



PROYECTO DE TITULACIÓN

Cubo

Proyecto posicionamiento de bandas *underground* en el mercado musical de Quito

MEMORIA TEÓRICA

PROYECTO DE DISEÑO

CRISTIAN ESTEFANO GOMEZ ZAMBRANO

Autor

Directora

Dairy Sánchez Maximova

Quito, Febrero 2025

CERTIFICADO DE AUTORÍA

Yo, Cristian Estefano Gómez Zambrano con cédula de ciudadanía No.1718581844, declaro que soy autor(a) del proyecto de Titulación con título: "Cubo". Que éste es original, auténtico, personal, todos los efectos académicos y legales que se desprenden del proyecto, son de mi exclusiva responsabilidad. Me acojo al Art.57 del Reglamento de la Dirección de Proyectos Académicos y Titulación.

En Quito, Febrero de 2025

CRISTIAN ESTEFANO GOMEZ ZAMBRANO

C.C

1718581844

CERTIFICADO DEL TUTOR

Yo, Dairy Sánchez Maximova con cédula No. 1720699717, certifico que el señor Cristian Gómez, realizó el presente Proyecto de Titulación bajo mi dirección, durante el desarrollo y culminación de este proceso.

DEDICATORIA

Para las personas que son mi inspiración:

A mi papá Hugo, por enseñarme a ver belleza en lo simple.

A mi mamá Sandra, por mostrarme que el amor es la mayor creación.

A mi tía Germania, por recordarme que la libertad es el mejor lienzo.

A Meli, mi musa, por convertir cada momento en arte.

Y a mis amigos Luv, Milo, Samantha y Anthuan, por ser mi apoyo incondicional.

Ustedes son las piezas que forman quien soy como creativo. Gracias por inspirarme a transformar lo cotidiano en algo extraordinario.

ABSTRACT

"Cubo" design project focuses on positioning independent bands within Quito's music market. Despite the underground scene's authenticity and diversity, it struggles with visibility and outreach due to limited spaces, lack of institutional support, and gatekeeping. This project aims to create opportunities for these bands by producing high-quality visual and audiovisual content that captures their identity and connects them with a wider audience. The project proposes creating audiovisual capsules with a vintage aesthetic inspired by "MTV Unplugged," aiming to capture the intimacy and raw energy of underground music.

The project's methodology uses deductive research, analyzing marketing and visual communication theories and models to adapt them to Quito's underground bands. It explores key concepts like "underground," "independent bands," "gatekeeping," visual identity, and positioning strategies. Case studies of Ecuadorian bands and visual references from the music industry are analyzed. The design proposal centers on creating vintage-aesthetic audiovisual capsules to capture the authenticity and intimacy of underground music.

"Cubo" aims to significantly contribute to the visibility of independent bands in Quito, strengthening their presence in the music ecosystem and enriching the city's cultural offerings. The project hopes to improve the bands' visibility and positioning, positively impacting their artistic and professional development. Recommendations include strengthening the bands' visual identity, expanding outreach strategies, exploring new audiovisual formats, fostering collaboration and networking, and optimizing available resources.

Beyond audiovisual capsules, the project includes producing photographic and editorial material to complement the bands' positioning strategy. The goal is to create high-quality content that the bands can use on their social media and digital platforms, enhancing their online presence and connecting more effectively with their audience. This material is intended as a promotional and outreach tool, enabling the bands to reach new audiences and solidify their image in the local music market.

To conclude, the "Cubo" project is designed as a comprehensive initiative to boost Quito's underground music scene, providing independent bands with tools and resources to improve their visibility, positioning, and audience connection. By creating high-quality audiovisual and photographic content, the project seeks to positively impact the local music community, enrich the city's cultural diversity, and promote artistic innovation.

Resumen

El proyecto de diseño "Cubo" se centra en el posicionamiento de bandas independientes en el mercado musical de Quito. La escena underground, a pesar de su autenticidad y diversidad, enfrenta desafíos para su difusión y visibilidad debido a la falta de espacios, apoyo institucional y el fenómeno del gatekeeping . El proyecto busca generar oportunidades para estas bandas a través de la creación de contenido visual y audiovisual de alta calidad que refleje su identidad y esencia, conectándolas con un público más amplio. Se propone la creación de cápsulas audiovisuales con una estética vintage inspirada en el "MTV Unplugged", buscando capturar la intimidad y la energía cruda de la música underground.

La metodología del proyecto se basa en la investigación deductiva, analizando teorías y modelos de marketing y comunicación visual para adaptarlos al contexto específico de las bandas underground de Quito. Se exploran conceptos clave como underground, bandas independientes, gatekeeping , identidad visual y estrategias de posicionamiento. Se analizan casos de estudio de bandas ecuatorianas y referentes visuales de la industria musical. La propuesta de diseño se centra en la creación de cápsulas audiovisuales con una estética vintage, buscando capturar la autenticidad e intimidad de la música underground.

El proyecto "Cubo" busca ser un aporte significativo para la difusión de las bandas independientes de Quito, fortaleciendo su presencia en el ecosistema musical y enriqueciendo la oferta cultural de la ciudad. Se espera que este proyecto contribuya a mejorar la visibilidad y el posicionamiento de las bandas, generando un impacto positivo en su desarrollo artístico y profesional. Se recomienda fortalecer la

identidad visual de las bandas, expandir las estrategias de difusión, explorar nuevos formatos audiovisuales, fomentar la colaboración y el trabajo en red, y optimizar los recursos disponibles.

Además de la creación de cápsulas audiovisuales, el proyecto contempla la producción de material fotográfico y editorial que complemente la estrategia de posicionamiento de las bandas. Se busca generar contenido de alta calidad que pueda ser utilizado por las bandas en sus redes sociales y plataformas digitales, fortaleciendo su presencia en línea y conectando con su público de manera más efectiva. Se espera que este material sirva como una herramienta de promoción y difusión para las bandas, permitiéndoles llegar a nuevas audiencias y consolidar su imagen en el mercado musical local.

En resumen, el proyecto "Cubo" se plantea como una iniciativa integral que busca impulsar el desarrollo de la escena musical underground de Quito, ofreciendo a las bandas independientes herramientas y recursos para mejorar su visibilidad, posicionamiento y conexión con el público. A través de la creación de contenido audiovisual y fotográfico de alta calidad, se busca generar un impacto positivo en la comunidad musical local, enriqueciendo la diversidad cultural de la ciudad y promoviendo la innovación artística.

Fuentes y contenido relacionado

Palabras Clave

Música, escena, Quito, videoclip, cápsulas, audiovisuales, gestión cultural, promoción, bandas, underground, moda y tendencias.

ÍNDICE

ABSTRACT.....	5
1. INVESTIGACIÓN PRELIMINAR.....	4
1.1.Definición del Problema.....	4
1.2.Justificación.....	6
1.3.Estados del Arte.....	8
1.3.1.Referencia 1: AudioTree Sessions.....	8
1.3.3.Referencia 3: NPR Tiny Desk Concerts.....	10
1.3.4. Referencia 4: Johan Ramos (Jar).....	11
1.3.5.Referencia 5: David M. Helman y Hyaden Manson.....	12
1.3.6 Referencia 6: Wong Kar-Wai.....	13
1.4.Objetivos y Alcance.....	16
1.4.1 Objetivo general.....	16
2. PLANIFICACIÓN.....	19
2.1.Planificación estratégica y táctica.....	19
2.2 Planificación táctica:.....	20
2.2.1.Fase 1 Investigar.....	20
2.2.2.Fase 2: Analizar.....	21
2.2.3.Fase 3: Diseñar.....	25
2.2.4.Fase 4: Producir.....	27

2.2.5.Fase 4: Postproducción (Fotografía y Video).....	28
2.2.6.Fase 5: Entrega y Distribución.....	28
2.3 Estrategia de Innovación.....	29
3.DESARROLLO.....	30
3.1.Metodología de la investigación y diseño.....	30
3.2.Planteamiento teórico - conceptual.....	31
3.3. La escena underground en Quito.....	31
3.3.1. Underground: definición, historia y evolución.....	31
3.3.2. <i>Escena musical underground en Quito</i>	33
3.3.3.Audiencias de la Escena Underground en Quito.....	35
3.4. Bandas independientes.....	38
3.4.1.Bandas independientes en Quito.....	38
3.4.2.Acceso y derechos de transmisión y de uso de imagen.....	39
3.4.3 Casos de estudio.....	41
3.5.Propuesta de Diseño.....	49
3.6 DISEÑO EN DETALLE.....	50
3.6.1.Características específicas de las estéticas underground.....	50
3.7. Aspecto o Forma.....	52
3.7.1.Moda, el diseño gráfico y el diseño fotográfico, se intersecan con la música.....	54
3.7.2 Estéticas asociadas a las bandas.....	56

3.8. Materiales, plataformas y soportes.....	59
3.9.Pasión personal y generacional.....	63
4. El mercado.....	66
4.1 Marca y comunicación.....	66
4.1.1 Marca.....	66
4.1.2 Logotipo, color y tipografía.....	68
4.2 Estrategia de difusión.....	71
4.2. Presupuesto.....	72
4.2.1.Presupuesto Real.....	72
4.2.2 Presupuesto ideal.....	74
5.2.Recomendaciones.....	81

Título y Subtítulo

- Título: Cubo
- Subtítulo: Proyecto audiovisual y fotográfico de bandas independientes de Quito

Campo del Conocimiento:

- Campo amplio de Artes y Humanidades.
- Campo específico de Técnicas Audiovisuales y Producción para Medios de Comunicación.

Introducción

La escena musical *underground* de Quito, caracterizada por su autenticidad y resistencia a los circuitos comerciales, representa un ecosistema vibrante donde convergen géneros como el post-punk, indie rock, shoegaze y jazz experimental. Sin embargo, esta diversidad creativa enfrenta desafíos estructurales: falta de espacios culturales, baja asistencia a conciertos, escasa promoción institucional y fenómenos como el *gatekeeping*, que limitan su crecimiento y conexión con audiencias más amplias. Estas barreras no solo dificultan el posicionamiento de las bandas independientes, sino que también invisibilizan su aporte a la identidad cultural de la ciudad.

Ante este contexto, surge *Cubo*, un proyecto de diseño fotográfico y audiovisual que busca redefinir la visibilidad de las bandas *underground* quiteñas. Inspirado en referentes como *Audiotree Live*, *MTV Unplugged* y los *Tiny Desk Concerts*, el proyecto propone crear cápsulas audiovisuales íntimas y sesiones fotográficas que capturen la esencia cruda y auténtica de estos artistas. Mediante una estética que fusiona lo nostálgico y lo contemporáneo —con influencias visuales de Wong Kar-wai y técnicas *DIY*—, *Cubo* busca romper con las dinámicas excluyentes, democratizando el acceso a herramientas profesionales de promoción sin comprometer la independencia creativa.

El objetivo central es generar un puente entre los artistas y su público, utilizando la imagen como herramienta narrativa para amplificar emociones, historias y sonidos marginados. A través de casos de estudio como las bandas *Luv*, *Melancolía* y *Mil*, el

proyecto explora cómo la fotografía y el video pueden transformarse en vehículos de resistencia cultural, potenciando no solo la difusión musical, sino también la construcción de una comunidad cohesionada alrededor de lo alternativo.

Este documento articula una metodología deductiva, analizando estrategias globales para adaptarlas al contexto local, y propone un modelo innovador que integra diseño gráfico, gestión cultural y tecnología. Más que un ejercicio académico, *Cubo* se erige como un manifiesto visual que celebra la diversidad sonora de Quito, invitando a repensar el valor de lo *underground* en la construcción de una escena musical inclusiva y sostenible.

