

creación de un modelo de DISEÑO
para transformar bandas de rock EMERGENTES
en un PRODUCTO completo



Entra aquí →
para ver demostración



ÍNDICE

| | | | |
|---|----|--------------------------------|----|
| Introducción | 2 | | |
| Problemática y Oportunidad de Diseño | 3 | | |
| Antecedentes y Contexto | 5 | Desarrollo de Propuesta | 34 |
| Capítulo 1: Sobre la música: | 5 | · Propuesta conceptual | 34 |
| · Música popular y sus categorías | 5 | · Propuesta formal | 35 |
| · Banda musical | 6 | · Objetivos | 35 |
| · El Rock | 8 | Diseño de Proyecto | 36 |
| a) Génesis, desarrollo y mayores exponentes | 8 | Tecnología de Punta | 39 |
| b) Bandas de Rock en Chile. | 12 | Moodboard | 42 |
| | | Brandboard | 43 |
| Capítulo 2: Recitales / “Tocatas” de Rock en Chile | 16 | Producto: | 44 |
| · Recitales de Rock internacional en Chile. | 17 | · Mockup | 44 |
| · Recitales y “tocatas” de Rock nacional. | 18 | · Colores | 46 |
| | | · Tipografía | 47 |
| Capítulo 3: Diseño e identidad | 19 | · Formas | 48 |
| · Posicionamiento | 20 | · Mapa App | 50 |
| · Diseño de experiencia | 21 | Alianzas Estratégicas | 51 |
| · Identidad Institucional | 22 | Conclusiones | 53 |
| Capítulo 4: Análisis de las Bandas de Rock emergentes | 23 | Bibliografía | 54 |
| · Universo / Perfil de las Bandas de Rock emergentes en Chile | 24 | | |
| · Perfil del público “rockero” | 25 | | |
| · Entrevista a Bandas de Rock | 27 | | |
| · Análisis y discusión de resultados y datos obtenidos | 30 | | |
| · Estado actual de las bandas estudiadas | 32 | | |

INTRODUCCIÓN

Para algunos de nosotros, la música es mucho más que solo un lindo sonido que acompaña un viaje solitario o ameniza reuniones sociales. Es, en gran parte, lo que define nuestra vida y la manera de relacionarnos con un entorno cada vez más diverso.

Todo comienza en la pubertad, cuando buscamos la **imagen** de alguien que logre satisfacer nuestras inquietudes; un ídolo. Algunos lo encuentran en deportistas, científicos, religiosos, políticos, figuras de TV... y otros, en los músicos y la música misma.

No sólo se produce una identificación con los personajes, sino también con las letras, melodías y ritmos que **entregan una respuesta** (verbal o sensitiva) frente a lo que les sucede cotidianamente y todas las nuevas situaciones que ocurren durante esta difícil etapa.

Es en ese momento, cuando una persona adopta el uso determinada ropa, cierto modo de hablar y relacionarse, pero por sobre todo, integra en su ser más íntimo y espiritual, una filosofía de vida que los hace ver y vivir el mundo, desde una perspectiva particular que se mantiene durante toda la vida.

En la actualidad, dentro de las regiones de Valparaíso y Metropolitana, muchos jóvenes se han sentido identificados con el mundo de la música, creyendo que tienen el talento y las condiciones para integrarse plenamente a él. Esto ha incrementado el fenómeno de las Bandas de Rock; jóvenes de distintos niveles de educación y clases sociales con la esperanza de, algún día, ser capaces de darse a conocer masivamente y poder vivir de los recursos generados por la banda, comprometiéndose al máximo con aquello que los ha hecho ser las personas que son actualmente. Incluso nos atreveríamos a compararlo con el momento en que un hombre decide ser sacerdote de alguna congregación religiosa.

A continuación se descubre el estado actual de las bandas de rock emergentes (BREs) en estas regiones, y se propone un proyecto de diseño que entregue recursos a las BREs que generen esta **comunidad** con su público, de manera de cautivarlos y fidelizarlos para lograr un autosustento económico de la BRE. Se enaltecerán sus aspectos positivos a través de la creación de una imagen y una clara comunicación “banda-público”.

PROBLEMÁTICA Y OPORTUNIDAD DE DISEÑO

Al observar a las bandas de rock emergentes situadas en las regiones Metropolitana y de Valparaíso, parecen no contar con la información y preparación necesarias para cautivar y fidelizar al público y finalmente llegar a ser un producto de mercado. Ya que la mayoría de las veces sus conciertos tienen escasa concurrencia, y sus discos no alcanzan sus expectativas de ventas. Esto produce que no sean capaces de autosustentarse económicamente, haciendo que cada integrante tenga que aportar de su bolsillo para tocar.

Es así como lamentablemente, gastan todas sus energías y recursos en lanzar discos que escasamente se venden, y tocando en eventos no remunerados, donde no asiste suficiente público ya que sus **expectativas** y las de la banda no son cumplidas y se mantienen siempre en el mismo círculo “amateur”.

A pesar de que las bandas puedan ser de muy buen nivel musical, las canciones puedan estar bien estructuradas y la ejecución pueda ser excelente; este fenómeno no parece mejorar.

A lo largo de las últimas décadas, hemos podido percibir que la industria de la música maneja millonarias cantidades de dinero. El mundo está consciente de la importancia de la música y lo que ésta significa en sus vidas; por lo que son capaces de pagar por ella.

En la actualidad, a causa de Internet y la piratería, la venta de discos originales ha decaído considerablemente, pero por lo mismo, su reproducción se ha hecho aún más masiva.

De esta manera, el público no deja de asistir a los conciertos de sus bandas de rock favoritas. Éstas hacen giras por todo el mundo, entregando mu-

cho más que sólo música; entregan **experiencia**.

Los chilenos somos capaces de pagar grandes sumas de dinero para ir a conciertos de bandas de rock extranjeras que sabemos, darán un show inolvidable. Por ejemplo el concierto de U2 en marzo de este año, llenó el Estadio Nacional, con cerca de 60 mil personas ⁽¹⁾, y las entradas fluctuaban entre los CLP 22.600 y CLP 212.750 ⁽²⁾. A través de esto, podemos detectar que, como público, somos capaces de llenar estadios y teatros para vivir esta experiencia.

Sin embargo, pareciera ser que la mayoría de las veces, cuando vamos a ver el show de una banda de rock emergente, no quedamos con la misma impresión. Y para el siguiente evento similar, ya no queremos ir.

Por lo tanto podemos concluir que, las bandas de rock emergentes, no están entregando a su público lo que necesitan para sentirse realmente atraídos e **identificados** con la experiencia del concierto.



Recital de U2, 360º tour. - Fuente: bligoo.com

(1) <http://rocknvido.com/2011/03/27/el-historico-espectaculo-de-u2-en-chile/> -- visitado el 11 de Julio, 2011.

(2) http://www.u2chile.net/V3/index.php?option=com_content&task=view&id=543&Itemid=1 -- visitado el 11 de Julio, 2011.

ANTECEDENTES y CONTEXTO

Capítulo 1: Sobre la música

| |
|-------------------|
| Todos los géneros |
| Hip Hop |
| Rock |
| Pop |
| Alternativa |
| Country |
| Indie |
| Rap |
| R&B |
| Metal |
| Punk |
| Hardcore |
| Electrónica |
| Techno |
| Reggae |
| Latina |
| Jazz |
| Rock clásico |
| Americana |
| Blues |
| Folk |
| Cristiana |
| Progressive |

Música Popular y sus Categorías

Según uno de los más importantes portales de música a nivel mundial, MySpace.com, podemos dividir la música popular actual en 22 grandes categorías o géneros.

De todos estos, los que formarán parte de este proyecto, por ser parte de la familia Rock son: Rock, Metal, Punk Rock, Hardcore, Rock Clásico y Rock Progresivo.

