<i>Conclusiones_</i>	59
<i>Referencias_</i>	61



INTRODUCCIÓN



EL SIGUIENTE PROYECTO, MÁS QUE UN TRABAJO DE GRADO ES UNA respuesta a una necesidad, a un vacío el cual a su vez se convierte en una oportunidad, que hay en la comunicación visual de las bandas y artistas musicales independientes de la ciudad, con la base de la motivación personal y el amor a la música y a los proyectos musicales y la escena independiente rock de la ciudad de Cali. A lo largo de la investigación se dará cuenta de la importancia del diseño dentro de la industria musical, al igual que el auge de proyectos musicales sólidos y profesionales en la ciudad y el crecimiento constante de una escena rock la cual estaba subvalorada en el país. Cali cada vez si esta convirtiendo en una metrópolis mas importante la cual esta en búsqueda de proyectos que puedan exponer la identidad y diversidad que hay en la ciudad y así poder apropiarse de ella y siendo medio para la visibilización de esta. Desde el diseño se puede generar la manera de traducir visualmente el mensaje que cada artista quiere comunicar y lo que este quiere expresar, así generando todo un sistema de comunicación congruente por medio de distintos canales potenciando cada artista y asimismo a la escena independiente de la ciudad.



JUSTIFICACIÓN



UNO DE LOS PROBLEMAS MAS GRANDES QUE tienen las bandas caleñas, principalmente las independientes las cuales son mayoría, es que no le dan la importancia pertinente y merecida que el diseño tiene en la música, se preocupan mucho en la creación de sus canciones, las letras, su destreza como músicos, el lugar de grabación, sus redes sociales y su limpieza a la hora de tocar en vivo pero al diseño y a la comunicación visual de ellos lo dejan en segundo o tercer plano tanto que muchos de ellos sin tener formación ni conocimiento de diseño manejan su imagen visual empíricamente.

Esto es un error pues para las bandas el diseño cumple una función primordial pues es su medio visual y grafico por el cual se identificaran y destacaran ante la sociedad, el publico reconoce a una banda por su música y por sus presentaciones en vivo igualmente por su marca y sus piezas graficas como volantes, redes sociales y sus discos y este conjunto de elementos es la imagen colectiva de dicha banda la cual se crea en el imaginario de las personas a las cuales quieren llegar. Esta imagen visual es construida por el diseñador quien debe interpretar múltiples factores los cuales definen la identidad de una banda como lo es su personalidad, su estilo musical y su ideología, las cuales mediante un buen

proceso de interpretación se traducen en un lenguaje visual el cual por medio de distintas piezas graficas las cuales representan, promocionan y difunden a dicha banda.

En la ciudad son pocos los diseñadores y/o estudios de diseño los cuales trabajan con bandas y artistas de la ciudad y no hay uno solo que se dedique 100% a desarrollar proyectos de identidad visual y comunicación para bandas y para la industria de la música local y por esto no dan abasto y no hay un punto de referencia y de toma de conciencia por parte de las bandas, como si los hay en distintas partes del país, del continente y del mundo, como ejemplo nacional tomo Bogotá que en los últimos años han nacido estudios de diseño y diseñadores como Fluxus Visual, José Berrio y Vrasil Studio y gracias a esto se ha evidenciado el crecimiento y toma de conciencia por parte de las bandas y artistas de la importancia que tiene el diseño en sus proyectos.



CONTEXTO DE LA NECESIDAD



CALI ES UNA CIUDAD CON GRAN RIQUEZA musical, aunque ha sido reconocida grandemente por sus exponentes en el género de la Salsa principalmente a nivel nacional y continental es una ciudad en donde hay excelente Rock y grandes bandas, artistas y músicos los cuales lo interpretan de manera excepcional y quienes tiene la capacidad de llegar a obtener reconocimiento a nivel nacional e internacional como ya lo han logrado agrupaciones como *Kronos*, *Superlitio*, *Desnudos en Coma*, *Blunt*, *Mondei*, *Cirkus Funk*, *Electric Sasquatch*, entre otras. La escena rock alternativa de Cali ha ido creciendo y consolidándose mas con el pasar de los años esto se ha evidenciado con la aparición de festivales como el *Festival Unirock*, *Festival Calibre*, *Festival Sultana* y *Festival Cusumbo*, con la venida de bandas y artistas nacionales e internacionales reconocidos como *Zoe*, *Babasonicos*, *Cultura Profética*, *Bomba Estereo*, *Robi Draco*, *Caloncho*, *Miami Horror*, cosa que era imaginable en la ciudad y que no pasaba desde el sublime concierto de *David Gilmour* vocalista de la legendaria banda *Pink Floyd* lo cual fue un hecho casi histórico, también con la aparición de lugares y espacios que dan lugar para este genero como *Mikasa Bar* y *Bourbon St.* al igual que con la aparición de estudios de grabación, pequeños sellos

disqueros y promotoras de artistas. Pero lo mas importante es que en los últimos años nacen mas bandas en Cali con propuestas serias, solidas y contundentes las cuales les dan nivel a artistas de gran talla y varias estas bandas ya han logrado tener un reconocimiento a nivel nacional y algunas internacionalmente lo que ha posicionado nuevamente a Cali como una ciudad importante para la escena rock nacional y es por esto que se ha visto a la ciudad como un espacio importante al cual vale la pena ponerle cuidado y estar pendiente de lo que sucede de los artistas que aquí nacen. El logro de todo esto se ha dado en gran parte gracias a las bandas pues son estas las que representan a Cali y a la escena local ante el resto de la sociedad y es por esto que es importante que estas tengan una propuesta solida y profesional tanto lo musical como su imagen pues son estos dos factores por los cuales la sociedad las reconocerá, identificara y recordara en su imaginario.

Como mencionado anteriormente en Cali en los últimos años se han creado estudios de grabación, pequeños sellos disqueros, promotoras, espacios culturales, y mas los cuales han ayudado al desarrollo las bandas y artistas pero en la ciudad no hay un estudio o diseñador que se especialice y enfoque su trabajo en el diseño para

bandas dejando este nicho desatendido y dificultando el desarrollo de este. En un análisis que se hizo de una muestra de **25 bandas** de rock activas en la ciudad se identifiqué que de estas de las bandas 9, las cuales representan el **36%**, tienen una identidad visual sólida y congruente y de las 25 solo 4, es decir el **16%**, desarrollaron desde su creación dicha identidad visual. De estas bandas que si cuentan con una identidad visual sólida desarrollada por un diseñador profesional la mayoría la desarrollaron con el tiempo y años de haber sido creada la banda pues fue con el tiempo que entendieron de la importancia del diseño en su proyecto musical. Esto se ha dado puesto que las bandas al dar más importancia a cosas como la grabación y su puesta en escena y por ende relegar el diseño a un segundo plano dejan la imagen visual de sus proyectos a amigos o en muchas ocasiones un integrante de la banda se encarga de ello así dando resultado a una identidad visual deficiente e incongruente.

Bogotá, ciudad capital, se ha destacado como la ciudad bandera o la ciudad principal de la escena rock nacional y esta cuenta con varios estudios de diseño especializados en el diseño para bandas como lo son *Fluxus Visual*, *José Berrio* y *Vrasil Studio* esto ha ayudado a que las bandas y artistas musicales capitalinos tengan un acceso más fácil al diseño enmarcado en la industria musical y ha ayudado a que estos tomen consciencia de la importancia de este, por esto el índice de artistas y bandas con una identidad visual sólida y congruente es alto y cada vez más las bandas emergentes crecen desde su nacimiento de la mano con el diseño pues ven que la competencia y la demanda de diseño es alta y esto también

ha ayudado a que las bandas y artistas crean en el trabajo nacional y no busquen un estudio o un diseñador extranjero. En una revisión que se hizo de los estudios de diseño en Cali se pudo observar no hay un solo estudio que se especialice en el diseño para la industria musical y menos en bandas, la gran mayoría dedica su trabajo a clientes corporativos y comerciales y solo unos cuantos han realizado trabajos con bandas y artistas musicales pero no es su foco ni están dispuestos a dedicarse a atender este nicho. En el 2010 se creó un estudio en Cali llamado *Metacosmos* el cual se dedicó a realizar identidad visual, fotografía y videos para bandas y artistas y en su corta vida trabajó con varios artistas caleños como *Mondej*, *Capzula*, *Young Cassanova*, *Small Town Hero* y *Deborah Gers*, el cual tuvo gran impacto y acogida por parte de las bandas de Cali pues era el único estudio dedicado a eso, sus creadores migraron por razones personales a Bogotá y por sus estudios y otros proyectos el estudio no continuó y mutaría después a lo que hoy es *Vrasil Studio*, pero en su casi efímera trayectoria hizo notar la falta y el hueco que hay en la ciudad para este nicho y la necesidad que hay de una organización que pueda suplir esta.