1. INVESTIGACIÓN PRELIMINAR

1.1. Definición del Problema

El término *underground* en la música tiene sus orígenes en la

contracultura de los años 60, cuando se utilizó para describir movimientos artísticos que operaban fuera de las estructuras comerciales convencionales. Estos artistas, particularmente en géneros como el rock psicodélico, el punk y la música experimental, no buscaban éxito comercial masivo, sino que priorizan la autenticidad, la innovación y la independencia creativa. La filosofía del "hazlo tú mismo" (*DIY*) fue clave para el desarrollo de estas subculturas musicales, permitiendo a bandas, sellos discográficos y promotores autogestionados crear redes alternativas de difusión (Mayorga, 2024). A lo largo de los años, el concepto de underground ha evolucionado, abarcando géneros como el hip hop y la música electrónica, manteniéndose fiel a su esencia de independencia y crítica social.

En Quito, el término *underground* se aplica a los artistas que operan fuera del sistema comercial y que prefieren no ser auspiciados por grandes empresas que explotan su arte. Sin embargo, este deseo de mantener la independencia ha generado desafíos importantes para la difusión de ciertas escenas musicales, como la del emo, que enfrenta una falta de espacios

culturales, baja asistencia a conciertos y pocas oportunidades de promoción. Estas condiciones han dificultado el resurgimiento de la escena underground en el mercado quiteño, ya que las dinámicas del entorno cultural local no facilitan su crecimiento (Mayorga, 2024).

A pesar de los esfuerzos de la Alcaldía de Quito por promover la cultura como eje de inclusión y diversidad, a través de la Secretaría de Cultura y sus plataformas de apoyo a eventos artísticos, la mayoría de los artistas promocionados por estas agendas culturales están asociados a empresas productoras y no a escenas independientes como el underground (Quito Cultura, 2024). Este vacío en la promoción de bandas independientes resalta la necesidad de iniciativas que les den visibilidad y apoyo fuera de los circuitos comerciales tradicionales.

Uno de los problemas que agravan la situación de las bandas underground en Quito es el fenómeno del *gatekeeping*, que controla el acceso a la comunidad underground. Este control, que a menudo responde al miedo de diluir la esencia de la subcultura con la llegada de nuevos públicos, crea barreras que limitan la expansión y renovación de la escena. Si bien este fenómeno permite mantener la identidad distintiva de la comunidad, también genera actitudes excluyentes que frenan el crecimiento de la subcultura y su apertura a nuevas experiencias y audiencias (Galarza, 2024).

Ante este contexto, surge una clara oportunidad de diseño para un proyecto de titulación en Diseño Fotográfico que se enfoque en el posicionamiento de bandas independientes, específicamente dentro de la

escena underground o afines, a través de la fotografía y el video. Este proyecto tiene como objetivo generar visibilidad para estas bandas, utilizando la imagen como herramienta clave para conectar a los artistas con un público más amplio y diverso. A través de la creación de contenido visual que refleje la identidad y esencia de estas bandas, se podría romper con las barreras impuestas por el *gatekeeping* y facilitar su integración en el mercado musical local, sin necesidad de comprometer su independencia ni asociarse a empresas que exploten su arte.

En definitiva, este proyecto busca, no solo promover a las bandas *underground*, sino también contribuir a transformar las dinámicas del entorno musical de Quito, abriendo nuevas oportunidades de difusión y acceso, al mismo tiempo que se respeta la autonomía creativa de los artistas.

1.2. Justificación

La música *underground* se caracteriza por desarrollarse fuera de los circuitos comerciales y convencionales de la industria musical. Los artistas que pertenecen a este ámbito suelen priorizar la autenticidad, la innovación y la independencia creativa, en lugar de buscar éxito comercial masivo. El término *underground* no solo se refiere a la música que no recibe apoyo de grandes empresas o sellos discográficos, sino que también está vinculado a subculturas y movimientos contraculturales que buscan mantener su identidad al margen de lo establecido. En este contexto, el concepto de música independiente se

entrelaza con el de música *underground*, ya que muchas bandas y artistas independientes operan de manera autogestionada, sin depender de los mecanismos de distribución y promoción convencionales.

En Quito, la escena musical *underground*, incluyendo géneros como el emo, el punk y el rap, enfrenta desafíos estructurales que limitan su visibilidad y crecimiento. La falta de espacios para eventos, la escasa asistencia a conciertos y la carencia de apoyo institucional para estas subculturas dificultan su desarrollo. Además, el fenómeno del *gatekeeping*, que actúa como una barrera dentro de las propias comunidades *underground*, restringe el acceso de nuevas audiencias y perpetúa una visión excluyente, frenando la expansión de estos movimientos musicales.

Es importante darle oportunidades de difusión a la música *underground* en Quito, no solo para visibilizar a los artistas emergentes, sino porque este tipo de música representa una parte fundamental de la diversidad cultural y social de la ciudad. El underground es un espacio donde se exploran nuevas formas de expresión, se critican las estructuras sociales y políticas, y se da voz a colectivos que muchas veces no tienen cabida en los medios tradicionales. Al impulsar la difusión de la música underground, se contribuye a la creación de una escena cultural más rica y diversa, que permite la inclusión de diferentes perspectivas y fomenta la participación activa de los jóvenes y otros sectores de la sociedad. Además, estas iniciativas pueden revitalizar la economía cultural local, abriendo nuevas oportunidades para el desarrollo de eventos, festivales y espacios alternativos que promuevan el arte independiente.

En conclusión, fortalecer la difusión de la música *underground* en Quito no solo es un acto de justicia cultural, sino también una estrategia para enriquecer la identidad local, potenciar la innovación artística y generar oportunidades de participación para quienes buscan espacios alternativos al margen de las estructuras convencionales.

1.3.Estados del Arte

1.3.1.Referencia 1: AudioTree Sessions

Audiotree es una disquera norteamericana con sede en Chicago. Desde su creación en 2011, se ha dedicado a grabar y distribuir conciertos en vivo. Además, impulsa a músicos y organiza eventos musicales. También ofrece la oportunidad a artistas internacionales de grabar un EP en vivo sin costo en un estudio profesional.

La serie de conciertos en vivo de Audiotree, llamada Audiotree Live, se transmite en directo a través de YouTube y su propio sitio web. Esta plataforma se ha convertido en uno de los principales canales de distribución de música en línea, con más de 700 mil seguidores y 280 millones de reproducciones en su canal de YouTube.

Las sesiones en vivo de Audiotree siempre contienen pequeñas pausas donde un presentador entrevista al artista con preguntas acercan a la audiencia

al proceso creativo y a las emociones que se usaron para la creación de las canciones que fueron interpretadas para la sesión en vivo.

Lo que se puede rescatar de Audiotree live es el acercamiento que tienen los entrevistadores al artista y el formato simple en cuestión de producción audiovisual que se maneja ya que te envuelve en la experiencia de estar dentro de un estudio grabando canciones con el artista .

1.3.2.Referência 2: MTV Unplugged

Nacido en los 90, MTV Unplugged se consolidó como un fenómeno cultural que redefinió la forma de escuchar música. Al presentar versiones acústicas de éxitos populares, este formato no sólo consagró a artistas emergentes, sino que también ofreció a los fans la oportunidad de descubrir nuevos arreglos y apreciar la habilidad musical de sus ídolos.

Los Unplugged de Paul McCartney y Eric Clapton impulsaron la popularidad de la serie MTV Unplugged, convirtiéndola en un referente de la industria musical. A su vez, bandas como Queensrÿche demostraron que el formato podía adaptarse a diferentes géneros, abriendo camino para que otros grupos de rock experimentaran con versiones acústicas de sus canciones.

MTV Unplugged, con su formato íntimo y acústico, ha sido un referente en la industria musical durante décadas. Su capacidad para mostrar a los artistas en un entorno más desnudo, enfocándose en la calidad de la música y la interpretación, lo ha convertido en una fuente inagotable de inspiración.

De este proyecto se podría tomar elementos como la selección cuidadosa de un repertorio acústico, la creación de un ambiente íntimo y la

elección de artistas que puedan conectar con el público a través de sus canciones en su versión más esencial. Además, la posibilidad de ofrecer versiones únicas y reimaginadas de grandes éxitos o de presentar material nuevo en un formato más íntimo podría generar un gran interés tanto entre los artistas como entre el público.

1.3.3.Referencia 3: NPR Tiny Desk Concerts

Los Tiny Desk Concerts son presentaciones musicales íntimas y acústicas realizadas en un espacio sencillo: el escritorio de un presentador de radio en Washington D.C. Organizados por NPR Music, estos conciertos ofrecen a artistas de todos los géneros la oportunidad de mostrar su talento en un formato cercano y personal. Gracias a su formato único y a la calidad de las interpretaciones, los videos de estos conciertos se han vuelto muy populares en internet, alcanzando millones de vistas.

El nombre "Tiny Desk Concerts" tiene un doble significado: por un lado, hace referencia al espacio reducido donde se llevan a cabo las presentaciones, justo al lado del escritorio de Bob Boilen. Por otro lado, es un homenaje a una antigua banda de Boilen llamada Tiny Desk Unit.

El éxito del primer concierto fue tan grande que se convirtió en una serie regular. Hoy en día, cientos de artistas han participado en estos conciertos, cuyos videos se han vuelto muy populares en YouTube. La clave del éxito de los Tiny Desk Concerts, según Boilen, es la intimidad que ofrecen, donde los

músicos deben conectar con el público de una manera más auténtica y esencial.

La importancia de los Tiny Desk Concerts trasciende fronteras: incluso Robert Small, creador de MTV Unplugged, ha reconocido la relevancia de esta iniciativa como una versión moderna y digital de su propio proyecto. Los datos lo respaldan: los conciertos de artistas como Dua Lipa, Mac Miller y BTS se encuentran entre los más vistos en YouTube, demostrando el alcance global de esta serie.

Los Tiny Desk Concerts demuestran que no se necesita una gran producción para crear momentos musicales inolvidables. El proyecto de diseño se ve inspirado en este formato el cual hace que se convierta en una plataforma para descubrir nuevos artistas, disfrutar de interpretaciones únicas y celebrar la diversidad de la música “underground”

1.3.4. Referència 4: Johan Ramos (Jar)

Director, videógrafo/fotógrafo de conciertos nacidos en California ha trabajado con bandas del género con la talla de Bring me the horizon, Muse y Movements (todas caben dentro de lo que se conoce como “*underground*”) en producciones fotográficas y audiovisuales que hacen uso del color largas exposiciones movimientos bruscos con transiciones al borde de lo psicodélico siempre dando un estilo análogo por medio de la edición digital a sus fotografías y videos.

Este proyecto puede tomar la manera que maneja Jar la edición del color y montaje en sus videos, el uso de largas exposiciones en los mismos ,hacen parecer que todo es parte de un sueño, las cualidades de su trabajo encajan perfectamente con la estética actual de cómo se maneja el “underground” en términos de imagen.

1.3.5.Referencia 5: David M. Helman y Hyaden Manson

En este caso se nombrará a David M. Helman Director y escritor de “Naysayer, 2019” y “Waves, 2014” junto al cinematógrafo Hyaden Manson conocido por “Tom wants to die, 2014” y “The dead center, 2018” se unieron para crear un potente vídeo musical de la banda “American Football”.