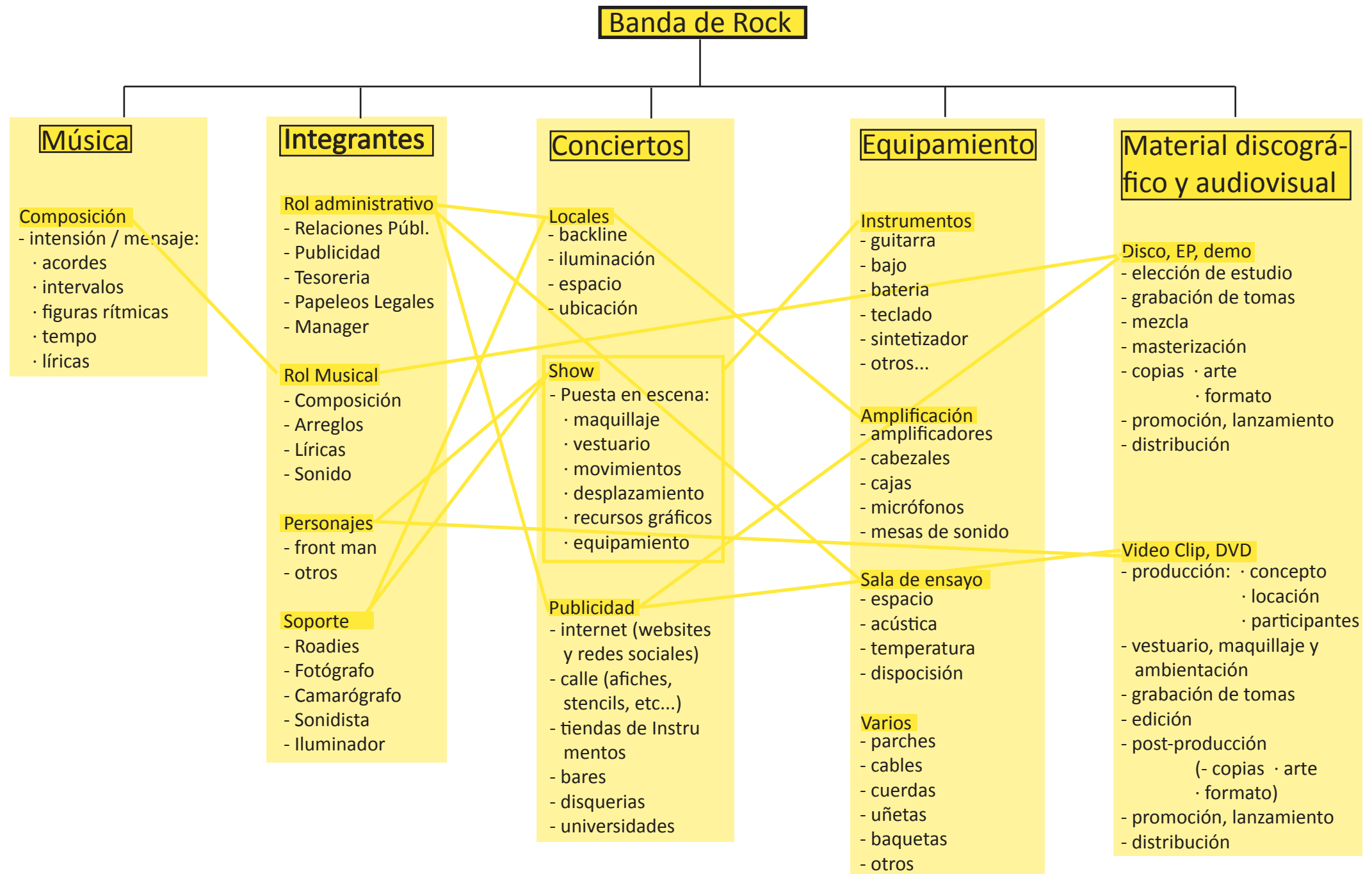
La Banda Musical

“Con relación a los orígenes de estas Agrupaciones Musicales, los testimonios escritos, pinturas y grabados sobre el empleo de los músicos en las operaciones militares, es tan antiguo como el mismo arte de la guerra, y nos demuestran que éstos desempeñaban honrosamente su papel en las batallas de las antiguas civilizaciones. Las excavaciones arqueológicas realizadas en el territorio de Sumeria (antigua Mesopotamia, cerca del golfo Pérsico, año 10.000 a.C.) permiten asegurar que los primitivos habitantes de dicha región, manejaban instrumentos de percusión y otros para usos militares y ceremoniales”⁽³⁾

Definición RAE: Conjunto de instrumentistas, con o sin cantantes, que interpreta alguna forma de música popular.



(3) <http://www.histomusica.com/libros/bandas.php?capitulo=55> -- Visitado el 15 de Mayo, 2011.



El Rock

a) Génesis, desarrollo y representantes en el mundo

“EL GENESIS

El 5 de julio de 1954, un chofer de camioneta de 19 años de edad cambiaría el curso de la música y de la historia al entrar a un pequeño estudio de grabación en Memphis a realizar tres canciones. Entre esos tres temas que grabó un tal Elvis Aaron Presley se encontraba uno de nombre That's All Right, el cual marcaría el nacimiento no sólo de un nuevo género musical sino el de una forma de expresión artística, social y cultural, además de un estilo de vida: el rock and roll.

Quién iba a pensar que aquella música que fusionaba el sonido country de los blancos y el rhythm and blues de los negros, seguiría vigente 50 años después...

LOS AÑOS 50

... el hecho de considerar a **Elvis** como el creador, principal promotor y Rey del rock, tiene mucho que ver con su personalidad, con su voz, con su carisma y con lo que desde un inicio representó no sólo para la música sino para la cultura popular de entonces, rompiendo esquemas y trasgrediendo tradiciones morales y de conducta. Pero no todo en la década de los 50 giró en torno a Elvis, pues el rock and roll vio nacer otras figuras importantes y trascendentales a los que les tocaría escribir capítulos muy importantes en el génesis de su historia. Dentro de esa lista, que podría ser muy larga, destacan personajes básicos como **Chuck Berry, Little Richard, Bo Diddley, Buddy Holly, Jerry Lee Lewis, Fats Domino, Roy Orbison, Edie Cochran y The Everly Brothers**, entre muchos otros. El auge de esta primera generación del rock and roll se dio hacia 1956-57, y sería el mismo Elvis el que marcaría su decadencia cuando en 1958 se enroló en el ejército de los Estados Unidos, donde permanecería hasta 1960. Si bien a su regreso su popularidad seguía por los cielos, su música dejó de tener esa carga de rebeldía y frescura con la que se identificaron años antes los jóvenes. El rock estaba listo para sufrir su primera metamorfosis.

LOS AÑOS 60

Se presenta nuevo movimiento, con dimensiones y repercusiones tan grandes como las del nacimiento del género. Con la llamada “invasión inglesa” la música británica se hacía presente. Entonces el mundo entero vibró a ritmo de **The Kinks, The Animals, The Who, The Zombies, The Shadows, The Hollies** y, por supuesto, con **The Beatles** y **The Rolling Stones**, las dos bandas más importantes e influyentes en la historia del rock.

En tanto, en Estados Unidos la respuesta llegaría unos años después, cuando pasada la mitad de la década el rock ácido y la psicodelia se apoderaría de la escena y traería un nuevo movimiento al rock, quizá el más trascendente y de gran repercusión social y cultural. Luego de que **Bob Dylan** decidiera dejar un poco el folk y electrificar su música, una gran generación de bandas estadounidenses empezaron a crear un movimiento que años más tarde, en 1969, desembocaría en la llamada “nación Woodstock”, un festival de tres días de duración que convocó a cerca de medio millón de personas. De esa generación destacan **Jimi Hendrix** (considerado como el mejor guitarrista de rock de todos los tiempos), **Janis Joplin, The Doors, The Jefferson Airplane, The Grateful Dead, The Byrds, Country Joe & The Fish**, y una serie de grupos provenientes principalmente de la Costa Oeste de los Estados Unidos.

LOS AÑOS 70

Jimi Hendrix y Janis Joplin, dos símbolos de la generación de los 60, mueren en 1970 a causa de una sobredosis. En ese mismo años, Paul McCartney anuncia oficialmente la separación de The Beatles, el grupo que, como alguna vez dijera Lennon, era casi tan popular como Jesucristo. Un año más tarde, en 1971, Jim Morrison, cantante de **The Doors** y uno de los principales iconos visuales y sex symbols de la historia del rock, muere también de sobredosis. Con esos malos augurios, la primera mitad de la década el rock experimenta su masificación y el establecimiento de la parafernalia visual en grandes escalas en los conciertos. **Led Zeppelin** reinará a lo largo de la década, y de tras de ellos vendrán The Rolling Stones y **Pink Floyd**, con espectáculos realmente impresionantes. El heavy metal, el hard rock y el glam rock se apoderan del gusto de las masas a lo largo de la primera mitad de la década, por lo que grupos como **Deep Purple, Black Sabbath, Queen, Kiss, Bad Company** viven sus momentos de gloria.

Sin embargo, toda esa masificación, glamour, parafernalia visual y, en el caso del rock progresivo, virtuosismo, aleja al rock de sus raíces callejeras y de rebeldía, por lo que los jóvenes ya no encuentran una identificación y una bandera en él. Es entonces que en los suburbios neoyorquinos surge el punk, derivado

del rock que retoma esa rebeldía, acompañada con una dosis de anarquismo, hedonismo y politización, que lo convierten en otro de los momentos trascendentales en la historia del género. El punk nace en Nueva York engendrado por los ahora míticos **The Ramones**, pero los ingleses **The Sex Pistols** lo llevan al extremo. Otras bandas de notoria trascendencia son **The Clash, The Damn, Generation X, The Misfits y Black Flag**. Así, mientras el rock estaba en un abismo y la música disco reinaba en las listas de popularidad, el último gran movimiento del género se hacía presente.