AUDIENCIA



Para determinar la audiencia se tomo un listado de las bandas de rock y derivados que se han presentado en los últimos 3 años a los dos festivales más importantes de la ciudad de Cali que son el *Festival Calibre* y el *Festival internacional Unirock* al igual que la base de datos de *Mikasa Bar* sitio el cual es un pilar importante para la escena rock de Cali pues brinda espacios para estas bandas como “*Rock Al Patio*”, su mas reciente *festival Sultana* y tiene una promotora Sonorama DC la cual se ha encargado de traer artistas como *Babasonicos, Zoe, El Cuarteto de Nos, Bomba Estéreo*, y mas. Por otra parte se hizo un estudio de los pequeños festivales y conciertos independientes que se han realizado en el último año todo esto para realizar un sondeo y determinar las bandas que se encuentran activas en la ciudad de Cali.

Se definió que la audiencia a la cual se dirigió el proyecto serian bandas y artistas caleños locales activos con trayectoria **(A)**, las emergentes o con poca trayectoria **(B)** y las que se encuentran en proceso de creación o que serán creadas a futuro **(C)**, principalmente independientes y los cuales se encuentran dentro de los géneros rock/alternativo/indie, esto para cubrir este nicho el cual esta desatendido en la ciudad y esta creciendo y consolidándose

cada vez mas al igual que visibilizándose nacional e internacionalmente y por esto se tomo esto como una oportunidad también. Se identifico que la audiencia objetiva se dividía en dos grupos principales.

El primero **(A)** son las bandas activas de la ciudad que ya llevan un recorrido musical extenso o mediano, estas ya han sacado al menos un LP (larga duración) y un video musical y llevan ya cierta trayectoria dentro de la escena local y/o nacional, este grupo de bandas y artistas en la mayoría de casos ya tienen una personalidad, estilo musical definido al igual que un característico o distintivo. El segundo grupo **(B)** consta de aquellas bandas o artistas emergentes o nuevos los cuales tienen una corta trayectoria dentro de la escena local, estas bandas aun están en proceso de exploración de su personalidad e identidad musical generalmente y probablemente han sacado un EP o apenas se están proyectando para su primer larga duración. Por ultimo, el tercer grupo **(C)** lo conforman aquellas bandas y artistas que aun están en proceso de creación o que serán creados en un futuro, son aquellas que aun se encuentran ensayando con la idea de pronto sacar su primer trabajo musical y darse a conocer ante la sociedad o también aquellas propuestas que son apenas una idea en conjunto.

Las personas que se encuentran en las bandas de todos los tres grupos mencionados anteriormente son de edad variada al igual que de genero pues en una misma banda las edades, sexo y/o orientación sexual varían, aunque la mayor cantidad de integrantes de dichas bandas se encuentran entre los 21 a 30 años de edad. Son de nivel socioeconómico variado pero principalmente se encuentran entre los estratos 3 a 6. Son personas amantes de la música quienes buscan en ella un estilo de vida más que un hobby. Asisten a diversos eventos culturales, es general encontrarlos en conciertos y demás sitios de entretenimiento en los cuales el rock sea su protagonista. Están vinculados directa e indirectamente con entidades que hacen parte de la escena rock local como estudios de grabación, festivales, tiendas de discos, ensayaderos, bares, y otras bandas.

OBJETIVOS



Objetivo General_

Crear un estudio de diseño que se enfoque y especialice en el nicho de la industria musical rock caleña.

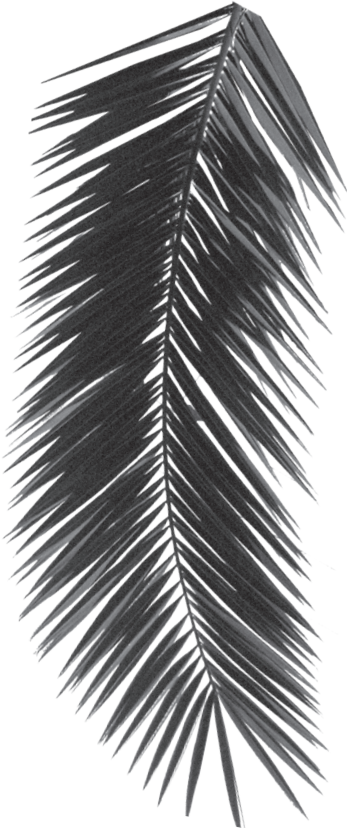
Objetivos Específicos_

Identificar el contexto de diseño en el cual esta enmarcada la problemática

Definir y desarrollar un sistema de identidad visual integral.

Plantear una estrategia de comunicación y difusión para el estudio.

Definir una metodología de trabajo para el estudio, probarla y pilotearla con el grupo musical *Tropicana Club*.



ESTADO DEL ARTE



Música_

LA MÚSICA ES UNA MANIFESTACIÓN SONORA producida por el hombre como modo de expresión y comunicación natural de este. Esta expresión artística sonora existe desde siempre pues es algo que viene inherente en el ser humano la cual nace de la necesidad que tiene el hombre de poder comunicarse y expresarse. De acuerdo a la postura de Rubén Gómez Muns esta manifestación artística contribuye a la construcción social de la realidad y cumple una función identitaria en las personas al igual que implica a la gente en experiencias compartidas, es decir que este genera un universo simbólico el cual sirve como referencia para que grupos de personas puedan identificarse con él, como menciona *Gómez Muns* "... pretendo mostrar la capacidad que tiene la música para abarcar significados y significantes de un holos total que tiene que sirve como elemento identificador". El ser humano tiene la necesidad de identificarse de alguna manera, ya sea por raza, lengua, cultura, culto, etc, y esta necesidad se refleja en la música como espejo de lo que se acepta y de lo que se rechaza.

La organización musical se basa en tres grandes componentes que son la melodía, la armonía y el ritmo, estos basados y regidos por teorías musicales escritas en un lenguaje propio y universal el cual no tiene

fronteras y tiene la capacidad de tener un contacto permanente con otras músicas. Cuando se une un grupo de personas con un objetivo en común de componer e interpretar música da como resultado bandas o grupos musicales los cuales cuentan con conocimientos de teoría musical ya sean adquiridos por medio de la academia o de manera empírica. Una banda es el resultado de la unión de dos o más personas transmiten una interpretación propia a través de la voz y de instrumentos musicales, cada uno de estos grupos tiene su propia manera de interpretación al igual que elementos particulares, ningún grupo es igual todos son diferentes puesto que cada uno está compuesto por cosmovisiones y características singulares las cuales cada integrante aporta, es muy importante entender cuáles de estas características sirven como punto de partida para entender dicho grupo.

Diseño_

Según *Frascara* (2008) la palabra Diseño hace referencia al proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de elementos con objetivo de realizar objetos comunicacionales visuales. El Diseño Gráfico se encarga de estudiar y solucionar problemas de comunicación visual estableciendo un contacto visual receptivo entre un destinatario y un desti-

natario así creando un dialogo por medio de formas visuales las cuales determinan cierto mensaje, cabe aclarar que el diseño no es el producto ni el mensaje sino el proceso, aclarando esto podemos entender que la función del diseño es comunicar, esto se logra con planificación y el proceso de creación y elaboración en el cual el diseñador traduce el objetivo o propósito en un mensaje o producto.

El trabajo del diseñador radica en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes, a diferencia del artista este no es normalmente la fuente de los mensajes que comunica sino su intérprete. Un buen diseño es la mejor expresión visual de algo lo cual se logra buscando la mejor forma posible para que ese algo sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente, para esto el diseñador requiere de una formación técnica y académica al igual que un sentido creativo para combinar formas visuales y poder hacer una interpretación acertada de ese algo.