En este video se puede apreciar un narración íntima que podría aplicarse a donde la colorimetría en el montaje es lo que destaca, la emoción nostálgica se apodera del espectador y es fácil enganchar con la historia del video pero sin dejar un toque de suspenso y a la audiencia agarrada del asiento

El video opta por una estética minimalista, utilizando planos sencillos y colores sobrios. Esto permite que la atención se centre en la música y en las emociones que transmite. Los elementos visuales del video, como el agua, el cielo y los paisajes naturales, tienen un fuerte componente simbólico, relacionado con temas de nostalgia, pérdida y renacimiento.Existe una estrecha relación entre las imágenes y la música. Los cambios de planos y la evolución visual del video acompañan perfectamente la progresión de la canción, creando una experiencia sensorial unificada.El video evoca una sensación de nostalgia y melancolía a través de su paleta de colores suaves y

sus imágenes contemplativas. La paleta de colores es limitada y coherente, creando una atmósfera visual unificada. Los colores utilizados refuerzan la sensación de melancolía y nostalgia.

El video de "Fade Into You" es un ejemplo de cómo la imagen puede potenciar la experiencia musical, creando una obra de arte audiovisual que conmueve y emociona al espectador. Su enfoque minimalista, su simbolismo y su cuidadosa dirección artística lo convierten en un referente en el género y para este proyecto.

1.3.6 Referencia 6: Wong Kar-Wai

Wong Kar-wai es reconocido por su estilo visual distintivo y poética cinematográfica, que ha influenciado a directores de todo el mundo. A continuación, te detallo algunos de los elementos estéticos más destacados en sus obras.

Sus películas a menudo están bañadas en luces de neón, creando una estética urbana y nocturna que refleja la soledad y el anhelo de sus personajes. Emplea filtros para crear una apariencia más suave y romántica, y para enfatizar la nostalgia y el paso del tiempo. Utiliza composiciones simétricas para crear un equilibrio visual y resaltar la belleza de los elementos en la imagen. Emplea la cámara lenta para crear momentos de belleza y poesía, y para enfatizar la emoción de una escena. Utiliza movimientos de cámara suaves y elegantes para seguir a los personajes y crear una sensación de continuidad. Edita sus películas con un ritmo preciso, utilizando la música y los efectos de sonido para crear una experiencia sensorial envolvente. Sus

películas suelen estar ambientadas en grandes ciudades, como Hong Kong, que sirven como un reflejo del caos interior de sus personajes. Utiliza espacios pequeños y cerrados para intensificar la sensación de soledad y aislamiento. Contrasta los espacios urbanos con paisajes naturales para simbolizar la búsqueda de libertad y la conexión con la naturaleza. El vestuario y la escenografía son elementos clave en sus películas, y a menudo reflejan la personalidad de los personajes y la época en que se desarrolla la historia.

El estilo visual de Wong Kar-wai se caracteriza por su belleza estética, su emotividad y su capacidad para crear atmósferas únicas. Sus películas son una celebración de la imagen y del sonido, y ofrecen al espectador una experiencia cinematográfica inolvidable la cual puede aplicarse en el contexto del caos de la ciudad de Quito y a los jóvenes que componen la ciudadanía de la urbe usando los aspectos destacados de su obra para introducir a la audiencia a esta nueva experiencia que es lo “*underground*”.

La escena musical underground, con su energía cruda y autenticidad, demanda una representación visual que capture su esencia y conecte con su público de manera profunda. Los referentes como Audiotree, MTV Unplugged, Tiny Desk Concerts y el cine de Wong Kar-wai ofrecen un marco conceptual y estético invaluable para lograr este objetivo.

En primer lugar, la intimidad y cercanía características de formatos como Tiny Desk Concerts y Audiotree Live pueden trasladarse al contexto local, generando un vínculo más estrecho entre los artistas y su audiencia. Al grabar

en espacios reducidos y con una producción sencilla, se logra una atmósfera más íntima que permite apreciar los matices de las interpretaciones musicales.

En segundo lugar, la estética visual de Wong Kar-wai y el trabajo de directores como David M. Helman y Hyaden Manson puede inspirar la creación de imágenes poderosas y evocativas. El uso de colores vibrantes, luces de neón, composiciones simétricas y movimientos de cámara lentos puede transformar un simple videoclip en una experiencia sensorial única. Además, la exploración de temas como la nostalgia, la soledad y la búsqueda de identidad, presentes en el cine de Wong Kar-wai, puede resonar con las emociones que muchas bandas underground buscan transmitir.

En tercer lugar, la diversidad de géneros y estilos presentes en plataformas como Audiotree y Tiny Desk Concerts demuestra que la música underground no se limita a un solo sonido. Al igual que estos referentes, el proyecto audiovisual local puede incluir una amplia gama de géneros, desde el rock alternativo hasta el hip hop, pasando por el indie y la electrónica.

En cuarto lugar, la importancia de la narrativa en los videoclips musicales es fundamental para conectar con el público. La combinación de imágenes, música y sonido debe crear una historia coherente que complemente la letra de las canciones. Los videoclips de bandas como American Football, con su enfoque minimalista y su narrativa emotiva, ofrecen un excelente ejemplo de cómo contar historias a través de la imagen.

Finalmente, la distribución digital es clave para dar a conocer el proyecto a un público más amplio. Las redes sociales, plataformas de streaming y colaboraciones con medios locales pueden ayudar a posicionar a las bandas underground y a generar un buzz en torno al proyecto. La creación de una comunidad en línea alrededor del proyecto permitirá a los fans interactuar entre sí y compartir su pasión por la música.

En conclusión, al combinar los elementos más destacados de estos referentes, es posible crear un proyecto audiovisual que no solo documente la escena musical underground local, sino que también la eleve a nuevas alturas. Al ofrecer una experiencia visual y sonora única, este proyecto puede contribuir a la formación de nuevos públicos y a la consolidación de la escena musical “underground”.

1.4.Objetivos y Alcance

1.4.1 Objetivo general

Desarrollar un proyecto fotográfico y audiovisual para bandas Underground de Quito, con el fin de mejorar su visibilidad y conexión con una audiencia más amplia logrando su integración en el mercado musical local , a través de la creación de contenido audiovisual que refleje su identidad y autenticidad, respete su independencia artística.

1.4.2.Objetivos específicos

Investigar las características y necesidades de los 3 casos de estudio (bandas independientes de la escena underground en Quito), por medio de trabajo de campo, para comprender mejor su identidad artística y los desafíos que enfrentan en términos de visibilidad.

Analizar los datos, referentes visuales y estrategias de promoción utilizadas por otras bandas independientes a nivel nacional e internacional, a través de comparación de dichas estrategias con el fin de identificar enfoques efectivos que puedan adaptarse al contexto musical local.

Diseñar una propuesta visual coherente en fotografía y video que represente la identidad de las bandas seleccionadas, incluyendo la planificación de sesiones fotográficas y la creación de guiones visuales que potencien su autenticidad y conexión con el público.

Producir contenido audiovisual de alta calidad (fotografía y video) que se ajuste a la estrategia diseñada, utilizando técnicas y estilos acordes a la identidad de cada banda y las preferencias de su audiencia objetivo.

Validar la efectividad del contenido producido mediante la difusión en plataformas digitales y eventos locales, recopilando retroalimentación de las bandas y el público para ajustar y mejorar las estrategias de posicionamiento visual en futuros proyectos.

1.4.3.Alcance

Identidad visual de la campaña:

- **Marca:** Marca, paleta de colores y tipografía para la campaña y otros elementos gráficos que refuercen la estética de la escena *underground*.

Estrategia de medios:

- Diseño de **estrategia de medios** para difusión de bandas.

Cápsulas audiovisuales:

- **Videos** de sesiones en vivo de bandas de la escena underground de Quito.
- **Teasers o trailers cortos** para promocionar cada cápsula en redes sociales.

Fotografía promocional:

- **Fotografías profesionales** de cada banda participante (en sesiones individuales y de grupo), para usar en redes sociales y materiales impresos.

Posters y carteles para intervención en espacios públicos:

Diseño de posters y carteles promocionales de la campaña, incluyendo fechas de lanzamiento y locaciones de eventos.

Canal de youtube, landing page:

Diseño y desarrollo de un **micrositio web** o página de aterrizaje que presente el proyecto, las bandas participantes y los videos vinculados a youtube.

Estos productos se pueden desarrollar de manera progresiva, priorizando aquellos que estarán vinculados a la difusión previa (teasers, posters) y luego los contenidos principales (cápsulas audiovisuales, fotografía).

2. PLANIFICACIÓN

2.1. Planificación estratégica y táctica

Fases	Periodo	Acciones a ejecutar
Investigar	3 semanas	Investigar las características y necesidades de las bandas independientes de la escena underground en Quito, así como las tendencias visuales en fotografía y video musical, para comprender mejor su identidad artística y los desafíos que enfrentan en términos de visibilidad.
Analizar	3 semanas	Analizar los datos, referentes visuales y estrategias de posicionamiento utilizadas por otras bandas independientes a nivel nacional e internacional, con el fin de identificar enfoques efectivos que puedan adaptarse al contexto musical local.
Diseñar	4 semanas	Diseñar una propuesta visual coherente en fotografía y video que represente la identidad de las bandas seleccionadas, incluyendo la planificación de sesiones fotográficas y la creación de guiones visuales que potencien su autenticidad y conexión con el público.
Producir	3 semanas	Producir contenido audiovisual de alta calidad (fotografía y video) que se ajuste a la estrategia diseñada, utilizando técnicas y estilos acordes a la identidad de cada banda y las preferencias de su audiencia objetivo.

Validar	3 semanas	Validar la efectividad del contenido producido mediante la difusión en plataformas digitales y eventos locales, recopilando retroalimentación de las bandas y el público para ajustar y mejorar las estrategias de posicionamiento visual en futuros proyectos.
----------------	--------------	---

2.2 Planificación táctica:

2.2.1.Fase 1 Investigar

Investigación preliminar sobre la escena musical y sus referentes visuales

- Acción: Realizar un análisis profundo de la escena underground en Quito y las tendencias en fotografía y video musical.
- Software: Behance, YouTube, Instagram.
- Herramientas: Navegación por foros musicales, entrevistas virtuales, análisis de referencias visuales de bandas emergentes.

Entrevistas con bandas independientes

- Acción: Conducir entrevistas para entender las necesidades y los desafíos de las bandas.
- Software: Zoom, Microsoft Teams, Otter.ai (para transcripción de entrevistas).
- Hardware: Micrófono de calidad (Blue Yeti), cámara mirrorless para grabar las entrevistas en video.

Estudio de tendencias visuales

- Acción: Estudiar la estética visual de las tendencias fotográficas y de video musical a nivel global, vinculandose con el estilo underground.
- Software: Adobe Lightroom, Adobe Photoshop, Final Cut Pro.
- Herramientas: Bibliotecas de imágenes (Unsplash, Pinterest), seguimiento de hashtags en redes sociales (Instagram, TikTok), análisis de videoclips en plataformas de streaming.

Visitas a conciertos y ensayos

- Acción: Documentar visualmente el ambiente de la escena underground local.
- Hardware: Cámara mirrorless , lente de bajo f-stop para condiciones de poca luz.
- Software: Adobe Premiere Pro (para edición de video), Lightroom (para edición de fotos en condiciones de baja luz).

2.2.2.Fase 2: Analizar

1. Recolección de datos y análisis

Acciones:

- Identificar bandas independientes nacionales e internacionales en el mismo estilo o género musical.
- Recopilar datos de redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter, TikTok) y plataformas de música (Spotify, YouTube, Bandcamp) utilizando herramientas de análisis.