LOS AÑOS 80

Al igual que su antecesora, la década de los 80 inicia con muertes y separaciones. John Lennon, líder y fundador de los Beatles, activista político y social es asesinado afuera de su departamento en Nueva York el 8 de diciembre de 1980. El mundo entero lo llora, la canción Imagine suena por todo el globo terráqueo y el rock y la cultura popular occidental están de luto. John Bonham, baterista de Led Zeppelin, muere por una congestión alcohólica el 25 de 1980; meses más tarde, Jimmy Page anuncia la separación del grupo. The Eagles, uno de los grandes grupos de country-rock de los años 70 anuncian su separación en mayo de 1982. La década de los 80 se caracterizó por la amplia diversidad de música en estilos, propuestas, formas y estética, gracias al nacimiento de varios subgéneros del rock (new wave, post-punk, techno, dark, electrónico, rap, breakdance, dark metal, new romantic...), que se fueron incorporando a la escena a lo largo del decenio, algunos con características masivas, en cuanto a su exposición, otros más bien subterráneos o alternativos. Dentro de la primera mitad de la década destacaría un trío británico nacido del punk pero que había evolucionado y transformado su sonido: **The Police**, que con su mezcla de rock, reggae y jazz se convirtió en la mejor banda del mundo, hasta que se separaron en 1985, justo cuando experimentaban su punto más alto, artística y comercialmente hablando. Ante la desintegración de The Police quienes toman la estafeta son los irlandeses de **U2**, que para finales de los 80 ya se habían convertido en el grupo más importante de rock del mundo.

En esta década también consolida el “metal” como una rama del rock; se caracteriza por poseer ritmos potentes, crudos y mayoritariamente agresivos, logrados mediante la utilización de guitarras altamente distorsionadas, baterías con doble pedal (o doble bombo) y bajos eléctricos pronunciados, todo esto agregado a una atmósfera contundente y oscura. Su mayor exponente: **Metallica**.

Un par de años antes de que se extinguieran los 80, una banda de Los Ángeles llegaría a darle una nueva inyección de vitalidad al rock: **Guns N’ Roses**, que con su hard rock, su apariencia entre glam y desaliñada, la personalidad de su cantante Axl Rose y su disco debut, Appetite for destruction, conquistaron el mundo entero.

LOS AÑOS 90

Si en la década de los 80 se experimentó la diversificación, los 90 fueron el decenio de la tecnología en la música en general. La implementación de nuevas técnicas de grabación y el uso de computadoras fueron elementos que se hicieron básicos en la producción musical. Sin embargo, los 90 empezaron con lo que puede considerarse como el último gran movimiento en el rock: el grunge. A finales de lo 80 se empezó a gestar en Seattle un movimiento que musicalmente conjuntaba la potencia y fiereza del punk y el heavy metal, e ideológicamente transmitía un mensaje de indiferencia, introspección y aislamiento, ante lo que ocurría en la sociedad estadounidense y en el mundo en general. De ese movimiento destacaron principalmente dos bandas: **Nirvana y Pearl Jam**.

Como respuesta, los británicos revivieron aquella oleada de Britpop de los años 60, y en esta ocasión abanderados por grupos como **Oasis, Blur, Radiohead, Supergrass, Pulp, The Verve**, a mediados de la década le dieron un nuevo sentido y dirección al rock.

La década cerraría con la presencia de grupos del llamado rap metal o aggro metal como **Korn, Limp Bizkit, Deftones, Staind, P.O.D**, que a pesar de tener una gran cantidad de seguidores, principalmente en su natal Estados Unidos, no pudieron competir con el pop adolescente de Britney Spears, Backstreet Boys, Christina Aguilera, 'N Sync y similares, que se posesionaría de las listas de venta.

NUEVO MILENIO

La llegada del nuevo milenio traería consigo otro resurgimiento del rock, con grupos como **The Strokes, The White Stripes, Yeah Yeah Yeahs, The Libertines, The Vines, The Hives**, que retomando elementos musicales y estéticos de finales de los años 70 y principio de los 80 le regresarían la simpleza, armonía y actitud que había perdido este género que desde que nació estaba destinado a quedarse por siempre, y que ahora a sus 50 y tantos años de edad demuestra que sigue siendo un rebelde como en sus mejores años.”⁽⁴⁾

(4) <http://www.elalmanaque.com/videos1/musica/rock/index.htm> -- Visitado el 13 de Mayo, 2011.

El Rock en Chile

“... El camino se ha ido construyendo con muy pocas estaciones. Diríamos que, de manera generalizada, solamente tres: **Los Jaivas, Los Prisioneros y Los Tres**. El resto parece ser mucho menos importante a los ojos y oídos de quienes dicen seguir al rock nacional.

Se suele argumentar que en nuestro país, dada la casi insalvable distancia física que existía con Inglaterra y Estados Unidos en los albores del rock and roll, el desarrollo musical fue distinto. Claro que lo fue, es bastante estúpido pensar que no lo sería. Pero ello no quiere decir que acá no haya habido rock and roll, ni que la invasión británica no haya tenido ecos por estos lares, ni que la entrada del blues a la escena rockera no la hayamos percibido. A continuación, no pretendo contarles <<la gran historia del rock chileno>> ni nada por el estilo; la idea es simplemente reflatar (sin ningún orden en particular) una importante cantidad de nombres que no pueden dejarse guardados dentro de un cajón. Y muchos de ellos, oh qué lamentable, permanentemente lo están.

Los primeros nombres nacionales a los que podríamos adjudicarle la etiqueta rockera, serían los de **Los Mac's, Los Jockers y Los Vidrios Quebrados**. Ellos importaron el sonido de la primera etapa de los Rolling Stones, además de The Kinks y The Animals, a mediados de los sesenta. Para quienes creen que el rock es nuevo en Chile, pueden buscar clásicos como “La muerte de mi hermano” de Los Mac's o “La nueva sociedad” de Los Jockers, símbolos de una época, y con incisivas letras en castellano, lo que a más de alguno le sorprenderá aún más. Pero la juventud había encontrado una nueva forma de manifestarse masivamente. Los Vidrios Quebrados, por su parte, editaron en 1967 su primer LP, <<Fictions>>, que tenía la novedad de estar integrado en su totalidad por composiciones propias, algo particularmente arriesgado en aquellos años.

A partir de ahí comienza a desarrollarse el árbol genealógico del rock en nuestra tierra. Los caminos comenzaron a cruzarse. Ya hacia el 68, Eduardo Gatti, futuro líder de **Los Blops**, participaba en una gira como guitarra invitada de Los Vidrios Quebrados. Carlos Corales, Guitarrista de Los Jockers, daría un salto cualitativo para la historia del rock de este lado del mundo, al formar también en 1968 **Aguaturbia**. De Los Jockers llegaría también Sergio del Río (que tam-

bién integraría Tumulto durante 2 años) a unir guitarras con Corales. Las referencias pasaban a ser los Cream, los Jimi Hendrix o las Janis Joplin. Aguaturbia es considerado hasta el día de hoy como el grupo promotor del rock-blues. Y su vocalista, la mítica Denisse, es algo así como nuestra Primera Dama del rock chileno. Y Corales, uno de los próceres. Paralelamente, comenzaba a ganarse un nombre una agrupación nacida en la quinta región, **Los Jaivas**. Y a partir de ahí, indiscutiblemente, nada volvería a ser igual. El asunto no deja de ser inquietantemente luminoso. Porque con lo jugado que era hacer rock en esos años aquí en Chile, sí hubo público que se involucró con el asunto. Y con los años, más y más individuos fueron uniéndose y poniendo todo de su parte para sacar adelante nuestro rock and roll.

La difícil realidad social de la primera mitad de los setenta, con golpe militar incluido, puede haber mermado la exposición del rock criollo. Pero eso no impidió que la evolución continuara. Apareció **Tumulto** con su primer LP en 1973, el cual rescata elementos de Jefferson Airplane y Santana, pero mostrando ya cierta inclinación hacia un sonido algo más pesado. **Arena Movediza** también comenzaría a posicionarse como pionero en el hard rock durante los setenta. Y básicamente de manera underground, como funcionaría la escena casi en su integridad hasta la vuelta de la democracia.

Lo que podríamos entender como <<mainstream>>, se nubló por completo con la dictadura. **Los Prisioneros** se hicieron su espacio, claro, pero eran solo la punta de un gigantesco iceberg. Por ello, los sonidos subterráneos comenzaron a ser mucho más importantes para la conciencia artística de la juventud entonces. Épicas jornadas en gimnasios (el Manuel Plaza, centro neurálgico de la movida -ver escena metalera en el “ensayo” Metal-), el traspaso de cassettes piratas de mano en mano, interminables tertulias en sedes universitarias a lo largo de todo el país... Fue una época en que la interacción entre los protagonistas de la escena, llámese artistas o fans, fue más cercana e intensa que en cualquier otro cuadro de nuestra línea de tiempo.

Lo que ahí se incubó, floreció sobremanera en los noventa. A partir de 1990, se comenzaron a editar masivamente trabajos que llevaban años sonando en el under, pero que habían sido taponeados por agrupaciones pop muy livianas, que revolvían menos las aguas y eran políticamente correctas. Así, con el cambio de década, antes de la llegada de 1995, rápidamente ya teníamos nuevos medios de comunicación, un apoyo superlativo de parte de los sellos, y un público hambriento de rock nacional, todos elementos que hicieron de este período un auténtico punto de inflexión en la historia de nuestra música popular.

Muchos nombres ahí surgidos han alcanzado con el paso de los años a la categoría de ídolos. Pero a **La Ley, Los Tres, Chanco en Piedra, Los Miserables o Lucybell**, no podemos dejar de sumarles una <<segunda línea>> de lujo. Entre los más longevos, **Machuca y BBs Paranoicos** en el punk; **Solar** en el pop rock y **Rekiem** en el metal moderno.