El proceso de comunicación consiste en la relación de un dialogo entre un destinador y un destinatario, el diseñador posibilita la interacción entre ellos por medio de la interpretación del mensaje con el fin de que el destinatario perciba y comprenda el dicho mensaje a través de los medios visuales usados por parte del diseñador. Según *Joan Costa* el proceso de comunicación visual se compone por la relación entre el usuario del diseño, el diseñador y el destinatario que se refiere el publico consumidor los cuales juntos constituyen un sistema independiente y un proceso de comunicación e interacción entre si mismos.

Diseño & Música

El diseño juega un papel de vital importancia en la relación con bandas y artistas musicales pues es el medio para traducir las sensaciones y emociones de la música en un lenguaje visual, tipográfico y grafico y construye la imagen de ellos como representación para la sociedad. La música como el diseño son medios de comunicación lo cual es algo a valorar y a destacar pues hace que el trabajo de ambas disciplinas en conjunto logre una comunicación mas fuerte y efectiva, se trata de transmitir un mismo mensaje por medios distintos. Las bandas y cualquier otro artista musical tienen necesidades y requerimientos muy similares a los de cualquier tipo de organización y por esto muchas veces son enfocados y valorados de igual manera que a una organización lo cual es un error puesto que por parecidas sean las necesidades de ambas el diferencial yace en que una banda producen obras musicales y esta condición es la singularidad y lo que marca la diferencia con las demás áreas del diseño sin importar de que el proceso y las etapas del proyecto de diseño sean muy parecidas. Existen diversas bandas y artistas musicales que comparten y se enmarcan en géneros y estilos musicales similares pero cada uno de ellos tiene un conjunto de atributos propios los cuales los diferencia del montón y es trabajo del diseñador identificar dicha singularidad. Por esto, en el diseño para bandas y artistas musicales el diseñador debe poder realizar una buena interpretación de varios factores que definen la identidad de las bandas como lo son su personalidad, su estilo musical, su ideología y sus intenciones, estas características mediante un buen proceso de interpretación son traducidas

por el diseñador en un lenguaje visual el cual por diversos medios actúan como elementos representativos y reconocibles de las bandas.

Cuando se construye la imagen para una banda se trata de crear un concepto de identidad para esta la cual se desglosa sobre diferentes medios difusores lo cual permite que la imagen visual que la representa se extienda, identidad entendida como atributos y/o características que definen o hacen singulares a las cosas y a los seres, gracias a estas el hombre puede distinguirlas y almacenarlas en su memoria. Esto es muy importante pues el crear la imagen de una banda o grupo musical no se queda en crear una marca, en desarrollar el diseño de la caratula del álbum ni en crear todas las piezas de difusión y promoción sino en desarrollar un concepto el cual dará una identidad singular y diferencial a dicha banda y esto abarca desde las piezas convencionales como el diseño de caratula y marca hasta su puesta en escena, su vestuario, actitud, tono de comunicación, elementos audiovisuales, y mas recursos los cuales, al ser congruentes, generan un impacto mayor y destacan mas a las banda del montón. Por esto es de gran importancia la interacción continua entre la banda y el diseñador y que este se encuentre presente en todos los procesos del desarrollo del proyecto de manera que pueda conocer a profundidad la personalidad, propósito e intenciones de la banda.

Según *Alejandro Ros*, el diseñador grafico más importante en diseño de portadas de discos en Latinoamérica: El ideal es empezar a trabajar con el artista cuando todavía está componiendo, unos tres

meses antes de salir el disco. Ahí escucho demos, voy a ensayos, recitales, y paso tiempo con ellos para llegar a la primera idea... Es una relación muy cercana e intensa la que se necesita dar con ellos. (Ros, 2004, p. 4)

A diferencia de la mayoría de las organizaciones las bandas y grupos musicales evolucionan, crecen y maduran de manera más rápida y con cambios más drásticos y esto proporciona una evolución y maduración en su diseño también, es un elemento vivo puesto que implica a gente en experiencias compartidas y constituye un universo simbólico el cual puede retroceder y proyectarse en el tiempo.

Gómez Muns afirma: La música al ser expresión de este todo es capaz de instaurar una memoria colectiva en relación con el pasado; de cara al futuro establece un marco de referencia para la proyección de acciones, sueños y aspiraciones; y respecto al presente indica los límites donde los miembros del grupo pueden aplicar sus capacidades cognitivas.

Historia del Diseño en la Industria Musical

La portada de discos moderna nace en 1939 con *Alex Steinweiss* quien propuso a la reconocida disquera Columbia traducir todos los elementos musicales de sus artistas en elementos gráficos y visuales, *Steinweiss* también invento el embalaje o packaging de cartón para proteger vinilos que actualmente se utiliza, pero el diseño discográfico nace con la música clásica pues ya se comercializaban partituras de estas con caratulas características. Antes de esto los discos se comercializaban

en fundas de papel dentro de unas cajas llamadas álbumes como los de fotografía, por esto las portadas eran muy similares entre si y lo que se reconocía y resaltaba era la discográfica mas que al artista. Las primeras portadas creadas por *Steinweiss*, basadas en la ilustración, fueron muy reconocidas por el publico siguiendo la premisa de traducir los contenidos musicales del artista de manera visual genero un impacto tan importante que las demás discográficas empezaron a reconocer el poder de la imagen y empezaron a contratar diseñadores gráficos los cuales fueron pioneros de dicha área.

La siguiente década llegaría la dicción entre el arte y el negocio, lo puro y lo comercial, en decidir si la música sería dirigida para grupos reducidos o masas, calidad frente a cantidad. Con el nacimiento del Rock y su influencia impactante en la sociedad empujo la industria musical hacia el marketing y al cambio de rol de músico a ídolo. Las ventas aumentaron y la música popular se convirtió socialmente relevante pero también comienza el uso vagamente comercial y publicitario de las portadas de discos los cuales recalcarían la marca de los artistas lo cual satisfacía perfectamente las necesidades comerciales. Por otro lado el Blues y el Jazz generaban un lenguaje visual único con una visión moderna del diseño más atrevida y vanguardista pues se centraban en el mensaje a comunicar, en transformar la música de los artistas acertadamente en un lenguaje visual congruente y no en satisfacer a las masas publicitarias. Con el pasar de los años y la llegada de los 60's y 70's llego la experimentación con materiales y formatos, la industria evoluciono desarrollando el merchandising* en

donde ya las posibilidades de diseño se abrieron y se empezó a pensar en un sistema de identidad que pudiera reproducirse en distintos medios y canales.

Después de los 80's el mercado empezó a cambiar de manera más rápida y el diseño estuvo en crisis pues como dice la frase celebre el video mato a las estrellas de radio. Con la aparición del video, la fotografía, televisión musical, los cambios de formatos de vinilo a cassette a CD y por ultimo la aparición del disco digital, el cual es un formato estándar en la industria actualmente, ha empujado a la industria musical a buscar un nuevo modelo de negocio para subsistir y por esto a esta le toca estar en constante mutación. Por lo que se refiere al diseño discografico, a pesar de todos estos cambios, siempre existirá una necesidad de recibir información visual relacionada con la música, ahora el diseño se ha convertido en uno de los valores añadidos para la industria en su intento de contrarrestar la piratería, como dijo *David Carson* "con frecuencia compro los discos por las portadas... a veces vale la pena". Por esto se han abierto nuevas posibilidades y el diseño en esta área ya no se limita al diseño de portada de discos o al diseño de logos para bandas sino en generar un sistema visual integral para ellas en donde esa identidad singular que los artistas tienen sea traducida en un lenguaje visual por distintos medios como portadas de discos, vestuario, videos, fotografía, puesta en escena, y un sinfín de distintas posibilidades.

FUENTES DE INSPIRACIÓN



PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO FUE fundamental analizar referentes de diseñadores y estudios de diseño, tanto nacionales como internacionales, los cuales han dedicado su trabajo o gran parte de el a el diseño para bandas, artistas y para la industria musical logrando así gran impacto en este campo del diseño como también en la industria de la música en general, al igual que identificar como fue su proceso y como ellos abordaron el problema y necesidad el cual este proyecto abordó.