- Monitorear indicadores clave de éxito: número de seguidores, interacciones (likes, comentarios, shares), reproducciones de música, crecimiento en el tiempo.

Software:

- Google Analytics para analizar el tráfico y comportamiento de los seguidores en sitios web.
- Hootsuite o Buffer para el seguimiento y análisis de redes sociales.
- Spotify for Artists para obtener métricas sobre la audiencia y su comportamiento en la plataforma de streaming.
- TubeBuddy o VidIQ para análisis de rendimiento en YouTube.

Hardware:

- Computadoras y monitores de alta resolución para análisis de datos.
- Dispositivos móviles (smartphones, tablets) para pruebas de visualización y análisis de interacción en diferentes interfaces.

2. Análisis de Referentes Visuales

Acciones:

- Estudio de branding y la imagen de las bandas independientes seleccionadas, incluyendo sus logotipos, estilos visuales y fotografías promocionales.
- Análisis de contenido gráfico en sus redes sociales: portadas de álbumes, carteles de conciertos, arte de merchandising.

- Evaluar el uso de elementos visuales comunes (colores, tipografía, temas visuales) y cómo estos impactan en el engagement con su audiencia.

Software:

- Canva o Adobe Spark para explorar la creación rápida de contenido visual.
- Adobe Illustrator y Photoshop para análisis detallado de gráficos y creación de contenido visual propio.
- Pinterest o Milanote para recolectar y organizar referencias visuales.

Hardware:

- Cámaras Mirrorless o de smartphones de gama alta para captar material propio.
- Tabletas gráficas para la edición detallada de imágenes y creación de diseños visuales.

3. Análisis de Estrategias de Posicionamiento

Acciones:

- Estudio de campañas de marketing de las bandas, incluyendo lanzamientos de sencillos, álbumes y giras.
- Análisis de colaboraciones y alianzas estratégicas con otros artistas o marcas.

- Evaluar el uso de plataformas como TikTok o Twitch para la promoción de música y la interacción directa con la audiencia

Software:

- TikTok Analytics y Instagram Insights para obtener datos sobre el impacto de estrategias específicas de posicionamiento.

Hardware:

- Micrófonos y cámaras de calidad para transmisiones en vivo o grabación de contenido promocional.
- Dispositivos de audio (tarjetas de sonido, micrófonos) de alta calidad para mejorar la experiencia de usuario en plataformas de vídeo.

Adaptación de Estrategias al Contexto Local

Acciones:

- Evaluar las diferencias culturales y de mercado que pueden influir en la adopción de estrategias globales al contexto musical local.
- Monitorear resultados en términos de interacciones, crecimiento de la audiencia y ventas de música o merchandising.

Software:

- Google Data Studio para consolidar y visualizar los datos locales y compararlos con los internacionales.

Hardware:

- Servidores locales o almacenamiento en la nube para gestionar grandes volúmenes de datos de pruebas piloto.

5. Evaluación de Resultados y Ajustes

Acciones:

- Analizar el desempeño de las estrategias implementadas mediante KPI específicos (crecimiento de audiencia, ventas, reproducciones).
- Ajustar las tácticas visuales y de posicionamiento basadas en los resultados obtenidos.

Software:

- Excel o Google Sheets para análisis y comparación de datos cuantitativos.

Hardware:

- Monitores múltiples para facilitar el análisis simultáneo de diferentes conjuntos de datos.

2.2.3.Fase 3: Diseñar

Investigación y Conceptualización

Acciones:

1. Reunión inicial con la banda para comprender su historia, influencias, estética, y visión artística.

2. Análisis de referencia visual de bandas similares o referentes culturales, evaluando sus estilos fotográficos y videográficos.
3. Creación de moodboard: Recopilar imágenes, estilos, colores y tonos que representen la identidad visual de la banda.
4. Definición del concepto visual: Crear un esquema claro de la estética y narrativa que se pretende transmitir.

Software:

- Miro o Pinterest para la creación del moodboard.
- Trello o Notion para la planificación y seguimiento de tareas.

Hardware:

- PC o laptop con acceso a internet.

Planificación de Sesiones Fotográficas y de Video

Acciones:

1. Elaboración de guión visual para cada banda, detallando los escenarios, poses, iluminación y efectos visuales que refuercen su identidad.
2. Scout de locaciones para elegir los espacios adecuados que coincidan con el estilo visual conceptualizado.
3. Creación del storyboard para los videos musicales o promocionales, detallando las tomas clave y transiciones.
4. Definición del equipo técnico y artístico: Seleccionar fotógrafos, directores de arte, y otros colaboradores clave.

Software:

- Storyboard para la creación de storyboards.
- Shotlist para gestionar y organizar tomas de fotografía y video.

Hardware:

- Cámara mirrorless.
- Lentes variadas según las necesidades de las tomas.
- Equipo de iluminación (luces LED, softboxes, reflectores).
- Micrófonos (si es necesario captar audio en el set de video).

2.2.4.Fase 4: Producir

Producción (Sesiones de Fotografía y Rodaje de Video)

Acciones:

1. Montaje del set fotográfico: Configuración de luces, cámara, fondos y otros elementos estéticos según el guión visual.
2. Dirigir las sesiones fotográficas: Asegurarse de que las poses, gestos y estilos capturen la esencia de la banda.
3. Rodaje del video: Seguir el storyboard y la lista de tomas para capturar el contenido visual planeado.
4. Supervisión de tomas en tiempo real para garantizar que se cumpla con la narrativa visual definida.

Software:

- Capture One o Adobe Lightroom para visualización y ajustes inmediatos durante las sesiones fotográficas.

Hardware:

- Trípodes o estabilizadores (gimbals) para tomas de video fluidas.
- Cámaras secundarias para diferentes ángulos.

2.2.5.Fase 4: Postproducción (Fotografía y Video)

Acciones:

1. Selección y edición de fotos: Elegir las mejores tomas de las sesiones fotográficas y editarlas para lograr cohesión estética.
2. Edición de video: Montaje y edición del video musical o promocional, aplicando corrección de color, efectos y ajustes de audio.
3. Revisión con la banda: Presentar un primer corte para recibir feedback y hacer ajustes si es necesario.

Software:

- Adobe Photoshop o Affinity Photo para edición de imágenes.
- Adobe Premiere Pro o Final Cut Pro para edición de video.
- Adobe After Effects para animaciones o efectos visuales adicionales.

Hardware:

- Mac con procesador potente para edición de video y fotografía.

2.2.6.Fase 5: Entrega y Distribución

Acciones:

1. Entrega del material final a la banda (fotografías editadas y video terminado).
2. Planificación de lanzamiento: Acompañar a la banda en la estrategia de distribución del contenido en redes sociales, plataformas de streaming, y medios digitales.
3. Optimización de contenido para formatos específicos de plataformas (Instagram, YouTube, Web Page, etc.).

Software:

- Hootsuite para la planificación y programación de publicaciones en redes sociales.
- Adobe suit para crear material gráfico complementario para redes sociales (portadas, banners, etc.).

Hardware:

- Disco duro externo o almacenamiento en la nube para la entrega de archivos pesados.

2.3 Estrategia de Innovación

La estrategia de innovación aplicada para este proyecto se plantea en generar ideas para modificar el presente de las Bandas “Underground” en la ciudad de quito dando un espacio y una voz a los artistas que conforman este

grupo social sin tener que transgredir sus ideales por medio del Diseño y gestionando y democratizando la fotografía y el audiovisual para las Bandas o proyectos musicales que lo necesiten de esta manera creando 3 cápsulas audiovisuales, contenido gráfico y editorial que ayudarán a los músicos a difundirse en el mercado actual de la localidad quiteña.

3.DESARROLLO

3.1.Metodología de la investigación y diseño

El método de investigación deductivo es una herramienta fundamental en proyectos de diseño orientados a posicionar bandas independientes en el mercado musical de Quito. Este enfoque se basa en partir de principios generales y teorías existentes para, posteriormente, aplicarlas a casos específicos, lo cual resulta particularmente útil cuando se busca desarrollar una estrategia de posicionamiento a través de cápsulas audiovisuales y productos fotográficos editoriales. El análisis deductivo permite entender primero el mercado musical en general, y luego enfocarse en cómo adaptar estrategias ya probadas al contexto específico de las bandas emergentes de la ciudad.

En este proyecto, el proceso deductivo comienza con la identificación de teorías y modelos de marketing, branding y comunicación visual aplicados en otras industrias o contextos musicales similares. Se pueden estudiar casos exitosos de cómo las bandas independientes han utilizado los medios audiovisuales y productos editoriales para ganar visibilidad. A partir de esta información general, se puede deducir las mejores prácticas que podrían ser

eficaces en Quito, teniendo en cuenta las características propias del mercado musical local, como sus canales de distribución, el comportamiento del público objetivo, y el papel de la cultura underground en la ciudad.

En conclusión, el enfoque deductivo es especialmente útil en la evaluación de las cápsulas audiovisuales y productos fotográficos editoriales en función de su eficacia para posicionar a las bandas. Se puede deducir, por ejemplo, que un enfoque basado en contar historias auténticas, con elementos visuales que resalten la personalidad y singularidad de las bandas, es efectivo para captar la atención de un público nicho.

3.2.Planteamiento teórico - conceptual

Para una mejor comprensión del tema, se ha abordado desde tres aspectos fundamentales: a. la escena underground en Quito, su historia y evolución; b. Bandas independientes en Quito, y; Estrategia de difusión aplicada al caso de estudio.

3.3. La escena underground en Quito

3.3.1. Underground: definición, historia y evolución

El término "underground" se ha arraigado en el léxico musical para designar a aquellos sonidos, artistas y movimientos que se desarrollan al margen de los circuitos comerciales y las tendencias *mainstream*. Este concepto, que evoca lo subterráneo, lo oculto y lo alternativo, ha sido

fundamental en la historia de la música popular, configurando subculturas y desafiando las normas establecidas. (Marcus,2006)

El underground musical se caracteriza por su carácter experimental, su búsqueda de nuevas sonoridades y su rechazo a los cánones estéticos dominantes. Los artistas underground suelen ser autodidactas y autogestionados, creando sus propias redes de distribución y promoviendo una estética DIY (Do It Yourself). La conexión directa con el público, a través de conciertos en pequeños locales o eventos autoorganizados, es otro rasgo distintivo de este movimiento. (Reynolds,2005)

Las raíces del underground musical se remontan a las décadas de 1950 y 1960, con la aparición de movimientos como el *beatnik* y el *hippie*. Sin embargo, es en los años 1970, con el surgimiento del *punk*, cuando el concepto se consolida y se populariza. Bandas como *The Velvet Underground* y los *Sex Pistols* desafiaron las convenciones del rock y establecieron las bases de lo que sería el underground musical (Reynolds,2005).

En las décadas siguientes, el underground ha evolucionado y diversificado, dando lugar a una multitud de subgéneros y movimientos. El *post-punk*, el *indie rock*, el *grunge*, el *hip hop alternativo* y la *electrónica experimental* son solo algunos ejemplos de las múltiples expresiones que ha adoptado el underground musical.

Con la llegada de internet, el underground musical ha experimentado una transformación radical. Las plataformas digitales han democratizado la producción y distribución de música, permitiendo a los artistas independientes

llegar a un público global sin intermediarios. Sin embargo, esta democratización también ha generado una sobreabundancia de contenido, lo que dificulta destacar en un mercado cada vez más saturado (Jaramillo,2023).