El paso del tiempo hizo que el rock nacional fuese poco a poco perdiendo apoyo. Para la segunda mitad de la década, la presencia de música local seguía fuerte en los rankings radiales. Pero las ventas de discos y la presencia de recitales no era la misma. Aún así, se sumaron importantes conjuntos a nuestra lista de <<cracks>>, expandiendo aún más nuestras tonalidades musicales. **Madrácula**, por citar un caso, prendió la llama de hard rock, la cual hasta el día de hoy se niega a desaparecer. El líder de la agrupación, “Pancho” Rojas, también se ha ganado su estatus de héroe de nuestra movida rocanrolera, pues ya había formado previamente **La Banda del Capitán Corneta**. Pero por **Madrácula** también pasaría el guitarrista **Alejandro Silva**, quien acompañado por su Power Cuarteto sería uno de los pioneros del rock & roll instrumental centrado en el virtuosismo de Silva. También casi como un eco de la primera parte de los noventa, surgió **Yacaira**, chilenizando el sonido stoner que había surgido en los Estados Unidos pocos años atrás o propuestas más alternativas como **Supersordo** o **La Floripondio** unos años antes. Con la irrupción de los absolutamente indispensables **Weichafe** en 1999, el mapa del rock de sonoridad mas dura quedaba completo.

A medida que se acercaba el nuevo siglo, la escena comenzó a renovarse. La llegada del 2000 nos trajo tal vez la última gran explosión de bandas nacionales. **Los Mox** con su “japiagüer” lograron al fin capitalizar el trabajo que ya venían realizando desde hacía muchos años atrás; **2X** tomó la bandera del rap-metal y la llevó a la cima, gracias a un par de singles unolvidables, como “A romper la calma” y “Fuerza policial”; y **Dogma** y su “Superfix”, que también marcó una etapa importante.

A partir de allí, no tuvimos demasiadas apariciones que dejaran la escoba ni causaran fenómenos radiales. Tal vez las grandes excepciones sean los inmensamente populares **Sinergia** y, especialmente, **Los Bunkers**. La movida en su generalidad regresó al under, desde nombres como **Hielo Negro** o **The Ganjas** (del guitarrista de Yajaira, Samuel Maquieira) han ido conformando una especie de gran familia rockera. A ello, tenemos necesariamente que sumar a **Guiso**, quienes forman parte de este clan además con el exitoso dúo **Perrosky**, compuesto por los hermanos Álvaro y Alejandro Gómez, baterista y vocalista de Guiso, respectivamente. Ambos se desempeñan también como cabeceras del sello Algo Records, uno de los tantos apoyos surgidos a los artistas independientes este último tiempo. Junto a Algo Records, tampoco podemos dejar pasar la existencia del sello Azul, de Quemascabeza o Bolchevique. Su aporte ha sido incalculable. Otro caso especial es el de la C.F.A., sello manejado por los **Fiskales Ad-hoc**, otro nombre esencial, con 20 años de carrete.”⁽⁵⁾

(5) Padilla, Pablo. “El libro blanco del rock” pag. 240-242 -- Santiago : RIL editores, 2009

b) Bandas de Rock en Chile

Algunos exponentes del Rock Chileno (segmentado en 3 grandes estilos generalizados):

| Metal | Punk Rock | Rock |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Pentagram Formación: Stgo, 1985 Disolución: 1988 (reunidos en 2001)- Panzer Formación: Stgo, 1987 (aún activos)- Dorso Formación: Stgo, 1984 (aún activos)- Criminal Formación: Stgo, 1991 (aún activos)- Dracma Formación: Stgo, 1996 Disolución: 2004- Rekiem Formación: Stgo, 1995 Disolución: 2009 | <ul style="list-style-type: none">- Pinochet Boys Formación: Stgo, 1984 Disolución: 1987- Fiskales Ad-Hoc Formación: Stgo, 1987 (aún activos)- Los Peores de Chile Formación: Stgo, 1990 Disolución: 1998 (reunidos en 2009)- BBs Paranoicos Formación: Stgo, 1991 (aún activos)- Los Miserables Formación: Stgo, 1990 (aún activos)- Mierdaster Formación: Stgo, 1997 (aún activos)- Los Mox! Formación: Stgo, 1994 (aún activos) | <ul style="list-style-type: none">- De Saloon Formación: Concepción, 1997 (aún activos)- Difuntos Correa Formación: Stgo, 2003 (aún activos)- Glup! Formación: Stgo, 1996 Disolución: 2003- La Ley Formación: Stgo, 1987 Disolución: 2005- Los Bunkers Formación: Concepción, 1999 (aún activos)- Los Jaivas Formación: Viña del Mar, 1963 (aún activos)- Los Prisioneros Formación: Stgo, 1983 Disolución: 2006- Los Tres Formación: Concepción, 1987 (aún activos)- Lucybell Formación: Stgo, 1991 (aún activos) |

Fuente: www.musicapopular.cl

ANTECEDENTES y CONTEXTO

Capítulo 2: Recitales y “tocatas” de Rock en Chile

Algunos conciertos de Rock internacional en Chile, este último año:
(2do semestre 2010 y 1er semestre 2011)

| Fecha | Banda | Recinto | Asistencia | Valor entradas |
|------------|---------------------------|--|-----------------|----------------------|
| 11/10/2010 | Rage Against the Machine | Estadio Bicentenario La Florida - Stgo | 20.000 personas | 24.200 - 88.000 CLP |
| 17/10/2010 | Rush | Estadio Nacional - Santiago | 40.000 personas | 24.000 - 150.000 CLP |
| 28/03/2011 | Ozzy Osbourne + Sepultura | Movistar Arena - Santiago | 10.000 personas | 18.000 - 53.000 CLP |
| 25/03/2011 | U2 | Estadio Nacional - Santiago | 60.000 personas | 22.600 - 212.750 CLP |
| 31/03/2011 | The Killers | Cúpula del Parque O'Higgins - Santiago | 2.000 personas | 33.000 CLP |
| 09/04/2011 | Motörhead | Teatro Caupolicán - Santiago | 500 personas | 26.400 - 38.500 CLP |
| 10/04/2011 | Iron Maiden | Estadio Nacional - Santiago | 50.000 personas | 22.000 - 70.000 CLP |
| 12/04/2011 | Avenged Sevenfold | Teatro Caupolicán - Santiago | 3.000 personas | 30.000 CLP |
| 01/06/2011 | Symphony X | Teatro Caupolicán - Santiago | 2.500 personas | 27.400 - 39.900 CLP |
| 02/06/2011 | Slayer | Movistar Arena - Santiago | 13.000 personas | 31.900 CLP |
| 03/06/2011 | Slayer | Polideportivo - Viña del Mar | 4.000 personas | 31.900 CLP |
| 28/06/2011 | The Gathering | Teatro Caupolicán - Santiago | 800 personas | 20.000 CLP |

Algunos recitales y “tocatas” de Bandas de Rock emergentes dentro de las regiones Metropolitana y Valparaíso:

(dentro del año 2011)

| Fecha | Banda | Recinto | Asistencia | Valor entradas |
|------------|---|-----------------------------------|------------|---------------------------------|
| Agosto | Sikario Cerberus, Ancienterror, Vastator, NEH | - Rock & guitarras - Ñuñoa | 200 p. | 3.000 CLP |
| Septiembre | Aiken | - Batuta - Ñuñoa | 60 p. | \$ 0 |
| Julio | Aiken, Julius Popper | - SCD plaza vespucio - La Florida | 40 p. | 2.000 CLP |
| Julio | Royal Grave, Hielo Negro, Alein, Hecho a m... | - Rock & guitarras - Ñuñoa | 80 p. | 3.000 CLP |
| Junio | Aiken (lanzamiento 2do disco) | - Amanda - Vitacura | 380 p. | \$ 0 hasta 23:00hrs - 4.000 CLP |
| Enero | Sikario, Lefutray, Soulinpain | - Bar Oxido - Recoleta | 120 p. | 1.500 CLP |
| Febrero | Inferis | - Bar La Cantera - Valparaíso | 80 p. | 1.500 CLP |
| Enero | Velattore, BreakDown, Naturas Plan | - El Huevo - Valparaíso | 200 p. | 3.000 CLP |

ANTECEDENTES y CONTEXTO

Capítulo 3: Diseño e Identidad

“... entender la música desde la perspectiva del negocio, conducida por diseño...”

“Estrategias de Posicionamiento

Posicionamiento es el lugar que ocupa un producto o servicio en la mente del consumidor.

La estrategia de posicionamiento consiste en definir la imagen que se quiere conferir a nuestra empresa o a nuestras marcas, de manera que nuestro público objetivo comprenda y aprecie la diferencia competitiva de nuestra empresa o de nuestras marcas sobre la empresa o marcas competidoras.

Normas para su desarrollo:

- Posicionar el producto de manera que tenga las características más deseadas por el target.
- Adelantarse al consumidor y desarrollar estrategias que permitan influir o formar la posición de un producto concreto, en su mente.
- Para posicionarse en la mente del consumidor es necesario saber cómo lo está nuestra competencia.
- Una vez que la empresa ha decidido la estrategia de posicionamiento, tiene que desarrollar las diversas estrategias de Marketing.