Peter Saville_

Es un diseñador gráfico nacido en Manchester Inglaterra conocido por su trabajo diseñando portadas de discos para *Factory Records*, disquera de la cual era director artístico y fundó junto a *Tony Wilson, Rob Gretton, Martin Hannett y Alan Erasmus*. *Saville* diseñó portadas de discos para bandas de gran talla y trayectoria internacional como *Joy Division, New Order, Roxy Music, Happy Mondays, King Crimson*, entre muchas otras más. Después de conocer a *Tony Wilson* y de realizar el diseño de un poster para *Factory Records* (FAC. 1), *Saville* se asoció con este y entró a ser parte fundamental de *Factory Records* siendo el director de arte de todas sus bandas y demás proyectos. Se resalta de este su excelente trabajo y como fue una ficha importante para revolucionar

el diseño de las portadas y packaging de discos pues no solo plasmaba de manera congruente toda la personalidad y esencia de la banda y el sonido del disco de manera gráfica en sus portadas en el packaging no convencional que este proponía. También por ser parte vital a la hora de lanzar un proyecto para *Factory Records* pues para estos el diseño fue tan importante como la grabación y promoción de los artistas cosa que los caracterizó y destacó tanto en su manejo de bandas como en sus diferentes proyectos.

Vrsil Studio_

Estudio de diseño dedicado a desarrollar proyectos de identidad visual para bandas y artistas, creado en el 2015 por 4 caleños establecidos entre Bogotá y Barcelona. Han trabajado con bandas de gran talla y recorrido como *Superlitio, The Mills, Desnudos en Coma, Diva Gash, Juan Pablo Vega, Manuel Medrano, Sanalejo, Mike Bahia*, entre otros. Fue creado por *Armando Mesias*, artista y diseñador caleño, junto a un grupo de creativos que son *Jean Paul Egred, Camilo Paredes y Andres Beltran*, estos ya habían llegado a abordar proyectos de comunicación visual para bandas y artistas de manera individual o en conjunto pero fue en el 2015 que oficializaron el estudio y quisieron hacer de esto su trabajo de vida.

Nace como resultado a muchos años de intentar trabajar para este nicho y por el amor inmenso que los integrantes del estudio le tienen a la música y a los proyectos nacionales. Se rescata de este proyecto la rapidez con la cual se han logrado posicionar en Colombia, y ahora en España, y sus estrategias de difusión y comunicación, convirtiéndose en el estudio de diseño más importante a la hora de realizar proyectos de identidad visual para bandas y artistas del país trabajando así con los artistas nacionales más grandes e importantes, al igual que su pasión por trabajar por los proyectos musicales colombianos.

Fluxus Visual

Estudio de diseño creado en el 2012, establecido en Bogotá D.C. Trabajan en dirección de arte, diseño, fotografía y video para bandas y artistas. Han trabajado con artistas mayormente de Bogotá pero muchos de ellos han tenido reconocimiento internacional como *Telebit*, *Pedrina* y *Rio*, *Alojaguar* y *Aguasala*. *Fluxus Visual* fue creado por *Daniel Francisco Acosta* diseñador bogotano y vocalista y fundador de la banda capitalina *TELEBIT*, este estudio nace del proyecto de grado de Acosta y también por su pasión por la música. De este proyecto se rescata que nació también como un proyecto de grado y una decisión de emprender al igual que como una solución a una problemática encontrada en su momento en la ciudad de Bogotá como la que existe ahora en Cali, también por el hecho de que Acosta, su creador, también hace parte de la audiencia objetivo por la cual fue creada el estudio y por esto le da una visión más amplia a la hora de abordar los proyectos.

Alejandro Ros

Diseñador gráfico nacido en Tucumán Argentina, ha dedicado gran parte de su trabajo al diseño de portadas de discos en el cual ha tenido la oportunidad de trabajar con unos de los artistas y bandas más importantes de América como *Soda Stereo*, *Gustavo Cerati*, *Babasonicos*, *Fito Páez*, *Spinetta*, *Illya Kuryaki and the Valderramas*, *Julieta Venegas*, *Vicentico*, entre otros más, y con los cuales ha tenido la oportunidad de ser nominado y ganar varios premios *Grammy*. Ros pertenece a la primera promoción de egresados de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Buenos Aires y es uno de los diseñadores más importantes del país y es por esto que cabe resaltar su trabajo y tomarlo como referencia para el proyecto ya que es el diseñador de bandas y artistas musicales más importante de Latinoamérica.

BENCHMARKING

DURANTE EL PROCESO DE RECOLECCIÓN DE información e investigación se identificaron cuatro variables las cuales tenían gran importancia y eran indispensables a la hora de desarrollar el proyecto, estas eran identidad visual, comunicación, difusión y metodología, así mismo con estas mismas variables se evaluó el benchmarking, categorizando cada uno de los referentes por estas mismas para así poder hacer un análisis mas puntual y acertado de estos.

Identidad Visual_

Leif Podhajský

Es un artista y director creativo Australiano con orígenes checo, en su trabajo explora temas de conectividad, amor, miedo, magia la relevancia de la naturaleza y la experiencia psicodélica, usando técnicas como los patrones, balance, simetría y repetición. Al utilizar estos temas intenta inspirar al usuario y/o espectador a un realineación con ellos mismos y con su entorno. *Podhajský* desarrolla arte y diseño para marcas, discográficas y artistas musicales y es mas reconocido por su trabajo de diseño de portadas de discos para bandas como *Tame Impala, Foals, The Horrors, Of Monsters and Men, The Vines*, entre otras.

El trabajo *Leif* es una ventana al mundo que este crea en sus obras y sus proyectos

sin importar los diferentes medios se destaca mucho la identidad de este. Por esta razón se destaco este diseñador y se tomo como referente del proyecto por la manera como lleva a su audiencia a un universo propuesto por el por medio de una identidad visual única, solida y congruente vista en los distintos canales que utiliza sean imágenes visuales, audiovisuales, textiles y tridimensionales, todas estas convergen a un mismo punto abriendo las puertas a este universo compartido al igual que proponiendo a la audiencia una introspección.

Comunicación_

Factory Records

Fue una disquera Británica independiente establecida en Manchester, creada en 1978 por Tony Wilson y Alan Erasmus, donde se destacaron varios artistas musicales prominentes como *Joy Division, New Order, A Certain Ratio, The Durutti Column, Happy Mondays, Northside, y Orchestral Manoeuvres in the Dark*.

De *Factory Records* se destaco y rescato para el proyecto en esta área que se caracterizaba por tener un equipo creativo como base fundamental de su funcionamiento, el productor Martin Harnnett y diseñador Peter Saville los cuales después se asociarían, esto le brindaba a la disquera y a sus

artistas un sonido y una imagen particular y única frente a las demás. Por otro lado, la disquera también implemento un sistema de catalogación único brindándoles un código a todos sus lanzamientos musicales, obras artísticas y demás objetos, esto les daba un sistema de comunicación único y una identidad propia lo cual fue notable para el resto de la sociedad. Tenía una personalidad única, iban mas allá de ser una disquera pues generaron toda una nueva cultura y movimiento en el Manchester de la época pues visualizaron *Factory* mas allá de los ingresos monetarios y por esto se convirtieron en un símbolo de la ciudad con la cual se identificaban tanto el publico como los artistas pues en este convergía y se veía reflejada todo este movimiento y cultura que estaba sucediendo en la ciudad. Siempre buscaban una nueva manera y medio de comunicar y visualizar su identidad ante la sociedad, desde su sistema de categorización, sus innovadores y vanguardistas diseños de portadas y packaging de embalaje, los cuales en ocasiones eran muy costosos de producir, hasta la creación de *The Hacienda* un club nocturno el cual crearon como espacio de integración de todo esta nueva cultura pop en Manchester.

Factory Records tenía una personalidad única, solida y vanguardista y supo como comunicarla de manera congruente por diferentes e innovadores medios y canales lo cual fue esencial para el ascenso y posicionamiento de esta como disquera, tanto como para ser influencia del movimiento que se dio en los 80's en Manchester y un icono de ella y es por esto que se tomo como referente importante del proyecto.