Un artista *underground* es aquel que se encuentra fuera de los circuitos comerciales tradicionales de la industria cultural. Su trabajo suele ser innovador, experimental, a menudo no encaja en los estándares establecidos por las grandes empresas discográficas o galerías de arte (Exodo T., 2018).

El *underground* musical es mucho más que una simple etiqueta. Es una actitud, una forma de vida y una búsqueda constante de nuevas expresiones artísticas. A pesar de los cambios y las transformaciones, el espíritu *underground* sigue vivo, desafiando las convenciones y ofreciendo una alternativa a la música comercial.

3.3.2.Escena musical underground en Quito

El *underground* quiteño no es necesariamente, una galería de garajes laberínticos con destino al *Grammy Latino*. El *underground* es el camino de *links* y *likes* que uno sigue hasta que llega a un concierto donde te encontrarás por lo menos con un par de personas conocidas. No solo hay festivales grandes como el *Quitofest* que nació en 2003, y se volvió un gigante y a veces redundante (El Telégrafo, 2013). También hay una serie de bares y locales nocturnos donde tocan las bandas nuevas, y quizás es ahí donde se cuece el próximo fenómeno del rock contemporáneo de la capital ecuatoriana.

La escena musical underground de Quito es un hervidero de creatividad y diversidad, donde artistas locales e internacionales se reúnen para explorar nuevos sonidos y expresiones artísticas. Aunque a menudo se encuentra fuera de los focos convencionales (Echeverría,2014). La escena quiteña abarca una amplia gama de géneros, desde el rock alternativo y el indie hasta la electrónica, el hip hop y la música experimental.

Los géneros que predominan en la escena underground quiteña son tan variados como la propia ciudad. El rock alternativo y el indie rock siguen siendo pilares fundamentales, con bandas que exploran desde sonidos más melódicos hasta propuestas más experimentales. Además, el hip hop y el trap han ganado terreno en los últimos años, con artistas que fusionan ritmos urbanos con elementos de la música electrónica y la cultura popular. La música electrónica también tiene un lugar destacado, con productores que crean desde sonidos *ambient* hasta *techno* y *bass music*.

La escena quiteña se caracteriza por su espíritu experimental y su apertura a nuevas sonoridades. Bandas como *Pánico* y *Ukrania* son un claro ejemplo de esta tendencia, fusionando elementos del rock, la electrónica y la música tradicional ecuatoriana. Como señala "Radio Cocoa" , "La escena underground de Quito es un laboratorio de sonidos donde los artistas se sienten libres para experimentar y crear nuevas propuestas musicales".(Radio Cocoa,2023)

En conclusión, la diversidad de la escena *underground* quiteña no se limita a los géneros musicales. También se manifiesta en las letras, que

abordan temas sociales, políticos y personales con una gran honestidad y compromiso. Los artistas underground quiteños utilizan la música como una herramienta para visibilizar las realidades de su entorno y para generar conciencia sobre los problemas que afectan a la sociedad.

3.3.3. Audiencias de la Escena Underground en Quito

La escena underground de Quito, con su diversidad de géneros y propuestas, atrae a un público heterogéneo que busca en la música una forma de expresión, identidad y conexión. Estas audiencias, aunque diversas, comparten un interés común por lo alternativo, lo experimental y lo que escapa de los cánones comerciales (Viteri,2023). Por sus intereses y presencia activa en la escena underground quiteña, se puede clasificar a las audiencias principales en los siguientes grupos: a. Jóvenes en busca de identidad, b. Estudiantes y artistas, c. Profesionales y trabajadores independientes, y d. Colectivos y activistas. Lo que une a este público es su interés por lo alternativo, su búsqueda de experiencias auténticas y su deseo de construir una comunidad basada en la música y la creatividad (Radio Cocoa,2023).

Jóvenes en busca de identidad: Los jóvenes son el núcleo de la audiencia underground en Quito. Para ellos, la música es más que un simple entretenimiento; es una forma de rebelarse contra lo establecido, de expresar su individualidad y de encontrar un sentido de pertenencia. Los conciertos y eventos underground se convierten en espacios de encuentro donde pueden compartir sus pasiones y construir comunidades (Viteri,2023).

Estudiantes y artistas: La comunidad estudiantil, especialmente aquellos vinculados a carreras artísticas como diseño, comunicación y artes visuales, se siente especialmente atraída por la escena underground. Estos jóvenes buscan en la música una inspiración para sus proyectos creativos y una conexión con otros artistas que comparten su visión.

Profesionales y trabajadores independientes: La escena underground también cuenta con un público conformado por profesionales y trabajadores independientes que buscan en la música una forma de desconectarse de la rutina y de experimentar nuevas sensaciones. Estos individuos valoran la autenticidad y la originalidad de las propuestas underground, y suelen frecuentar los conciertos y eventos como una forma de ocio alternativo.

Colectivos y activistas: La escena underground de Quito es un espacio de encuentro para diversos colectivos y activistas que buscan visibilizar sus causas y promover el cambio social. La música se convierte en una herramienta para transmitir mensajes y generar conciencia sobre temas como los derechos humanos, la igualdad y la sostenibilidad. Los conciertos y festivales underground suelen ser utilizados como plataformas para recaudar fondos y promover iniciativas sociales. (Radio Cocoa, 2023)

El análisis de la escena underground en Quito revela un fenómeno generacional notable: los jóvenes quiteños se han convertido en los principales consumidores de este tipo de música. Su afinidad por los géneros underground se sustenta en diversos factores que van más allá del simple gusto musical. En primer lugar, la música underground les ofrece un espacio de expresión y

pertenencia, donde pueden construir identidades propias y desafiar las normas establecidas. En segundo lugar, la escena underground se ha convertido en un catalizador de movimientos sociales y culturales, permitiendo a los jóvenes involucrarse en causas que consideran relevantes (Hidalgo,2020).

Estudios de consumo musical: Investigaciones a nivel local y global han demostrado que los jóvenes, especialmente aquellos pertenecientes a las generaciones Z y Millennial, muestran una mayor preferencia por la música independiente y underground en comparación con las generaciones anteriores. La alta asistencia de jóvenes a conciertos y festivales underground en Quito es una clara señal de su interés y compromiso con esta escena.

Las plataformas de streaming y redes sociales han facilitado el acceso de los jóvenes a la música underground, permitiendo la creación de comunidades en línea y la difusión de nuevos artistas.

En conclusión, la escena de música underground en Quito, Ecuador, refleja una resistencia cultural contra los patrones comerciales predominantes en la industria musical global. A través de su enfoque en la experimentación y el *ethos* DIY (hazlo tú mismo), el underground se ha convertido en un refugio para músicos innovadores que buscan explorar nuevos sonidos. Este fenómeno se ha visto potenciado por la revolución digital, que ha democratizado la producción musical y el acceso a audiencias más amplias. Sin embargo, esta accesibilidad ha traído también nuevos desafíos, como la sobresaturación del mercado, dificultando que los artistas logren destacar en un espacio cada vez más competitivo.

A pesar de su vitalidad y crecimiento, la escena underground en Quito aún enfrenta barreras importantes, como la falta de recursos e infraestructura adecuada. Sin embargo, con el apoyo de la comunidad local y el impulso de plataformas digitales que permiten la independencia artística, el futuro de la música underground en Quito sigue siendo prometedor. Este movimiento no solo es un espacio para la creación artística, sino también una fuerza cultural que desafía las normas establecidas y fomenta nuevas formas de expresión musical.

3.4. Bandas independientes

3.4.1. Bandas independientes en Quito

La vibrante escena musical independiente de Quito es un crisol de talentos que refleja la diversidad y creatividad de la ciudad. Estas bandas, lejos de los grandes sellos discográficos, ofrecen una propuesta fresca y auténtica, explorando una amplia gama de géneros y fusiones musicales. Como lo destaca el *Festival de Música de Vanguardia*, estos artistas independientes son los verdaderos innovadores de la escena musical ecuatoriana, experimentando con sonidos y formatos que desafían las convenciones establecidas. (Vanguardia, 2021).

La escena independiente en Quito es un ecosistema en constante evolución. Nuevos talentos surgen constantemente, y las bandas consolidadas siguen innovando y experimentando. Al apoyar a estos artistas, estamos

contribuyendo a enriquecer la cultura musical de la ciudad y a fomentar la diversidad sonora (Campoverde,2021).

En conclusión, a pesar de su talento y dedicación, las bandas independientes enfrentan numerosos desafíos para consolidar sus carreras. La falta de recursos económicos, la limitada difusión y la competencia con la industria musical *mainstream*, y el *gatekeeping* son los obstáculos que deben superar. Es por ello que resulta fundamental el apoyo de la comunidad, tanto del público como de las instituciones culturales. Al asistir a sus conciertos, compartir su música en redes sociales y adquirir sus producciones de manera legal, estamos contribuyendo a fortalecer esta escena y a garantizar que la música independiente siga siendo una de las principales expresiones culturales de Quito (Echeverría,2014).

3.4.2. Acceso y derechos de transmisión y de uso de imagen

El mundo de la música independiente ha experimentado un crecimiento exponencial en las últimas décadas, gracias en gran parte a las plataformas digitales que han democratizado la producción y distribución musical. Sin embargo, este auge también ha planteado nuevos desafíos en torno a los derechos de los artistas, especialmente en lo que respecta al uso de su imagen.

Los artistas independientes, al no contar con los mismos recursos que las grandes discográficas, suelen tener menos control sobre la explotación comercial de su imagen. A menudo, las plataformas digitales utilizan sus

fotografías y videos sin una autorización explícita, lo que vulnera sus derechos de imagen y les impide obtener una compensación justa por el uso de su trabajo. Además, la proliferación de contenido en internet ha facilitado la copia y distribución no autorizada de material audiovisual, lo que perjudica la reputación y los ingresos de los artistas.

Para proteger sus derechos, los artistas independientes deben tomar medidas proactivas. En primer lugar, es fundamental que registren sus obras y sus derechos de autor. Esto les permitirá demostrar la propiedad de su material y tomar acciones legales en caso de infracción. Asimismo, es recomendable que incluyan cláusulas claras en sus contratos con sellos discográficos, plataformas digitales y otros terceros que establezcan las condiciones de uso de su imagen y sonido.

Por otro lado, las plataformas digitales y las empresas de tecnología tienen un papel crucial en la protección de los derechos de los artistas independientes. Deben implementar mecanismos que garanticen la transparencia en la gestión de los derechos de autor y facilitar el pago de regalías a los artistas. Además, es necesario que colaboren con las asociaciones de artistas y los organismos reguladores para establecer normas claras y justas que protejan los derechos de todos los creadores.

El acceso y los derechos de transmisión y uso de imagen son temas complejos y en constante evolución en el mundo de la música independiente. Los artistas deben estar informados sobre sus derechos y tomar las medidas necesarias para protegerlos. Asimismo, las plataformas digitales y las

instituciones públicas tienen la responsabilidad de crear un entorno más justo y equitativo para todos los creadores. (adjuntar Contrato derechos de imagen/transmisión).

3.4.3 Casos de estudio

La escena musical ecuatoriana ha visto un resurgimiento notable en los últimos años, y en su vanguardia se encuentran proyectos que están redefiniendo los sonidos alternativos y el indie. Tres de los proyectos más fascinantes de este panorama son **Luv**, **Melancolía** y **Mil** cada uno con un enfoque distintivo que refleja no solo su entorno local, sino también influencias internacionales. Se ha escogido estos cuatro casos de estudio para este proyecto porque cumplen con las características de ser bandas underground de la escena quiteña. Estos artistas y bandas, comparten una pasión por el indie, el post-punk y los sonidos experimentales, que, combinados con letras introspectivas y atmósferas sonoras envolventes, capturan el espíritu de una generación que busca algo más allá de lo convencional.