Tipos de posicionamiento:

- a) Posicionamiento basado en las características del producto
- b) Posicionamiento en base a Precio/Calidad
- c) Posicionamiento con respecto al uso o beneficios que reporta el producto
- d) Posicionamiento orientado al Usuario
- e) Posicionamiento por el estilo de vida
- f) Posicionamiento con relación a la competencia

La segmentación y el posicionamiento

Las empresas consideran que el mercado está integrado por pequeños grupos o segmentos, que son más homogéneos que el mercado total.

La estrategia de posicionamiento se desarrolla con un segmento específico en mente, pues no es posible ser exitoso con una estrategia que trate de apelar a todo el mercado.

El secreto está en tomar la iniciativa antes que la competencia haya tenido la oportunidad de establecerse, y sustentarse en dos principios fundamentales: una posición exclusiva y un amplio atractivo.”⁽⁶⁾

(6) www.estoesmarketing.com/Estrategias/Posicionamiento.pdf -- visitado el 28 de septiembre, 2011.

Por otro lado, tomamos como base para la investigación, el diseño de experiencia, sobre el cual Nathan Shedroff (“Experience Design I”, 2001) aporta un marco informativo interesante. Dicho autor, al igual que Bonsiepe recalca en la organización de los datos, para ser luego transformados en información. Éste caso construye un contexto y deriva en la comprensión de quien recibe la información.

El diseño de la experiencia constituye un acercamiento a implantar experiencias acertadas para la gente en cualquier medio. El acercamiento incluye la consideración y diseño en el espacio, en un cierto plazo, la apelación a los sentidos y a interactividad, el significado personal y el contexto emocional. Este concepto de “experiencia” va de la mano del de “arquitectura de la información”.

La arquitectura de la información es una disciplina relativamente nueva que nace tras la definición de Richard Wurman en 1975 en su libro titulado “Information Architects” (publicado en 1976). Allí plantea que el arquitecto de la información es “la persona que organiza los patrones inherentes a la información haciendo entendible lo complejo” o también que es “una persona que crea un mapa de información que permite a otros crear su vía personal hacia el conocimiento. Lo que diferencia a la información del conocimiento es la complejidad de la experiencia usada para comunicarlo. El campo del diseño de experiencias está surgiendo para aportar estos espacios donde el conocimiento pueda ser vivido como un camino a la sabiduría. La sabiduría es el nivel superior de comprensión, es valorar el contexto, las relaciones, las jerarquías, es un proceso personal, íntimo porque opera dentro de nosotros.

Entendemos entonces, que éste es un campo y una proximidad a diseñar comunicaciones claras, comprensibles, dando cuidado a la estructura, contexto, y a la presentación de datos y de la información. No es posible desarrollar comunicaciones claras sin importar el medio. Se trata de un nivel distinto de la significación cognoscitiva que representa cómo la gente entiende el mundo que los rodea, siendo que la realidad construida en sus mentes por la significación cognoscitiva explica el mundo de la “experiencia”.

Consecuentemente apelar al comportamiento emocional del usuario es un recurso válido e indispensable siendo que las emociones afectan a la capacidad de atención y memorización, al rendimiento del usuario y a su valoración del producto. La experiencia del usuario se verá, entonces, influida por expectativas y hábitos previos, condicionando así, expectativas y hábitos futuros.

Identidad Institucional

Siguiendo los lineamientos anteriormente expuestos, la conformación de una identidad institucional debe tener en cuenta tanto los factores constitutivos de la institución como así también hacia quién va dirigida esa identidad; es indispensable la delimitación del público receptor, sus competencias y necesidades.

La identidad es un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento ante la comunidad, es la manera por la cual transmite quien es, qué es, qué hace y cómo lo hace, cimentándose en un conjunto de representaciones mentales tanto afectivas como racionales que un individuo o un grupo de individuos asocian a una institución; representaciones que son el resultado concreto de las experiencias, creencias, actitudes, sentimientos e informaciones de dicho grupo de individuos. Se trata de una representación mental creada como reflejo de la cultura de la empresa en las percepciones del entorno.

Dicha representación goza de la estabilidad necesaria para su supervivencia, pero también es verdad, que la identidad no es algo estático, sino que posee una estructura dinámica sensible tanto a los cambios que experimenta el entorno social en que la institución se inserta como a los que se suceden en las estrategias internas y disciplinarias propias de su función.

Los elementos que componen la identidad son la notoriedad, la fuerza y el contenido.

-la notoriedad: se refiere al grado de conocimiento espontáneo o no- que los individuos tienen de la entidad.

-La fuerza: tiene que ver con la rapidez y espontaneidad con la que un producto o una institución se asocia con un estímulo.

-El contenido: hace referencia a las características (atributos) asociadas a la entidad. ⁽⁷⁾

Fournier, Romina y Yebrin Salome, “La identidad institucional como proceso emergente de la ausencia de comunicación eficaz”, Trabajo de Investigación, 2006

(7) Fournier, Romina y Yebrin Salome, “La identidad institucional como proceso emergente de la ausencia de comunicación eficaz”, Trabajo de Investigación, 2006

ANTECEDENTES y CONTEXTO

Capítulo 4: Análisis de las Bandas de Rock emergentes

“Una hilación poética lleva a una mayor emotividad y estimula al espectador. Ella es precisamente la que hace participar del conocimiento de la vida, porque no se apoya en conclusiones fijas, ni en rígidas indicaciones del autor. A disposición del espectador, en libertad, está tan solo aquello que ayuda a intuir el sentido profundo de las imágenes representadas”. Andrei Tarkovsky

Universo

Nuestro universo está compuesto por las Bandas de Rock Emergentes (BREs) de la Quinta Región y la Región Metropolitana.

Según la SCD (Sociedad Chilena de Derechos de Autor), son 340 las Bandas de Rock que pertenecen a estas dos regiones. Sin embargo, esta es una cifra aproximada ya que se restó un porcentaje que se estimó como bandas no emergentes (es decir, que ya son bandas consolidadas a nivel nacional) y otro porcentaje de bandas que ya pueden haberse disuelto

Perfil

Las Bandas de Rock emergentes que tomaremos para este proyecto están compuestas por un número de entre 3 y 6 integrantes. Estos son mayoritariamente hombres de entre 20 y 30 años en proceso de estudios (universitarios o técnicos) o comenzando su vida laboral, que no necesariamente tiene que ver con el rubro de la música.

Son de clase media y media alta. Viven mucho de noche y es ahí donde se conocen entre integrantes de otras bandas conversando sobre música, consumiendo principalmente cerveza escudo. Suelen salir entre ellos, no integran a muchas personas que no toquen en otras bandas (salvo sus parejas).

Se clasifican las bandas en 4 categorías: banda de colegio, banda hobby, banda “en serio” y banda profesional.*

Tomando en cuenta para este proyecto las bandas que son “en serio” y profesionales, para lograr un orden y nivel mínimos para el producto.

* Ver anexos para conocer en detalle las características y requisitos de cada categoría.

Perfil del Público Rockero



Fotografía por: Cristián Zúñiga

El público que asiste a los recitales o “tocatas” de rock son mayoritariamente hombres de entre 15 y 26 años de clase media y clase media baja.

Visten con predominancia del negro y con poleras de sus bandas favoritas. Usan el pelo corto llevando piercings y tatuajes.

Usan ropa de marcas como ADIDAS, vans y converse.

Se desplazan en transporte público y siempre se ven a las afueras de las tocatas con una cerveza en la mano.

Tienen mucha energía al momento de escuchar una banda, al punto en que saltan y se golpean entre si.

Es muy bien visto entre ellos, que se sepan la historia en detalle de sus bandas favoritas, desde su discografía completa, hasta la edad de los integrantes.

No pertenecen a ninguna religión ni sectas.

Viven con sus padres o bajo su sustento económico.

El “gusto” por la música Rock comienza a muy temprana edad: en la adolescencia. Es en esta difícil etapa, llena de nuevas experiencias y frustraciones, cuando las personas buscamos respuestas y maneras de canalizar nuestros sentimientos.

A pesar de lo que muchos deben pensar, en general, los rockeros son personas muy sensibles, reflexivas y honestas que buscan refugiarse en la propuesta ruda, segura y potente del rock para mostrarse más fuertes y que no les hagan daño. Esa es su manera de protegerse y encontrar apoyo en sus frustraciones o desacuerdos que sienten hacia las cosas que ocurren en sus vidas o en el mundo.

Con el paso de los años, estas personas van aprendiendo a sobrellevar sus dificultades y pueden mostrarse al mundo de una manera más “normal”, ya sin sus cadenas, ropa negra y expresiones amenazantes, sin embargo siempre quedará dentro de ellos ese “cariño” y ese gusto por aquello que fue capaz de sostenerlos en su juventud.