Difusión_

KEXP FM

Es una estación de radio pública establecida en Seattle Washington la cual se especializa en rock indie y alternativo, los costos de transmisión de esta son cubiertos por la Universidad de Washington, quienes también les proveen la mayor cantidad de tecnología de internet, y los derechos de licencia de música asociados con radio son cubiertos gracias a la afiliación de la radio a la National Public Radio. Gracias a la ayuda asociativa y de financiación ha permitido a la radio a poder experimentar con sus ofertas y desarrollo.

KEXP es reconocida mundialmente tanto por oyentes como por bandas y artistas musicales pues esta radio se ha involucrado mucho mas en la escena musical convirtiéndose en un icono mundial y referente para artistas como lugar en el cual deben llegar. Como medios difusores ha utilizado distintos canales los cuales han sido exitosos, primeramente y mas importante sus conocidos showcases* en los cuales invitan artistas y bandas a realizar una sesión en vivo en su estudio, estas son transmitidas por radio al igual que por youtube brindando así la posibilidad sea material para las bandas y artistas mismo estos las compartan a sus seguidores generando con esto una reacción consecuente de que estos se enteren de la radio, esto también los ha ayudado a posicionarse como espacio importante para el rock independiente mundial pues como se menciona anteriormente se ha convertido en un espacio en el cual los artistas tienen el deseo de participar y compartir. Igualmente crean y apoyan espacios de integración cultural como festivales y conciertos lo que hace

que la sociedad los visibilice como entidad fundamental y participativa de la escena de rock independiente de su país primeramente. Por esto se tomo como referente pues al generar este tipo de alianzas y espacios y canales no convencionales genera una difusión de su marca mas importante, fuerte e impactante que por los medios difusores tradicionales aunque igualmente también esta presente en ellos.

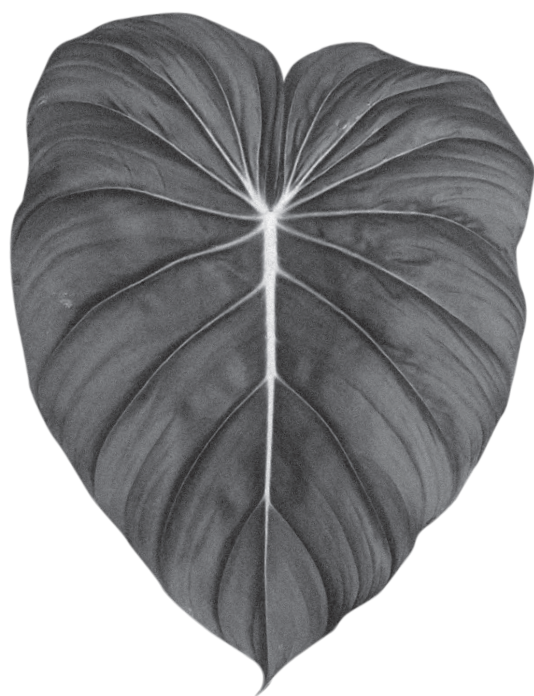
Metodología_

Estudio Yeyé

Más que un estudio son un taller multidisciplinario donde la creatividad es su base, están establecidos en la ciudad de Chihuahua México. Ofrecen servicios de diseño grafico, branding, diseño editorial, diseño web, marketing e ilustración, además de soluciones tridimensionales para interiorismo y objetos, tienen como objetivo proveer a sus clientes con trabajo relevante, innovador, y de alta calidad que ayude al crecimiento de su negocio.

Este estudio Mexicano ha hecho gran impacto nacional e internacionalmente por su impecable trabajo, innovación, vanguardismo y forma de abordar cada proyecto, además de su portafolio comercial ellos ejecutan proyectos con empresas que promueven la cultura mexicana. Sus proyectos tienen como fundamentos ser “bonitos e inteligentes”, como ellos describen, refiriéndose a que sus proyectos deben generar un impacto a primera vista dejando claro el mensaje a comunicar, al igual que debe resolver problemas de manera inteligente mediante el uso de estrategias que garanticen llegar a una solución ya una comunicación pertinente y efectiva. Su proceso de trabajo se centra

en conocer de manera profunda el usuario para que así el resultado lo mas claro, contundente, solido, objetivo y pertinente para que el mensaje llega al destinatario de manera optima. Lo dividen en tres partes que las denominan como conocer, seducir y enamorar, por esto se toma como referente pues basa su metodologia de trabajo en un vinculo fuerte entre diseñador y cliente, haciendo un trabajo en conjunto de manera profunda para llegar a poder interpretar el mensaje a comunicar de la mejor manera posible.



MÉTODOS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS

Encuestas_

Se realizó un cuestionario a una muestra de 25 bandas de rock independiente caleñas que están y han estado activas en los últimos 3 años, esto con el fin de obtener insights del nivel de importancia que tiene el diseño en el desarrollo de los proyectos de dichas bandas y artistas los cuales hacen parte de la escena rock caleña, al igual que identificar como ellos han suplido sus necesidades de diseño siendo estos la audiencia objetiva, esto como fuente primaria que aporta a la investigación y desarrollo del proyecto. Después de analizar los resultados obtenidos de los cuestionarios realizados, estos arrojaron hallazgos importantes los cuales fueron indispensables para entender mejor el problema, las necesidades de la audiencia y su comportamiento para así poder entenderlo y abordarlo pertinentemente.

Con respecto a la audiencia, después de encuestar a la muestra, se pudo identificar que el 88% de estas son bandas independientes es decir que no están firmadas por ningún sello discográfico lo que nos muestra que ellas mismas se encargan de auto gestionar todo dentro de su proyecto como la promoción, grabación, fondos, merchandising*, difusión, puesta en escena y demás, por ende tienen personalmente contacto con los estudios de grabación,

festivales, radios, revistas, blogs, ensayaderos, venues*, etc, lo que brinda diferentes puntos de contacto de estos dentro de la investigación. También se identificó que para las bandas encuestadas prima mucho su sonido puesto que consideran que la grabación, el show en vivo y puesta en escena tienen el mayor índice de relevancia y por esto le dan la mayor importancia, esto nos revela que a estas actividades es a las que le invertirán más tiempo, dinero, paciencia y constancia. Para el 100% de las bandas encuestadas el diseño es vital para el desarrollo de ellas, reconocen la falencia los sistemas visuales de las bandas de la ciudad y creen que al reforzar este sistema visual mejorarían su rendimiento y lo visualizaría como una propuesta más completa y sólida. Por otra parte solo el 40% de los encuestados conoce algún estudio de diseño o diseñador local y/o nacional que se dedique a diseñar para bandas, como consecuencia de esto se halló que casi todos conocieron de estos primero por que vieron el trabajo que realizaron con alguna banda que admiran, colegas, amigos o que sencillamente pertenecen a la misma escena, y segundo por sus redes sociales y portafolio.

Uno de los hallazgos más importantes que se encontró fue que, aunque los encues-

tados reconocen que las bandas locales tienen falencias en su identidad visual, estos no ven las falencias e incongruencias de su sistema visual, es solo hasta que se comparan o ven otra banda la cual es una competencia o ídolo que desarrolla un proyecto con una identidad visual solida y congruente que auto evalúan el de ellos. Por ultimo se pudo resaltar que el 100% de la audiencia encuestada considera que en la ciudad de Cali hace falta un estudio de diseño el cual se especialice y enfoque en el diseño para bandas y artistas musicales.

Entrevista a un Experto_

Se realizo la entrevista a un experto, en este caso a Armando Mesías, director de arte y fundador de Vrasil Studio quien desarrolla proyectos de identidad visual para bandas y artistas musicales, con el objetivo de analizar el trabajo y punto de vista de una persona con experiencia y experticia en el campo quien se ha especializado en el diseño para la industria musical y así se recopilaron datos clave para el desarrollo del proyecto.

Según el experto trabajar con una banda o artista es muy diferente que trabajar en un proyecto comercial puesto que una banda es un proyecto vivo que cambia y madura constantemente, esto se da porque en la gran mayoría de los casos los artistas no tienen el interés principal de el impacto comercial, sino la ambición de innovar y madurar creativamente lo cual permite hablar en términos más sensibles y subjetivos, pero hay que tener gran cuidado de no restarle a los proyectos la estructura debida y tener una cabeza administrativa y es ahí cuando entra la labor del diseñador de poder mediar entre ambas cosas.