Para el estudio de caso, se ha desarrollado una ficha que permite Sistematización de Bandas Underground, cubriendo todos los aspectos esenciales de los sujetos.

Ficha de Sistematización de Bandas

Quito - Ecuador

ASPECTO GENERAL	ASPECTO ESPECÍFICO
1. Datos Generales	Nombre de la Banda: Año de Formación: Número y nombre de Integrantes: Género Musical: Contacto: (Email/Redes sociales/Website)
2. Identidad Artística	Influencias Musicales: (Bandas, géneros o movimientos que inspiran su música) Descripción del Estilo Musical: (Breve descripción del sonido de la banda) Temáticas de sus Letras: (¿De qué suelen hablar sus canciones? Ej.: crítica social, existencialismo, política, etc.)
3. Aspectos Visuales	Estética de la Banda: (Descripción del estilo visual: vestuario, maquillaje, escenografía) Referentes Visuales: (Artistas visuales, videoclips, cineastas o movimientos estéticos que influyen en su imagen) Diseño Promocional: (Descripción de la identidad gráfica de sus álbumes, pósters, etc.)
4. Producción Audiovisual	Plataformas de Distribución Audiovisual: (YouTube, Vimeo, otras)
5. Redes y Comunidad	Grupos o Colectivos a los que Pertenecen: (Si la banda es parte de una comunidad artística o sello independiente) Colaboraciones con Otras Bandas o Artistas: (Listar otras bandas o artistas con los que hayan trabajado) Eventos o Festivales en los que Participan: (Eventos clave de la escena underground donde se presentan regularmente)

6. Impacto y Reconocimiento	Seguidores en Redes Sociales: (Cantidad aproximada en Instagram, Facebook, etc.) Plataformas de Streaming: (Presencia en Spotify, Bandcamp, Soundcloud y el número de oyentes/seguidores)
7. Derechos de imagen	Ofrece autorización vía contrato para la difusión de su imagen en el contexto de este proyecto.

Luv, solista de Quito, ha encontrado en el post-punk y el rock balada una forma de expresar emociones complejas y profundas. Su música es una combinación entre la nostalgia sonora de bandas ochenteras y un toque contemporáneo que le otorga frescura y relevancia. Las letras de Luv exploran temas universales como el amor, el desamor y la introspección, envueltas en melodías intensas que conectan con las emociones más profundas del oyente. Su propuesta se destaca por su capacidad de crear ambientes cargados de melancolía, pero también de esperanza, donde la crudeza de la guitarra y el *ritmo pulsante* evocan tanto nostalgia como liberación emocional.

Ficha de Sistematización de Banda LUV

Quito - Ecuador

ASPECTO GENERAL	ASPECTO ESPECIFICO
Nombre de la Banda:	LUV
Año de Formación:	2019
Número y nombre de Integrantes:	LUIS, EMILIO, BAYRON
Género Musical:	POST PUNK/INDIE FOLK/SURF ROCK/NEW WAVE
Contacto:	@LUVMUSIC
Influencias Musicales:	MAC DE MARCO/LA TEXANA/BUERAK/NIÑOS DEL CERRO/ ED MAVERICK
Descripción del Estilo Musical:	RITMOS POST PUNK CON LÍRICA ENFOCADA AL DESAMOR, MELODIAS SUAVES ONIRICAS
Temáticas de sus Letras:	EXPERIENCIAS VIVIDAS EN TORNO AL AMOR, LLENAS DE MELANCOLÍA Y TRISTEZA.
Estética de la Banda:	USO DE COLORES PASTEL Y PREDOMINANCIA EN EL NEGRO, "PASTEL PUNK"
Referentes Visuales:	MACDEMARCO/LA TEXANA/NIÑOS DEL CERRO/ ED MAVERICK/LAS LIGAS MENORES/ ATAQUEMOS/ PATIO SOLAR
Diseño Promocional:	LOGO, LUSTRACIONES, POR "SUJETO CUALQUIERA"
Grupos o Colectivos a los que Pertenecen:	ELHABANORECORDS/LOS CHICOS
Colaboraciones con Otras Bandas o Artistas:	NO
Eventos o Festivales en los que Participan:	FERIAS GRAFICAS Y DE EMPRENDIMIENTO/FESTIVALES LOCALES
Seguidores en Redes Sociales:	2448 FOLLOWERS
Plataformas de Streaming:	YOUTUBE, SPOTIFY
Derechos de imagen	Sí

Melancolía es una banda quiteña de indie rock alternativo que surgió en el año 2022 con el propósito de canalizar y expresar aquellos sentimientos que, por lo general, suelen quedar guardados en silencio, así como las vivencias que marcan la vida de sus integrantes y de quienes los escuchan. A través de su música, la banda busca crear un espacio donde las emociones más profundas y, en ocasiones, contradictorias puedan fluir libremente. Con melodías alegres y llenas de energía, combinadas con letras cargadas de sentimentalismo y melancolía, logran un equilibrio único que invita tanto a la reflexión como al movimiento.

El sonido de Melancolía se caracteriza por ser una fusión de ritmos vibrantes y arreglos cuidadosamente elaborados, que contrastan con letras introspectivas y emotivas. Esta dualidad permite que sus canciones conecten con un público diverso, ofreciendo un refugio musical para quienes buscan identificarse con experiencias personales y universales. La banda no solo pretende que su música sea escuchada, sino que también sea sentida y vivida, creando así un vínculo especial con su audiencia.

Más allá de la música, Melancolía se ha convertido en un proyecto que busca romper barreras emocionales y fomentar la expresión auténtica. Sus integrantes, apasionados por el arte y la conexión humana, han logrado crear un estilo que invita a bailar, cantar y, sobre todo, a sentir. Cada canción es una invitación a explorar las emociones más profundas, a celebrar la vida en todas sus facetas y a encontrar belleza incluso en los momentos más oscuros.

ASPECTO GENERAL	ASPECTO ESPECIFICO
Nombre de la Banda:	MELANCOLIA
Año de Formación:	2022
Número y nombre de Integrantes:	EMILO, LUIS,GABRIEL,MATIAS
Género Musical:	DREAM ROCK/INDIE ROCK/SHOWGAZE
Contacto:	@MELANCOLIA_BAND
Influencias Musicales:	LAS LIGAS MENORES/BRATTY/ODD SWEETHEART
Descripción del Estilo Musical:	LETRAS MELANCOLICAS Y RITMOS FUERTES
Temáticas de sus Letras:	DESAMOR, EXPERIENCIAS COTIDIANAS
Estética de la Banda:	SEMIFORMAL, USO DE COLORES TIERRA, "COTTAGE CORE"
Referentes Visuales:	OF MONSTERS AND MEN/BON IVER/ARCADE FIRE/RADIOHEAD
Diseño Promocional:	ILUSTRACIONES
Grupos o Colectivos a los que Pertenecen:	N/A
Colaboraciones con Otras Bandas o Artistas:	NINGUNA
Eventos o Festivales en los que Participan:	FERIAS GRAFICAS Y DE EMPRENDIMIENTO/FESTIVALES LOCALES
Seguidores en Redes Sociales:	432 FOLLOWERS
Plataformas de Streaming:	YOUTUBE, SOUNDCLOUD

Derechos de imagen	
---------------------------	--

Con una propuesta fresca y sincera, Melancolía se ha posicionado como una banda que no solo entretiene, sino que también acompaña a su audiencia en su viaje emocional. Su objetivo es claro: llegar a aquellos que, a pesar de sus luchas internas, encuentran en la música un motivo para sonreír, bailar y seguir adelante. Con cada nota y cada palabra, la banda sigue construyendo un puente entre el corazón y el alma, demostrando que incluso en la melancolía hay espacio para la alegría y la conexión.

Ficha de Sistematización de Banda MELANCOLÍA

Quito - Ecuador

En contraste, **Mil**, una banda que mezcla ritmos desde el jazz hasta el math rock proveniente de Quito, explora territorios sonoros más experimentales. Su música se caracteriza por el uso de acordes complejos y capas de sonidos que crean paisajes sonoros inmersivos y expansivos. Con una propuesta que desafía las estructuras musicales tradicionales en la cual el performance y el contar historias que interactúan con sus canciones hacen que el espectador quiera saber más sobre las vivencias de la banda, Mil se lanza a la búsqueda de nuevas texturas y sensaciones, donde lo etéreo y lo terrenal se encuentran en cada acorde. La banda lleva a sus audiencias a un estado casi onírico, donde la intensidad del ruido y la calma de las melodías se entrelazan, generando una experiencia sensorial profunda y única.

ASPECTO GENERAL	ASPECTO ESPECIFICO
Nombre de la Banda:	Mil
Año de Formación:	2023
Número y nombre de Integrantes:	EMILIO, OSCAR,CAMILO
Género Musical:	JAZZ/MATHROCK/ROCK ALTERNATIVO
Contacto:	@MIL.QUITATE.ESA.CARETA
Influencias Musicales:	MY BLOODY VALENTIEN/MIDDRIFT/TITLE FIGHT/KOALA PRECIPICIO/NOUVULENT/DUSTER
Descripción del Estilo Musical:	MELODÍAS ONÍRICAS, USO DE PEDALES DE DISTORSIÓN SONIDOS AMBIENTALES
Temáticas de sus Letras:	RELACIONES HUMANAS COMPLEJAS,PASAJES DE LA VIDA, LA GRAN MAYORÍA DE TEMAS SON INSTRUMENTALES
Estética de la Banda:	IMÁGENES BORROSAS, COLORES PASTEL, LUCES NEON, ATMÓSFERAS ONÍRICAS
Referentes Visuales:	WHIRR, SLOW DIVE, WHISP,DIIV, MILD ORANGE, PANICO
Diseño Promocional:	1 LOGO
Grupos o Colectivos a los que Pertenecen:	ESTUDIO EN LLAMAS
Colaboraciones con Otras Bandas o Artistas:	
Eventos o Festivales en los que Participan:	FESTIVALES LOCALES ,JAMS DE DIBUJO,BARES
Seguidores en Redes Sociales:	176 FOLLOWERS
Plataformas de Streaming:	N/A
Derechos de imagen	

Ficha de Sistematización de Banda MIL

3.5.Propuesta de Diseño

Estos tres proyectos, con sus propuestas sonoras y líricas únicas, no solo representan lo mejor de la escena indie ecuatoriana, sino que también conectan con una audiencia joven que busca autenticidad, profundidad emocional y un espacio para reflexionar sobre sus propios sentimientos. Luv, Melancolía y Mil son el reflejo de una nueva ola de artistas que no temen explorar las sombras del alma humana, haciendo de la música un medio de expresión catártica y poderosa.

Estos artistas serían altamente atractivos para un proyecto audiovisual de mini conciertos en vivo por la autenticidad y diversidad que aportan a la escena underground. las bandas representan distintos matices del indie, el post-punk y el shoegaze, lo que enriquece la experiencia visual y sonora del proyecto. Cada uno trae una propuesta única que conecta con diferentes emociones y estados de ánimo, lo que permitiría crear una serie de conciertos en vivo que no solo muestren el talento musical, sino también el ambiente íntimo y vibrante del underground ecuatoriano. Al capturar la intensidad de sus presentaciones, las piezas audiovisuales lograrían transmitir la misma energía visceral que estos artistas generan en sus conciertos, creando un impacto visual poderoso para quienes buscan música auténtica y no comercial.