Fuente: Entrevista a psicóloga Carolina Burckhardt



Para saber lo que sucede actualmente con las bandas de rock en particular, se utiliza la entrevista en profundidad de tipo abierta, lo que nos permite mantenernos al margen de las respuestas, sin influir en su contenido y poder ser receptores de la información entregada sin intervenir en ella. Entenderemos por entrevista abierta aquella que no tiene un cuestionario rígido, sino que más bien se crea una lista de preguntas prefijadas que permiten ser guías en el proceso. Esta se aplica a un número más bien reducido de personas, por lo mismo no requiere una selección muestral previa de corte estadístico.

La entrevista, además, es semiestructuradas, ya que se realiza a través de un cuestionario creado por nuestras dimensiones de estudio, abierto a crear más preguntas en la interacción de la conversación, por ende a lo largo de la entrevista se pueden agregar o quitar preguntas según cómo se va recopilando la información que se busca.

También se realiza observación de campo, como complemento para el análisis.

- ¿Cuánto tiempo llevan como banda?
- ¿Cómo definen su estilo musical?
- ¿Dónde ensayan? ¿Durante cuánto tiempo? ¿Con qué frecuencia?
- ¿Funcionan de forma independiente o bajo un sello o productora?
- ¿Tienen material discográfico? (ej.: demo, EP, disco...)
 - a) ¿Cómo lo promocionan?
 - b) ¿Cómo lo distribuyen?
 - c) ¿Qué precio tiene?
 - d) ¿Cuántas copias hicieron?
 - e) ¿Cuánto les costó aproximadamente (grabación, mezcla, pasterización, copias...)?
 - f) ¿Cómo lograron juntar ese dinero?
 - f) ¿Cuántos se han vendido, aproximadamente?
- ¿Tienen video clip?
 - a) ¿Cómo lo idearon?
 - b) ¿Cómo lo promocionan?
 - c) ¿Cómo lo distribuyen?
 - d) ¿Cuánto les costó aproximadamente?
- ¿Puedes hablarme un poco de cada uno de los integrantes y su manera de participar en la banda? (ej. Juanito es el que generalmente compone, a Benito le gusta hacer los arreglos, Andy nos hace reír y nos da copete y el Lalo organiza las tocatas)

- A demás de los integrantes de la banda, ¿quién más forma parte del equipo? (ej.: manager, roadies, fotógrafos, sonidistas...)
- Al momento de una nueva presentación, ¿Cómo se preparan? ¿qué consideraciones tienen para el show? (ej.: buena ejecución, setlist organizado, material visual, vestuario, posiciones en el escenario, discurso entre canciones, cosas para regalar...)
- ¿Qué exigen cuando los invitan a tocar? (ej.: cierta suma de dinero, backline, luces o ambientación, pirotecnia, dimensiones del escenario, backstage, estacionamiento...)
- ¿En qué tipo de lugares han tocado? (ej.: casas de amigos, estudios de televisión, bares o locales con menos de 250 personas, estadios, teatros, etc...)
- ¿Han tenido presentaciones en otras regiones de Chile o el mundo?
- ¿Tienen algún tipo de alianza con otras empresas o instituciones?
- ¿Pertenece a algún movimiento o campañas?
- ¿Cómo es su público generalmente? (sexo, rango de edad, nivel de educación, cómo se visten, qué otras bandas les gustan, etc...).
- ¿Cuál es la temática de sus canciones?
- ¿Qué mensaje transmiten o les gustaría transmitir?



Rtumba
Santiago



Inferis
Valparaíso



Aiken
Santiago



Sikario
Santiago



Royal Grave
Santiago



Velattore
Valparaíso

ESTILO MUSICAL

Para comenzar, lo primero que llama la atención al ver los resultados de la entrevista realizada, es que 5 de las 6 bandas entrevistadas, no pueden definir su estilo musical. Esto los hace ser una mezcla de sonidos, al parecer, por miedo a encasillarse. Por ejemplo:

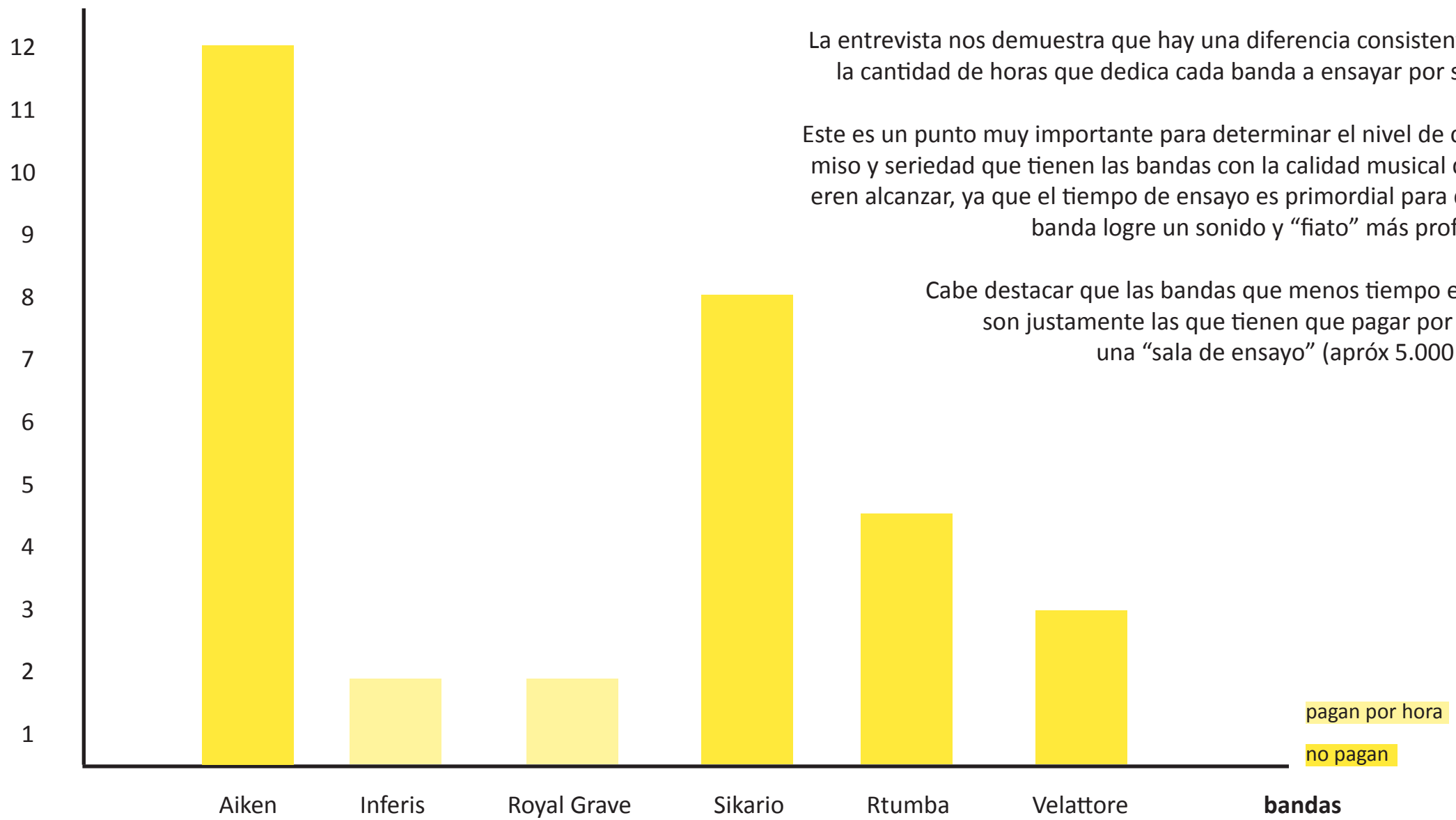
Jorge de Sikario dice: “no tiene estilo Sikario, tiene bases death metal y vamos recogiendo lo que se va dando en el camino. Por ejemplo a mi me gusta el rock progresivo y trato de incorporar eso a los temas, a algunos de los chicos les gusta el hardcore y hay algunos matices ...”

Wezo de Royal Grave dice: “nosotros decimos que no tenemos estilo musical porque cada integrante de la banda tiene su estilo propio. Por ejemplo el otro vocalista escucha mucho grunge entonces sus voces son más “grungeras”, yo escucho hardcore entonces ahí se combinan. A otros compadres les gusta más el rap, ahí se va mezclando con el heavy metal, es una mezcla de todo. Se podría decir que es algo nuevo. No queremos encasillarnos nunca para abarcar más”.

La única banda que logró dar una respuesta más clara al respecto fue Aiken que se definen como “sub-pop” o “rock-energético” que, aunque sea un nombre inventado, ellos son capaces de tomar una posición y quedarse con ella.

*Para conocer los resultados completos de la entrevista, ver anexos

horas por semana



La entrevista nos demuestra que hay una diferencia consistente entre la cantidad de horas que dedica cada banda a ensayar por semana.

Este es un punto muy importante para determinar el nivel de compromiso y seriedad que tienen las bandas con la calidad musical que quieren alcanzar, ya que el tiempo de ensayo es primordial para que una banda logre un sonido y “fiato” más profesional.

Cabe destacar que las bandas que menos tiempo ensayan, son justamente las que tienen que pagar por hora en una “sala de ensayo” (aprox 5.000 por hr).