Uno de los hallazgos mas importantes para el proyecto fue identificar que cada proceso de trabajo es distinto con cada proyecto pues to que los requerimientos y necesidades son distintas, además que no se puede dar un paso a paso igual para cada proyecto por esto fue necesario buscar la manera de sistematizar la metodología de trabajo sin encerrarla ni sesgarla en un solo proceso.

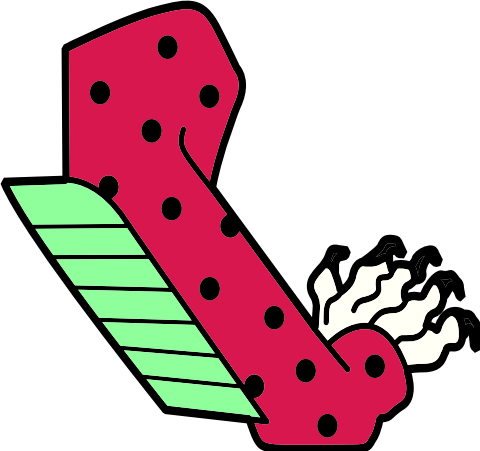
Observación_

También se obtuvieron diversos datos y hallazgos importantes que aportaron para la investigación y recolección de datos por medio de la observación del fenómeno, en donde se pudo identificar que las bandas independientes de la ciudad de Cali se han cansado de perseguir ese logro comercial que ofrece la industria y se han dedicado a desarrollar proyectos lo mas auténticos posibles con el objetivo único de comunicarse y expresarse por medio de la música principalmente y cada vez están en busca de mas medios por el cual transmitir este mensaje.

Igualmente los artistas no se han quedado en la construcción de su propio proyecto sino que se han involucrado en apoyar y construir más espacios de encuentro y de visibilización de la escena de rock independiente de la ciudad, lo cual es algo muy querido por ellos, y por esto fue importante encontrar la manera de no solo trabajar en los proyectos individuales de cada banda sino ver la manera en la cual el estudio pudiera involucrarse directamente en ayudar a potenciar y visibilizar a la escena independiente de la ciudad.

JAGGUAR

33 // **PAG**



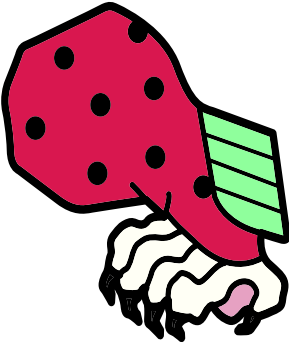
REQUERIMIENTOS DE DISEÑO



LOS REQUERIMIENTOS QUE SE ESTABLECIERON corresponden a las directrices puntuales que el usuario requiere y por esto fue vital tenerlas como base al momento de elaboración del producto de diseño.

Primeramente era necesario que al crear el sistema de identidad visual este no solo debía ser solido, profesional e integral sino que además debía reflejar la identidad caleña para que así la audiencia pudiera sentirse identificada con este y verse reflejada. Segundo era indispensable crear una estrategia de visibilización y difusión para el estudio pero estas debían de generar también espacios de encuentros para la audiencia y visibilizarla también puesto que el estudio debía apoyar a la escena independiente y ayudarla en su crecimiento volviéndose ente activo y participativo de esta.

Por otra parte era necesario desarrollar una metodología de trabajo base con la cual se pudiera trabajar en conjunto con el cliente abordando la mayor cantidad de canales y medios para comunicar el mensaje de este, teniendo en cuenta que esta metodología no podía ser rígida puesto que cada proyecto es diferente y no puede ser abordado de la misma manera. Y por ultimo era necesario pilotear esta metodología con una banda y mostrar el flujo de trabajo que se tuvo con esta.



DESARROLLO DEL PRODUCTO



DESPUÉS DE LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN y los resultados arrojados por parte del análisis de la investigación y los hallazgos obtenidos se evidencio la necesidad de crear un estudio de diseño que supla y cubra las necesidades de diseño que tiene el nicho de las bandas y artistas musicales de rock independiente de la ciudad de Cali, el cual desarrolle un sistema visual solido, objetivo, pertinente y congruente para cada proyecto que asuma no quedándose en el diseño de marca o en el diseño de portadas de discos sino en abarcar todos los medios y canales por los cuales estas bandas se comunican y visualizan ante su publico basados en un concepto único e identificativo el cual interprete de la mejor manera la identidad de cada artista.

Es necesario que este estudio desarrolle un sistema de identidad visual integral el cual refleje personalidad, identidad, propósito e intenciones de este al igual que pueda identificarse con la cultura de rock caleña para que los participantes de la escena de rock independiente local se sientan identificados y para que este pueda convertirse símbolo e icono participativo de esta, y para esto se toma como principal insumo toda esa vida callejera nocturna la cual es distintiva de Cali pues con esto es con lo que la audiencia mas se identifica y es lo

que los diferencia de las demás bandas del país y del mundo. Primeramente se nombra al estudio Estudio Jaguar así evocando al depredador mas importante de latinoamerica el cual fue deidad de nuestros ancestros como símbolo de fortaleza, solemnidad, grandeza y belleza al igual que es encontrado en gran cantidad en las imágenes precolombinas, también pensando en su sonoridad, recordación y simpleza agregando una “g” como valor pictórico y para personalizar y destacar la marca.

Por otra parte, se desarrollaron 4 conceptos los cuales serán la base para el desarrollo del sistema visual de Jaguar que fueron definidas como *Ancestral*, *Trópico*, *RocknRoll* y *Pop*. Lo *ancestral* entendido como basarse en nuestras raíces tanto precolombinas como también trayendo nuestra identidad caleñas lo cual nos destaca y diferencia también del resto del país y al ser la audiencia inicial las bandas y artistas de Cali se traen a colación para que estas vean un identificativo en el estudio. El *rocknroll* entendido como la fortaleza, rebeldía, transgresión y solidez de este genero y movimiento, el *trópico* pues es necesario que la marca evoque el calor y sabrosura de nuestra ciudad, esto sin caer en clichés* de las tres cruces, el chontaduro, la salsa, Belalcazar, entre otros, sino que refleje

todo el sabor y calor que uno puede experimentar en Cali mientras camina por la 6ta reflejando el ambiente callejero caleño que vive también las bandas y artistas de la ciudad que es algo que los destaca y diferencia de las diferentes bandas del país, y por último el *pop* refiriéndose a que la marca debe ser actual y verse profesional para así poder competir con diferentes estudios a nivel internacional.

Para alcanzar a la audiencia fue necesario crear una estrategia para visibilizar a Jagguar y poder alcanzar a la audiencia objetiva, para esto fue necesario crear alianzas estrategias con las organizaciones las cuales tienen mayor interacción con la audiencia como se pudo identificar que son estudios de grabación, ensayaderos, venues, festivales, promotores y pequeños festivales los cuales son puntos de contacto importantes con la audiencia, al igual que visualizar bastante el portafolio en las plataformas necesarias y en redes sociales pues es la manera mas efectiva por la cual los usuarios pueden acceder a este. Igualmente se identifiqué que era importante apoyar y crear espacios de encuentro y visibilización de dichas bandas y no solo del estudio para que así Jagguar pudiera convertirse en ente activo de la escena independiente de Cali.

Así se crearon primeramente dos alianzas, la primera con el estudio de grabación *Black Manthra* el cual es el mas importante y donde mas acude el publico objetivo a la hora de grabar, con este se propuso la creación de un compilado de artistas los cuales han grabado en el estudio. Y por ultimo se creo la segunda alianza con *Aurora Record Store*, tienda de discos de la ciudad, para

abrir un espacio mensual en el cual las bandas puedan hacer un showcase y así mostrarse ante el público y crear espacios de encuentro musical.