En conclusión, un proyecto de mini conciertos en vivo sería una plataforma ideal para estos artistas, al mismo tiempo que respondería a las

necesidades de su audiencia. Luv, Melancolía y Mil tienen mucho que ofrecer, y un proyecto audiovisual les permitiría expandir su alcance, ofreciendo a sus seguidores una experiencia auténtica y profunda. Al capturar la esencia de sus presentaciones en vivo, este proyecto no sólo promovería su música, sino que también contribuiría a fortalecer la escena underground ecuatoriana, dándole visibilidad y apoyo a los talentos que la conforman.

3.6 DISEÑO EN DETALLE

3.6.1. Características específicas de las estéticas underground

Las estéticas underground se caracterizan por su rechazo a las convenciones establecidas y una búsqueda constante de autenticidad, lo que las convierte en un espacio fértil para la experimentación artística. En oposición a lo comercial y lo masivo, la estética underground se define por su espíritu contracultural, donde lo marginal y lo no convencional encuentran su mayor expresión. Este estilo no se limita a un solo ámbito, sino que abarca música, moda, cine, fotografía y otras formas de arte. A menudo asociada con lo alternativo, la estética underground se nutre de subculturas que han sido ignoradas o rechazadas por la corriente principal, lo que le otorga un carácter rebelde y provocador.

Uno de los elementos centrales de esta estética es el *DIY* ("Do It Yourself" o "Hazlo tú mismo"), una filosofía que impulsa la creación artística sin depender de grandes recursos o instituciones. En la música, por ejemplo, los artistas underground suelen grabar y producir sus propias canciones de

manera independiente, alejándose de las grandes discográficas. Esta ética también se refleja en la moda, con ropa reciclada, hecha a mano o customizada, creando un estilo único y personal que rechaza las tendencias impuestas por la industria. El DIY permite que la estética underground sea accesible y abierta a la creatividad, priorizando el mensaje y la expresión sobre la perfección técnica.

La imperfección y la crudeza son aspectos valorados en la estética underground, tanto en lo visual como en lo sonoro. Lejos de buscar una producción pulida, muchas obras underground destacan por su aspecto inacabado o sucios, lo que refuerza la autenticidad de la experiencia. En la fotografía o el cine underground, por ejemplo, es común encontrar imágenes granuladas, sobreexpuestas o mal iluminadas, lo que añade un sentido de urgencia y espontaneidad. En la música, géneros como el punk o el lo-fi se caracterizan por una calidad de grabación "deficiente", pero esta es deliberada, ya que refleja la energía cruda y sin filtro del momento. El resultado es una estética que se siente honesta, visceral y cercana.

El uso de espacios no convencionales también es una característica importante de la estética underground. Los conciertos se celebran en bares pequeños, sótanos, garajes o fábricas abandonadas, lugares que escapan a la formalidad de las salas de conciertos tradicionales. Estos espacios crean una atmósfera íntima y directa, donde la cercanía entre el artista y la audiencia es clave. En estos entornos, la interacción entre los asistentes es más orgánica y auténtica, alejándose de la distancia física y emocional que suele existir en

eventos masivos. Esta utilización de lugares "improvisados" refuerza el espíritu independiente y autogestionado que caracteriza a la escena.

La estética underground tiene un componente profundamente subversivo y político. Los artistas de esta corriente no solo buscan romper con las normas estéticas, sino también con las sociales, abordando temas como la opresión, la libertad, el género, la política o la identidad de una manera directa y sin censura. A través del arte, la estética underground se convierte en una forma de resistencia contra el sistema y de visibilización de realidades marginadas. Es un espacio donde las voces que suelen ser silenciadas encuentran una plataforma para expresarse libremente, haciendo del underground un refugio para quienes buscan un arte que desafíe y provoque una reflexión crítica sobre el mundo que nos rodea.

3.7. Aspecto o Forma

La escena underground ha sido históricamente una cuna de experimentación sonora y visual, donde artistas desafían las convenciones establecidas y buscan nuevas formas de expresión. Géneros como el grunge, indie rock, shoegaze y post-punk han dejado una huella imborrable en la cultura popular, definiendo una estética que trasciende las modas pasajeras.

El grunge, surgido en la década de los 1980 en Seattle, se caracterizó por una estética desaliñada y una actitud rebelde. Bandas como Nirvana, Pearl Jam y Soundgarden, popularizaron un sonido sucio y distorsionado, acompañado de letras que abordaban temas como la apatía, la alienación y la

angustia adolescente. Visualmente, los músicos grunge se identificaban con un estilo desenfadado, a menudo luciendo ropa raída y cabello desgredado, reflejando una imagen de autenticidad y rebeldía.

Por su parte, el *indie rock* se ha caracterizado por una diversidad estilística que va desde lo más melódico hasta lo más experimental. Si bien sus raíces se remontan a los años 1980, el indie rock experimentó un renacimiento en los 1990, con bandas como Pavement y Blur. La estética indie se caracteriza por una estética más cuidada y una actitud más independiente respecto a las grandes discográficas. Visualmente, los músicos indie suelen adoptar un estilo más personal y menos convencional, explorando diferentes tendencias de la moda y el diseño.

El *shoegaze*, originario de Reino Unido a finales de los 1980, se destaca por su sonido denso y atmosférico, creado a través de la utilización de múltiples efectos de guitarra y una producción de alta calidad. Bandas como My Bloody Valentine y Slowdive popularizaron un sonido que invita a la introspección y la evasión. Visualmente, los músicos shoegaze suelen adoptar una estética más oscura y melancólica, con una fuerte influencia del cine y la fotografía.

Finalmente, el *post-punk*, surgido como una reacción al punk rock a finales de los 1970, se caracteriza por una mayor complejidad musical y una exploración de diferentes géneros. Bandas como Joy Division y Siouxsie and the Banshees popularizaron un sonido oscuro, atmosférico y experimental.

Visualmente, los músicos post-punk se identificaban con una estética gótica y futurista, inspirándose en el cine de terror y la ciencia ficción.

En conclusión, la estética de los géneros underground es tan diversa como los propios artistas que los interpretan. Sin embargo, todos comparten un denominador común: la búsqueda de una identidad sonora y visual propia, que les permita diferenciarse de la música comercial y conectar con un público que busca algo más que simple entretenimiento.

3.7.1. Moda, el diseño gráfico y el diseño fotográfico, se intersecan con la música

La música underground, lejos de ser solo un sonido, ha sido un movimiento cultural que ha moldeado y ha sido moldeado por diversas expresiones artísticas. La moda, el diseño gráfico y la fotografía han sido, y continúan siendo, elementos intrínsecamente ligados a la estética de géneros como el grunge, indie, post-punk y shoegaze. Esta intersección ha creado una sinergia única que ha trascendido las barreras artísticas y ha dejado una huella imborrable en la cultura popular.

La moda, en este contexto, ha sido más que una mera expresión de estilo; ha sido una forma de rebeldía, de identidad y de pertenencia. El grunge, con su estética desaliñada y sus prendas de segunda mano, reflejaba una actitud anti-establishment y una búsqueda de autenticidad. El indie rock, por su parte, ha explorado una amplia gama de estilos, desde lo vintage hasta lo más experimental, siempre con un toque de ironía y desenfado. El post-punk, con su

estética gótica y futurista, ha desafiado las normas de género y ha explorado la oscuridad y la ambigüedad. Y el shoegaze, con su sonido atmosférico y sus letras introspectivas, ha optado por un estilo más romántico y melancólico.

El diseño gráfico, por su parte, ha sido fundamental para construir la identidad visual de cada género. Las carátulas de los discos, los posters de los conciertos y los fanzines han sido herramientas poderosas para comunicar la estética y los valores de cada movimiento. El grunge, con su diseño minimalista y sus tipografías toscas, reflejaba la crudeza y la energía de su música. El indie rock ha experimentado con una amplia variedad de estilos, desde lo psicodélico hasta lo minimalista, siempre buscando la originalidad y la innovación. El post-punk y el shoegaze, por su parte, han optado por diseños más oscuros y atmosféricos, con una fuerte influencia del arte y la fotografía.(Vea,2012)

La fotografía, por último, ha capturado la esencia de cada género, inmortalizando momentos icónicos y creando imágenes que han trascendido el tiempo. Los fotógrafos de rock han sido más que simples documentalistas; han sido colaboradores creativos que han ayudado a construir la imagen de los artistas y de los movimientos musicales. Los retratos en blanco y negro, las tomas en vivo y las fotografías de estudio han sido herramientas fundamentales para transmitir la energía y la actitud de cada género (Garland,2022).

La intersección entre la moda, el diseño gráfico y la fotografía con la música underground ha sido un proceso bidireccional. Por un lado, la música ha influenciado la estética visual de estos géneros artísticos, inspirando a diseñadores y fotógrafos a crear obras que resonaran con la sensibilidad de los

fans. Por otro lado, la moda, el diseño gráfico y la fotografía han contribuido a definir la identidad visual de cada género musical, creando una experiencia sensorial completa para los seguidores de la música underground (Dawkins, 2023).

Esta relación simbiótica ha dado lugar a una estética única y reconocible para cada género. El grunge, el indie, el post-punk y el shoegaze no solo son sonidos, sino también estilos de vida, formas de vestir y de ver el mundo. La moda, el diseño gráfico y la fotografía han sido las herramientas que han permitido a estos géneros trascender el tiempo y convertirse en iconos culturales (Greenland,2023).

En conclusión, la música underground y las artes visuales han mantenido una relación estrecha y mutuamente beneficiosa a lo largo de los años. Esta intersección ha dado lugar a una estética rica y diversa que continúa inspirando a nuevas generaciones de artistas y creadores.

3.7.2 Estéticas asociadas a las bandas

La escena musical underground ha sido siempre más que solo música. Ha sido un movimiento cultural que ha moldeado y ha sido moldeado por diversas expresiones artísticas, entre ellas la moda, el diseño gráfico y la fotografía. Cada género underground, con sus propias particularidades, ha desarrollado una estética visual distintiva que ha trascendido las barreras musicales y ha dejado una huella imborrable en la cultura popular (Greenland,2023).

El grunge, surgido en los sótanos de Seattle, se caracterizó por una estética desaliñada y rebelde. La moda grunge era un reflejo de su sonido: camisas de franela desgastadas, jeans rotos, botas pesadas y un cabello descuidado. Visualmente, los conciertos de grunge eran experiencias caóticas y enérgicas, con una iluminación tenue y una puesta en escena minimalista.(Stafford,1018)

El indie rock, por su parte, ha explorado una amplia gama de estéticas, desde lo retro hasta lo experimental. La moda indie se ha caracterizado por un estilo más ecléctico y personal, con una mezcla de prendas vintage y contemporáneas. Los conciertos indie suelen tener una atmósfera más relajada y festiva, con una iluminación colorida y una puesta en escena más elaborada.(Periyannan,2024)

El post-punk, influenciado por el cine de terror y la ciencia ficción, ha desarrollado una estética oscura y gótica. La moda post-punk se caracterizó por siluetas andróginas, tejidos negros y accesorios llamativos. Los conciertos post-punk a menudo tenían una atmósfera intensa y teatral, con una iluminación dramática y una puesta en escena que evocaba un mundo onírico.(Kir,2024)

El shoegaze, con su sonido atmosférico y sus letras introspectivas, ha desarrollado una estética visual más suave y melancólica. La moda shoegaze se caracterizó por prendas holgadas, colores pastel y un estilo más romántico y desenfadado. Los conciertos shoegaze suelen tener una atmósfera íntima y

envolvente, con una iluminación tenue y una puesta en escena minimalista.(Underground England,2022)

Más allá de estas características generales, cada banda y cada artista ha desarrollado su propia estética visual, influyendo y siendo influenciada por su entorno cultural y social. La fotografía ha sido fundamental para capturar la esencia de estos movimientos, inmortalizando momentos icónicos y creando imágenes que han trascendido el tiempo. Los fotógrafos de rock han sido más que simples documentalistas; han sido colaboradores creativos que han ayudado a construir la imagen de los artistas y de los movimientos musicales.(Atkinson,2023)

La intersección entre la música underground y las artes visuales ha sido un proceso bidireccional. Por un lado, la música ha influenciado la estética visual de estos géneros artísticos, inspirando a diseñadores y fotógrafos a crear obras que resonaran con la sensibilidad de los fans. Por otro lado, la moda, el diseño gráfico y la fotografía han contribuido a definir la identidad visual de cada género musical, creando una experiencia sensorial completa para los seguidores de la música underground.