Estado Actual de las Bandas estudiadas

Tomando en cuenta el mapa presente en la pagina 7, sobre todas las partes que configuran una banda, se crea una tabla para medir, a grandes rasgos, el estado en que se encuentran las bandas emergentes. Ésta plantilla identifica gráficamente los puntos fuertes y débiles de cada banda, para tener mayor claridad sobre cuáles son las falencias más comunes en las bandas chilenas de rock emergente.

Los puntos específicos son:

Marca: configurado por el nombre de la banda y sus logotipos.

Historia: es el “cuento” atrayente para el público

Líricas: en contenido coherente y claro de sus letras

Personajes: el rol de cada integrante para la percepción del público

Calidad Músicos: la capacidad de ejecutar correctamente sus instrumentos, según su música les exige

Show: seguridad en el escenario; actitud

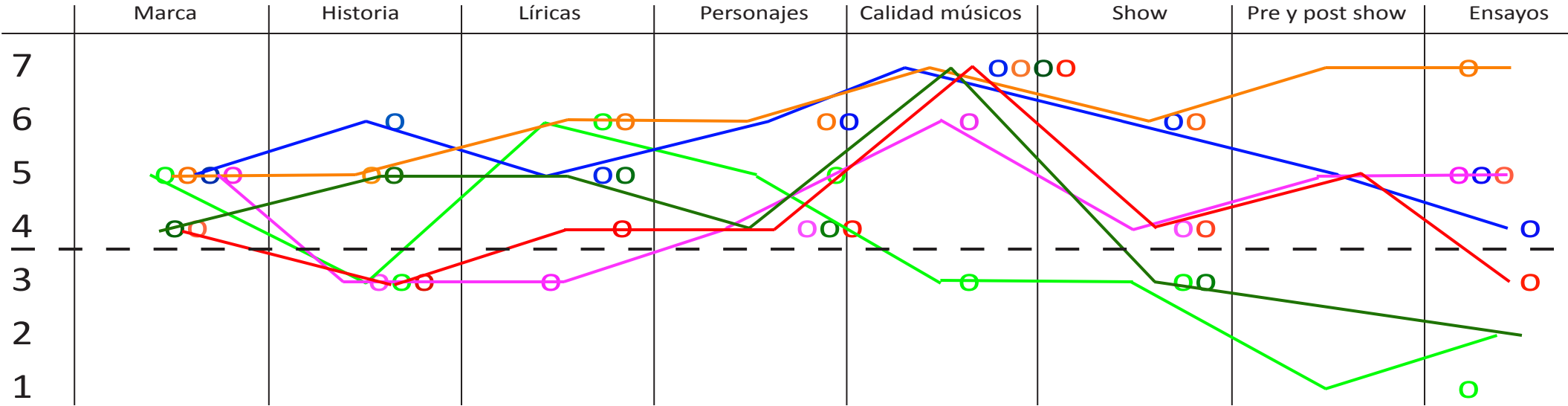
Pre y Post Show: condiciones físicas y mentales en que llegan y se van del evento

Ensayos: nivel de compromiso y esfuerzo para lograr buen sonido

Tabla de medición del estado actual de las bandas estudiadas

| | |
|-------------|-----------|
| Royal Grave | Sikario |
| Rtumba | Inferis |
| Aiken | Velattore |

A través de este simple recurso gráfico, podemos notar que el punto más débil de nuestras bandas es que no cuentan con una historia. Esto quiere decir que no tienen definido un “cuento” o concepto para proyectar. A causa de esto, podemos caer en una falta de coherencia en el show (punto también bajo), líricas y personajes ya que, los mismos integrantes de la banda no han descubierto la imagen que se debe expresar.



DESARROLLO de PROPUESTA

Propuesta Conceptual

Propongo el **autosustento** para las bandas de rock emergentes, a través del **enaltecer radial y expansivo** de sus partes innatas propiciando la experiencia de **comunidad** entre ellas y su público

Propuesta Formal

Se expresa como un **halo protector** que se impregna **fuertemente** a lo único y personal. Se muestra con **amplitud** a manera de **espiral luminoso y envolvente**, generando una **unión** que **envuelve** a ambas partes en **equilibrio**.

Se propone el autosustento para las bandas de rock emergentes, a través de la creación de una imagen de banda, obtenida desde su propia identidad, para que sea transmitida en los conciertos de manera que el público se sienta sostenido emocionalmente con la banda y la hagan parte de sí mismos generando una retroalimentación de ambas partes.

Hacer del concierto de una banda de rock, una experiencia completa que alimente al público y a la banda por más de un sentido, proyectando en ellos un mensaje claro y coherente.

Objetivos

Objetivo General: Entregar herramientas de diseño a las Bandas de Rock emergentes para que puedan posicionarse en el mercado nacional. Es decir, hacer del diseño una herramienta estratégica para su desarrollo y que puedan autosustentarse económicamente; haciendo de un semi-elaborado, un producto completo.

Objetivos Específicos: - Crear un modelo de diseño para que las bandas puedan proyectar una imagen adecuada y entregar a su público una real experiencia en los conciertos.
- Lograr cautivar y fidelizar a un público masivo a nivel nacional.

DISEÑO de PROYECTO

Experiencia de comunión entre el público y las bandas ...

BANDA



PÚBLICO



(com) **UNIÓN**



Informa
Recibe



YO

Veo
Comparto
Opino
Participo

Se propone desarrollar un espacio virtual para el nacimiento de una comunidad que involucre a las bandas de rock emergentes y a su público, a tiempo real y de manera directa.


Ambos participan, comparten, se informan y opinan, sobre la experiencia del show logrando así, permeabilizar la barrera que separa estos a estos dos mundos.



“Chile lidera uso de internet en smartphones en la región.

... La conectividad móvil se ha convertido en casi un **requisito para vivir la llamada sociedad de la información**. Contar con datos actualizados en **tiempo real** y la posibilidad de subir información al instante han logrado que servicios como Twitter o Facebook se vuelvan cada vez más populares...

Según Alejandro Fosk, vice presidente senior para América Latina en comScore, esto podría deberse a que en Chile las compañías proveedoras han tomado una estrategia muy agresiva en cuanto a los precios de los teléfonos inteligentes en miras de la portabilidad numérica. “Hoy se puede acceder a un iPhone o un Android **prácticamente desde costo cero**”, dice Fosk” (8)

“Durante el mes de Septiembre, Ericsson impulsó la realización de un estudio de mercado relevante en Chile, cuyo objetivo principal buscaba entender los diferentes perfiles, comportamientos de consumo, motivaciones de uso y principales servicios de valor agregado de mayor interés a ser utilizados por los usuarios de servicios de telefonía móvil, fija, internet, **banda ancha móvil** y servicios asociados a TV. 

El análisis realizado, considera una muestra de 1032 encuestados, entre 15 y 69 años, pertenecientes a las ciudades de Santiago, Antofagasta y Concepción, considerando estadísticamente, una representatividad para una base de 4.000.000 de personas...

... Un 43% de la base encuestada indica tener interés en utilizar banda ancha móvil desde una computadora portátil un **36% a través de celulares/smartphones** y un 27% desde tabletas.

... Del análisis realizado, se concluye que existe un **mercado potencial relevante** para el uso de aplicaciones a través del celular, lo cual se ve impulsado por el acceso a banda ancha móvil, permitiendo la **navegación en internet en forma simple, eficiente y eficaz**, desde diferentes dispositivos, una de las funcionalidades más utilizadas. En este contexto la expansión del uso de celulares inteligentes (smartphones) es una realidad, y su **incorporación masiva en forma acelerada** permitirá a los operadores incrementar el uso de servicios de valor agregado de datos en su red.

Las áreas de entretenimiento, redes sociales, descarga de videos/video clips/música, es un foco relevante, permitiendo expandir aun más la oferta existente.”(9)

(9) http://www.ericsson.com/ar/news/2011-12-07-smart-phone-es_3377875_c visitado el 20/04/2012





Info en show

encuentra el código QR en cada show y ajústalo aquí



BRANDBOARD

Tecnología
e Instrumentos



Comunicaciones



Vestuario
y Consumo



Bandas



Mockup

El mockup es el mapa de la aplicación a modo de borrador, para definir las funciones principales que ésta debe tener. Aquí se determina la base de la interfaz del sistema.

pre



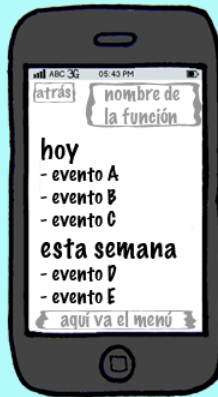
SHOW



post

Funciones generales que deben estar en el menú permanente de la aplicación.

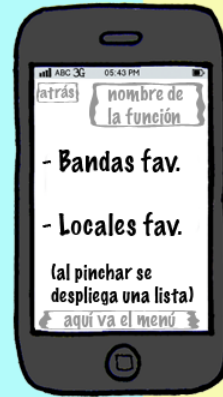
EXPLORATORIA



Calendario:

Se muestran los shows ordenados por fecha.

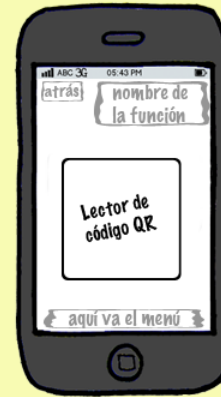
INDAGATIVA



Favoritos:

Se configuran las bandas y locales favoritos, para recibir notificaciones personalizadas.