Teniendo en cuenta que la industria musical esta en constante cambio por múltiples razones como el avance tecnológico al crear un sistema visual teste debe poder comunicarse mas allá que del producto discográfico musical o que el merchandising sino abarcar canales como puesta en escena, piezas audiovisuales, vestuario, visuales para show en vivo, personificación y demás medios por los cuales se pueda visualizar la identidad de estos. Esto desarrollándolo en un trabajo profundo en conjunto haciendo un acompañamiento completo para poder entender enteramente al cliente y a su audiencia y poder interpretar el mensaje que será traducido visualmente de la manera mas optima con una metodología rigurosa, vanguardista, retrospectiva, abierta a exploraciones y a nuevas maneras de poder comunicar el mensaje.

Por eso necesario crear una metodología de trabajo la cual, como dicho anteriormente, debe basarse en el trabajo en conjunto y en realizar un acompañamiento completo de cada cliente para así inmergirse en el universo compartido propuesto por cada banda y artista para así traducirlo en un sistema visual integral. Puesto que se entendió que la metodología no podía ser rígida sino que esta cambia dependiendo de cada proyecto se establecieron 3 momentos claves del trabajo los cuales son la *Investigación*, *Conceptualización* y el *Desarrollo*, dentro de estos las actividades varían dependiendo del proyecto como se menciono anteriormente. Se hizo una

sistematización de este y fue necesario pilotearla con una banda que en este caso fue *Tropicana Club* y se consigno por medio del flujo de trabajo con esta. *Tropicana Club* es una *One Man Band* de retro new wave instrumental influenciada por los *sintetizadores análogos*, *la mafia cubana en Miami* y el *synth-pop* de los 80's, las piezas solicitadas a realizar fueron el cabezote, el diseño de empaque de su EP, el diseño de caratula de este mismo y un par de piezas para comercializar. El desarrollo de este proyecto se rigio bajo 4 conceptos los cuales fueron el *Motel*, *la Nostalgia*, *Classy*, y las *películas de acción* de los 80's.



DESCRIPCIÓN FINAL DEL PROYECTO



Como resultado final se crea primeramente el sistema visual de el Estudio Jagguar el cual incluye la creación de la marca, diseño de la identidad visual básica, creación recursos gráficos que apoyaran la marca y el manual de identidad respectivo, estas bajo los resultados y hallazgos obtenidos de la investigación y regidos bajo los conceptos establecidos anteriormente ancestral, rocknroll, trópico y pop. Por otra parte se diseñaron las dos estrategias de difusión que tendrá el estudio las cuales fueron el compilado y el showcase, esto creando una marca sombrilla las cuales se despliegan del logotipo de la marca tomando uno de los módulos del símbolo y las cuales fueron nombradas “Compilado Jagguar” y “Showcase Jagguar”. Después de realizar las pruebas de usuario se pudo evidenciar que al 100% de las 25 bandas encuestadas la marca les evocaba los conceptos planteados y el 91,7% de la audiencia se sentía identificada y mostraban confianza ante ella, igualmente se obtuvo el resultado que el 100% de la población encuestada confiaba mas en un estudio de diseño el cual se involucrara, apoyara y participara activamente y de distintas maneras en la escena de rock independiente de la ciudad.

Por otra parte se creo una metodología de trabajo para el estudio la cual no era rígida sino la cual dividía el proceso de diseño en 3 momentos los cuales son Investigación, Conceptualización y desarrollo, dando apertura a que los procesos internos de cada momento cambien dependiendo de cada proyecto. Dicha metodología se piloteo con la banda de new retro wave Tropicana Club a la cual se le hizo el diseño de el cabezote, diseño de caratula, diseño de empaque y diseño de piezas promocionales, todas estas fruto de la fase de investigación y regidas bajo los conceptos de Motel, de la Nostalgia, Classy y acción de los 80's, teniendo finalmente la aprobación de el cliente y aplicación de las mismas.

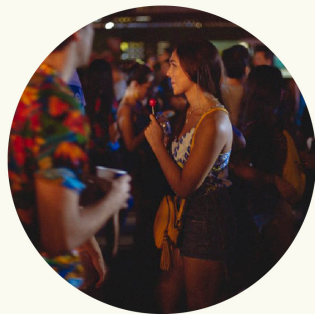
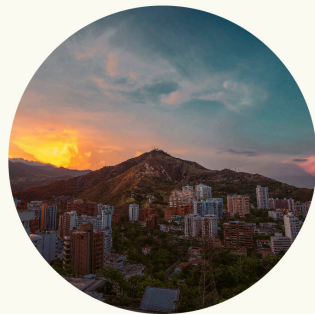
Estudio Jaguar

Conceptos/Inspiración_

CONCEPTOS / CONCEPTS



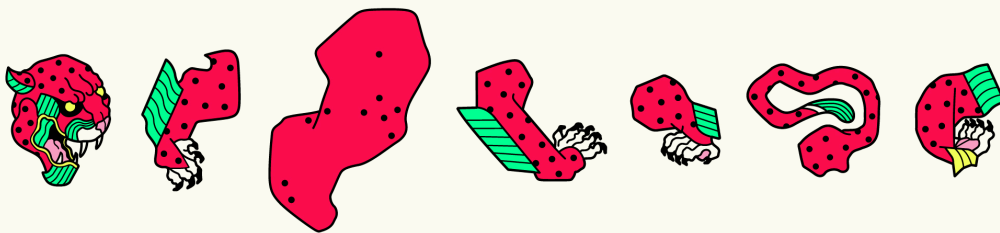
INSPIRACIÓN / INSPIRATION



Colores_



Recursos Gráficos_



Logosímbolo_



Identidad Visual





Compilado_



Showcase_

SHOWCASE
JAGGUAR
Aurora

PRESENTA

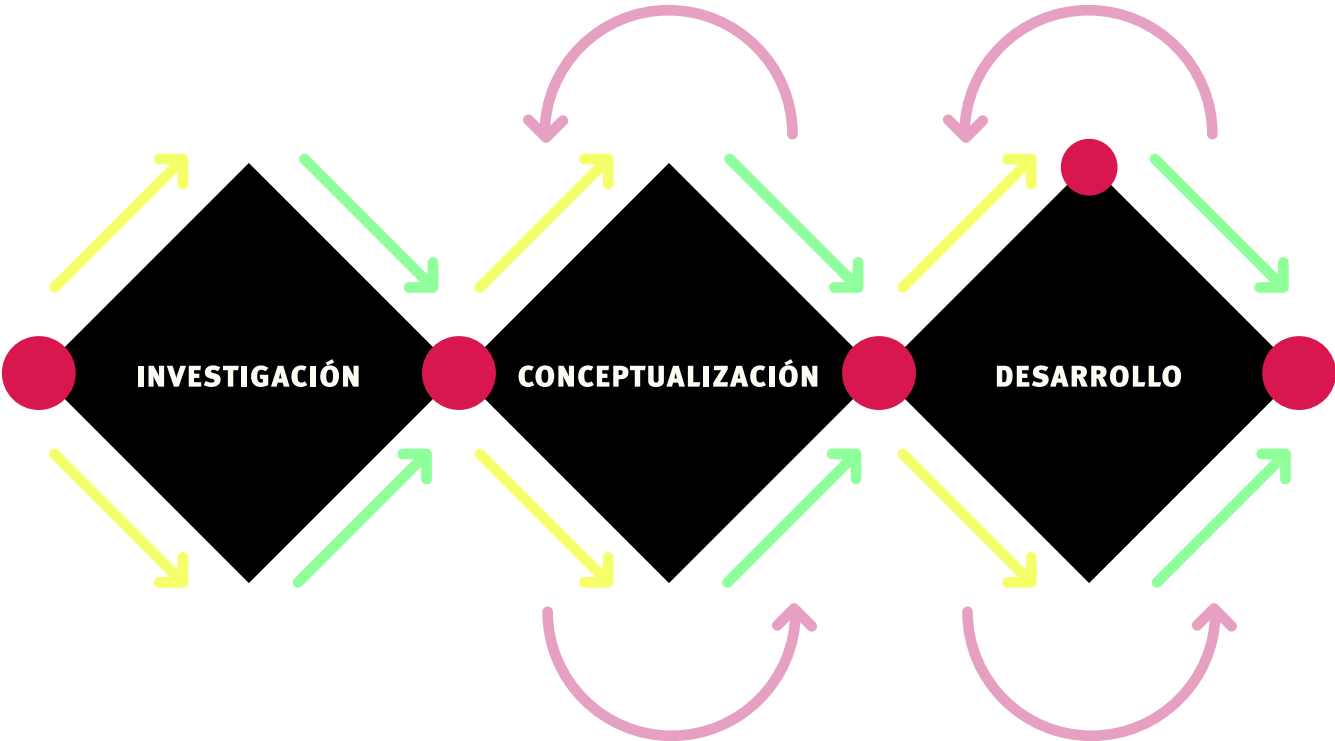
**MUERTO EN
ACAPULCO
RED SUN CULT
THE BLACK FOXES**

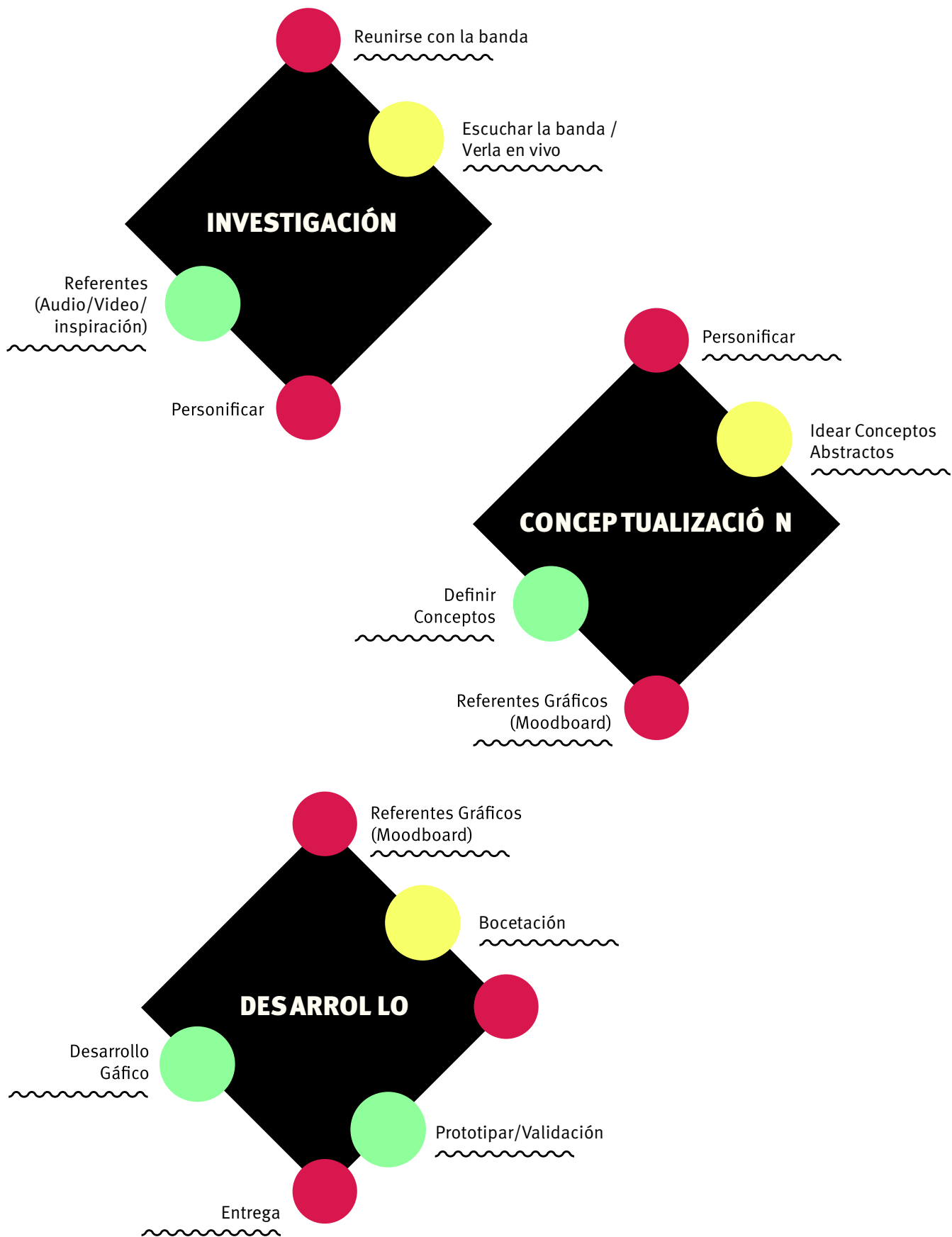
EN VIVO

CRA 8 # 27 - 31
AURORA RECORD STORE
COVER 10K

Metodología

Flujo de Trabajo_





Conceptos_

NOSTALGIA

80s ACCIÓN



MOTEL



CLASSY



Tropicana Club

Moodboard_



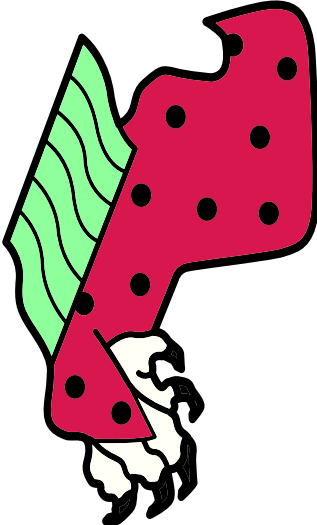
Diseño de Caratula, empaque y merchandising_











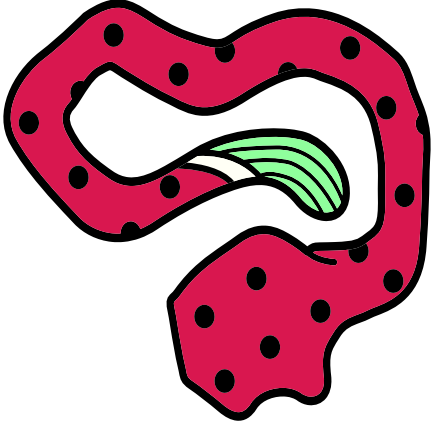
CONCLUSIONES



DESPUÉS DE REALIZADO EL PROYECTO SE PUEDE CONCLUIR LA IMPORTANCIA que tiene el diseño dentro de la industria musical, puntualmente se puede evidenciar la importancia de la congruencia que debe existir entre la música y la imagen visual de una banda y como es necesario que el artista pueda comunicar de manera acertada por medio de diversos medios y canales para llegar de manera mas efectiva a su audiencia pero como todo estos canales deben manejar un lenguaje congruente para que dicho mensaje sea mas certero.

Siendo Cali una ciudad en expansión en la cual se esta gestando una escena rockera cada vez más grande y solida es importante apoyarla desde distintos ámbitos y campos para que así esta pueda solidificarse cada vez más y para ayudar a crecer y a potenciar los artistas locales los cuales tienen propuestas cada vez mas profesionales e innovadoras. Igualmente es importante poder generar una identidad propia y apropiarse de lo que nos hace caleños pues es algo que nos diferencia nacional como internacionalmente y así se da paso a que mas iniciativas se gesten en la ciudad.

Esta propuesta, de creación de un estudio de diseño, es ambicioso porque va mas allá de los alcances y visualizaciones económicas sino que pretende ser parte y ayudar a toda una comunidad la cual en muchos casos esta subvalorada por los mismos habitantes de la ciudad, en cambio al incentivar estas la ciudad se convierte en una metrópolis pluricultural abriendo puertas a distintas culturas y dándole visualización y riqueza cultural a esta.



REFERENCIAS

***Bibliografía***

Nini Paul J. (2008). Sharpening one's axe: making a case for a comprehensive approach to research in the graphic design process.

Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Alan Smith, Greg Bernarda y Patricia Papadacos, (2014). Diseñando la Propuesta de Valor.

Frascara Jorge (2000). Diseño Gráfico y comunicación. 7ma Edición. Infinito. Argentina

Anderson Chris (2006). Distribución digital de la cultura: La Larga Cola. Por qué el futuro del negocio esta en vender menos de más.

Gómez Muns, Rubén (s.f.). Una aproximación a la función identitaria de la música. Universitat Rovira i Virgili. España

Ros Alejandro (2006). Diseño Gráfico: Alejandro Ros. 1ra Edición. Agronauta. Argentina

Webgrafía

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/613.pdf

<http://arsfluentes.es/ddiseno/ddiseno-5/documento9.htm>