VÍNCULANTE



Código QR:

Se lee el código QR para obtener información específica del show que se está viendo. Por ejemplo, los equipos que está usando la banda (dónde comprarlos) y las canciones que se van a tocar, junto con sus letras.

PARTICIPANTE



Comenta:

Se genera un foro sobre cada show. Aquí se puede comentar, calificar y publicar fotos o videos.

ÍNTIMO



Identificate:

Las bandas pueden leer y responder los comentarios que se hicieron de sus shows. Y el público puede seguir este foro. Los usuarios serán identificados a través de sus cuentas de twitter o facebook.

PRODUCTO

Principalmente se utiliza 1 color para el diseño de la aplicación (a demás de los neutros blanco y negro). Se escoge el **amarillo** en base a lo que se pretende lograr emocionalmente en el usuario: una apertura a la innovación, a conocer cosas nuevas (bandas emergentes), y a sentirse parte activa de una comunidad de forma natural y espontánea, sin limitantes ni censuras.

“Teoría psicológica del color según Max Lüscher

Amarillo (saturado): Representa la espontaneidad y es excéntrico, **activo**, planificador, heterónimo, **expansivo**, ambicioso e inquisitivo. Sus aspectos afectivos son la variabilidad, la **expectación**, la originalidad, el regocijo.

Por regla general:

Los amarillos nos indican la actitud ante el futuro, los nuevos acontecimientos, las expectativas.”⁽¹⁰⁾

(10) <http://sobrecolores.blogspot.com/2008/01/teora-psicologica-del-color-segn-max.html>

PRODUCTO

Tipografía

El contenido de la aplicación se divide en 3 categorías principales:

- Título: Se representa a modo de “cartel de Broadway” que anuncia un evento muy importante.

*trendy
loafing*

- Sub-título: Consiste en una comunicación más urbana, como las rayas en los muros de la ciudad.

Chalk-
duster

- Información: Se comporta de manera funcional, para informar claramente el mensaje y comunicarse entre pares sin diferencias.

Arial

PRODUCTO



Se utiliza un background de estilo urbano que representa los muros de la ciudad que, durante décadas, han sido el lienzo principal para publicitar tocatas de rock.

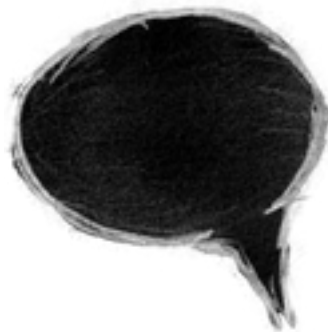
Iconos:

Siguiendo con la temática urbana, se utilizan íconos dibujados con trazos distintivos de un lenguaje coloquial e informal. De esta forma, la comunicación se siente más cercana e íntima para el usuario.

Sin embargo, las formas siguen siendo parte de una iconografía universal dentro de las aplicaciones móviles, con el fin de que sean reconocidos fácilmente de parte de un público que usa frecuentemente esta tecnología.



Favoritos



Comentar



Calendario



Búsqueda



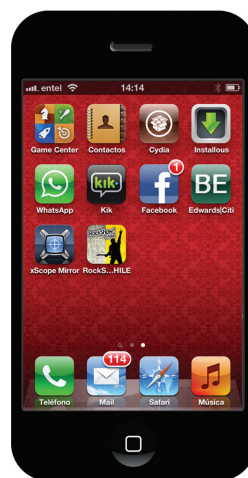
Usuario

PRODUCTO

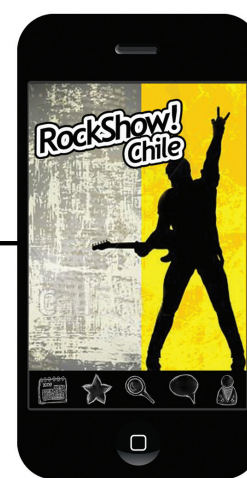
Mapa App

VÍAS DE COMUNICACIÓN:

EXPLORATORIA



INDAGATIVA

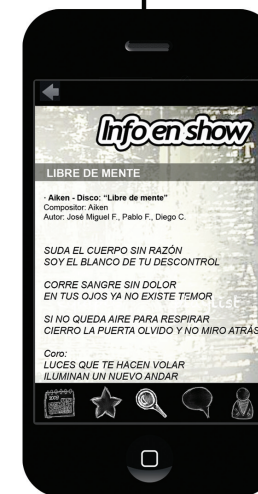
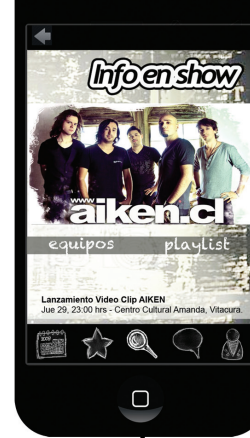


VÍNCULANTE

PARTICIPANTE

ÍNTIMA





Si bien este proyecto no es, en primera instancia, con fines de lucro, hay que valorar el trabajo de los ingenieros que programan la aplicación y la mantienen actualizada en el tiempo.

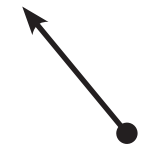
Es por eso que se dejan abiertas las puertas para todas las marcas que se vinculen de alguna manera con el mercado al que apunta y la situación de uso que tiene. Por ejemplo marcas de: productoras de eventos, bebidas alcohólicas, ropa específica, instrumentos musicales o radioemisoras. Estas pueden formar parte de la aplicación a modo de “banners” publicitarios.

Sin embargo son DOS las que hacen alianza directa y permanente en el uso de la aplicación:

- **Sistema de venta de entradas on-line**, como Ticketmaster, Puntoticket, Feriaticket, etc...
Ésta se ubica como link directo al ver el calendario de shows
- **Tiendas de instrumentos musicales**, como Audiomusica, Prosound, Bignoise, etc...
Su link directo se encuentra al ver los equipos que está usando cada banda en sus shows.



Lleva directamente a la página para la venta de entradas.



Lleva directamente a la página para la venta de instrumentos.

CONCLUSIONES

Se realiza un proyecto de diseño que hace un **aporte incremental** en el mundo de las aplicaciones móviles, incorporándose en un sistema ya existente y que crece muy rápidamente.

Sin embargo, logra un **aporte radical** en cuanto a su estrategia y concepto ya que involucra innovación sobre el mundo de la música para transformar la instancia de “tocata” en una experiencia única y completa de show, donde el público y la banda participan de manera activa, directa y a tiempo real, abarcando 5 distintas dimensiones del usuario: exploratoria, indagatoria, vinculante, participante e íntima.

Así, las bandas de rock emergentes pueden posicionarse más fácilmente en las redes de comunicación masivas, conocer de manera directa a su público y enterarse de su opinión y puntos de vista para ayudar a su crecimiento.

En esta primera etapa, el producto se realiza para iOS (sistema operativo de Apple Iphone), Sin embargo, en un futuro cercano, se debe incluir al resto de los sistemas operativos de smartphones como: android y symbian. Y trabajar en un plan de posicionamiento más **masivo** a través de la promoción del producto a través de distintas estrategias de publicidad y marketing.

BIBLIOGRAFÍA

Citas textuales:

- (1) <http://rocknvivo.com/2011/03/27/el-historico-espectaculo-de-u2-en-chile/> -- visitado el 11 de Julio, 2011.
- (2) http://www.u2chile.net/V3/index.php?option=com_content&task=view&id=543&Itemid=1 -- visitado el 11 de Julio, 2011.
- (3) <http://www.histomusica.com/libros/bandas.php?capitulo=55> -- Visitado el 15 de Mayo, 2011.
- (4) <http://www.elalmanaque.com/videos1/musica/rock/index.htm> -- Visitado el 13 de Mayo, 2011.
- (5) Padilla, Pablo. “El libro blanco del rock” pag. 240-242 -- Santiago : RIL editores, 2009
- (6) www.estoesmarketing.com/Estrategias/Posicionamiento.pdf -- visitado el 28 de septiembre, 2011
- (7) Fournier, Romina y Yebrin Salome, “La identidad institucional como proceso emergente de la ausencia de comunicación eficaz”, Trabajo de Investigación, 2006
- (8) <http://diario.latercera.com/2011/12/23/01/contenido/tendencias/16-94965-9-chile-lidera-uso-de-internet-en-smartphones-en-la-region.shtml> -- visitado el 18 de marzo, 2012
- (9) http://www.ericsson.com/ar/news/2011-12-07-smart-phone-es_3377875_c -- visitado el 20 de marzo, 2012
- (10) <http://sobrecolors.blogspot.com/2008/01/teora-psicologica-del-color-segn-max.html>

Fuentes:

www.musicapopular.cl - www.powermetal.cl - www.agendamusical.cl - www.rocknuevo.com

www.radiobiobio.cl - www.headbanger24.wordpress.com - www.chilerecitateles.cl - www.myspace.cl

Integrantes y páginas web de las bandas chilenas: Royal Grave Aiken Velattore Inferis
Rtumba Sikario.