En conclusión, la estética visual de la música underground es tan diversa como los propios sonidos. Sin embargo, todas comparten un denominador común: la búsqueda de una identidad visual propia, que les permita diferenciarse de la música comercial y conectar con un público que busca algo más que simple entretenimiento. La moda, el diseño gráfico y la

fotografía han sido las herramientas que han permitido a estos géneros trascender el tiempo y convertirse en iconos culturales.

3.8. Materiales, plataformas y soportes

Una serie de cápsulas audiovisuales underground con una estética inspirada en una sala vintage, al estilo del MTV Unplugged de Nirvana, puede capturar de manera ideal la esencia de la música underground. Este tipo de música se caracteriza por su autenticidad y su enfoque en lo íntimo y lo emocional, por lo que un ambiente que refleje esos valores sería crucial para amplificar la experiencia tanto para los artistas como para la audiencia. El uso de una ambientación vintage, con detalles que evoquen una sensación de nostalgia, contribuiría a crear un espacio acogedor y cálido, donde el foco principal sea la música y la conexión directa entre el artista y el público, sin distracciones superficiales.

La elección de luces tenues juega un papel fundamental en este tipo de estética, ya que favorece un ambiente introspectivo y envolvente. En lugar de la iluminación intensa y llamativa de los conciertos tradicionales, las luces suaves y cálidas permiten que la audiencia se concentre en la intimidad de la actuación. Este tipo de iluminación también resalta los detalles emocionales de la música, potenciando el sentido de cercanía y vulnerabilidad que los artistas underground suelen transmitir. Además, la penumbra contribuye a crear una atmósfera casi cinematográfica, donde cada sombra y destello parecen contar una historia en sí mismos, reforzando el impacto visual y emocional del concierto.

La ambientación íntima es otro aspecto clave de esta estética, y se alinea perfectamente con la naturaleza de las capsulas audio visuales underground. Los espacios pequeños y acogedores invitan a la audiencia a estar más cerca de los músicos, lo que crea una conexión más profunda y significativa. Esta proximidad física refuerza la idea de que la música underground es para quienes buscan algo auténtico, algo que no puede replicarse en las grandes arenas o conciertos masivos. Un escenario que recuerda a una sala vintage también puede sugerir que estos eventos son especiales y únicos, donde cada detalle debe ser pensado para ofrecer una experiencia diferente, personal y cargada de significado, llevando así algo único de cada Banda/Solista complementando la escenografía.

El concepto de comodidad para la audiencia es esencial en este formato. A diferencia de los conciertos masivos, donde la multitud y la distancia pueden aislar a los espectadores, en un entorno íntimo y acogedor, los asistentes pueden relajarse y sentirse más conectados con el artista. Esto no solo mejora la experiencia del espectador, sino que también crea una atmósfera de respeto y apreciación por la música en vivo. Una estética vintage, con mobiliario clásico y una iluminación que suaviza el espacio, permite que la audiencia sienta que está en un lugar familiar, casi como en una reunión entre amigos, lo que refuerza el sentido de comunidad que caracteriza a la escena underground.

Finalmente, esta estética refleja un equilibrio perfecto entre lo nostálgico y lo moderno, lo cual es fundamental en el mundo del underground. La música

independiente a menudo se nutre de influencias del pasado mientras busca innovar y proponer algo fresco. Una sala vintage con luces tenues y una ambientación íntima crea el entorno ideal para que los artistas y su público exploren esa tensión entre lo antiguo y lo nuevo, entre lo privado y lo compartido. Tal como el icónico MTV Unplugged de Nirvana permitió que la audiencia viera una faceta más cruda y emocional de la banda, una serie de mini conciertos underground en este estilo ofrecería una ventana al alma de la música independiente, donde lo que importa es la conexión emocional y la autenticidad, no los artificios ni el espectáculo masivo.

Las cápsulas audiovisuales que capturen la esencia del movimiento underground con una estética inspirada en una sala vintage, al estilo del icónico MTV Unplugged de Nirvana, debería centrarse en crear una atmósfera íntima y genuina que refleje la autenticidad y el poder emocional de la música independiente. El escenario, con un diseño nostálgico que evoque una sala de estar retro, tendría muebles antiguos como sillones de cuero desgastado o vintage, lámparas con pantallas de tela y detalles decorativos que recuerden épocas pasadas. El espacio debe ser acogedor y cómodo, creando la sensación de estar en una reunión entre amigos, lo que invita a la audiencia a relajarse y conectar profundamente con la música y los artistas.

El uso de luces tenues sería fundamental para este tipo de estética audiovisual. En lugar de optar por luces brillantes y efectos visuales llamativos, se utilizarían focos cálidos, quizás con tonos ámbar o rojizos, para bañar el escenario en una luz suave que enfatice los gestos y las emociones de los

músicos. Este tipo de iluminación, al igual que en los conciertos de shoegaze y post-punk, crearía un ambiente envolvente y melancólico, con sombras que añaden una capa extra de profundidad visual y emocional. La penumbra sería clave para generar una atmósfera introspectiva, donde cada destello de luz parece destacar un momento íntimo entre el artista y la audiencia.

La cercanía física entre los músicos y el público también son un componente esencial en el diseño del audiovisual. La cámara debería moverse fluidamente a través del espacio reducido, capturando tomas cercanas de los instrumentos, las manos de los músicos y sus expresiones faciales, destacando detalles que usualmente se pierden en los grandes escenarios. Los planos cerrados, alternados con tomas más amplias que muestran la conexión entre los espectadores y los artistas, crearían una narrativa visual que resalta la interacción humana, donde cada susurro, cada acorde y cada mirada son parte integral del momento.

La ambientación vintage, con su aire nostálgico, establecería un contraste perfecto con la música independiente y sus innovaciones modernas. El estilo ecléctico del indie rock y las influencias retro del grunge se verían reflejadas en los elementos visuales del audiovisual: desde posters de bandas clásicas en las paredes hasta objetos decorativos como vinilos y amplificadores antiguos. Este espacio no solo es un escenario, sino un personaje más en la narrativa, aportando al espectador una sensación de pertenencia y calidez que refleja la atmósfera subterránea y comunitaria del underground. Cada elemento

visual debe estar cuidadosamente seleccionado para reforzar esa sensación de un concierto íntimo y especial.

Finalmente, el audio desempeñaría un papel crucial en complementar la estética visual. Al igual que en los conciertos unplugged, se buscaría una grabación sonora limpia, donde los instrumentos acústicos resalten y la voz del artista se sienta cercana, como si el espectador estuviera sentado justo frente a ellos. El diseño sonoro, en conjunto con las imágenes, capturan la esencia cruda y emocional de la música, permitiendo que cada pequeño detalle sonoro, desde el roce de las cuerdas hasta la respiración del cantante, crea una conexión visceral con la audiencia. En resumen, este tipo de audiovisual debe ser una experiencia multisensorial, donde la estética vintage, las luces tenues, la cercanía del espacio y el sonido limpio se combinan para generar un entorno íntimo y auténtico que celebre la profundidad emocional de la música underground.

3.9.Pasión personal y generacional.

La pasión por la música underground nace de la energía y autenticidad que este género transmite. La música underground es rebelde, cruda y en muchos casos va en contra de lo establecido, aspectos que resuenan profundamente en el corazón creativo de quienes buscan capturar lo genuino y visceral. Para un diseñador fotográfico, no solo se trata de retratar una imagen, sino de capturar el alma del momento, la esencia de la escena musical y su capacidad de sacudir las emociones más profundas. Es ese deseo de

inmortalizar lo efímero lo que impulsa su trabajo, buscando siempre transmitir la misma intensidad que siente al escuchar los acordes distorsionados o los ritmos pulsantes de la música.

En la labor creativa, se puede encontrar la música underground como un reflejo de la propia búsqueda artística de este proyecto de diseño. La naturaleza contracultural y no comercial de este género permite explorar mundos visuales fuera de los estándares convencionales, ofreciendo un terreno fértil para la experimentación. las imágenes buscan ser tan crudas y honestas como los sonidos que escucha.

Los conciertos en espacios pequeños, los ensayos en sótanos oscuros, la camaradería entre músicos que luchan por ser escuchados, todo ello se convierte en un caleidoscopio de emociones y luces que el diseñador fotógrafo puede transformar en piezas audiovisuales que no solo documenten, sino que transmitan el mismo espíritu rebelde y vibrante.

El punto de este proyecto de diseño no es simplemente crear imágenes hermosas, sino generar piezas audiovisuales que sean una experiencia sensorial completa. cada fotografía, cada video, resuena con la intensidad de los graves que retumban en una sala oscura, con la energía de una audiencia que se deja llevar por el ritmo. Busca tocar fibras sensibles, hacer que su audiencia joven no solo vea la música, sino que la sienta, que cada imagen esté impregnada de esa misma sensación de libertad y desafío que caracteriza la música underground. Los proyectos audiovisuales son una manera de

conectar con los jóvenes que también están en búsqueda de su identidad, de algo que rompa con la monotonía y los mueva desde adentro.

Este Proyecto de diseño no teme romper las reglas de la estética tradicional para crear algo único, algo que capture la esencia del underground. Experimenta con luces, sombras, texturas y movimientos para crear un lenguaje visual que dialogue con la música de manera visceral. Con cada clic, está componiendo su propio ritmo visual, una especie de sinfonía caótica pero hermosa que refleja la intensidad emocional del género que lo inspira. Sus obras están llenas de imperfecciones deliberadas, de momentos espontáneos que se convierten en el corazón de los productos finales.

Finalmente, el objetivo es generar un impacto. Las audiencias jóvenes buscan autenticidad, algo que se sienta real y cercano, algo con lo que puedan conectarse de manera profunda. Por eso, el enfoque va más allá de lo meramente estético; Las piezas audiovisuales deben ser una puerta a una experiencia emocional, una invitación a explorar los sentimientos y la energía que la música underground despierta. En esta búsqueda, no solo se documenta y se promociona la escena musical, sino que la amplifica y la traduce en un lenguaje visual que, al igual que la música, puede ser entendido de manera universal.

4. El mercado

4.1 Marca y comunicación

4.1.1 Marca

Cubo nace como una plataforma de contenido audiovisual y fotográfico dedicada a visibilizar y documentar la escena musical underground de Quito. Su nombre, *Cubo*, evoca la idea de un espacio físico y conceptual que contiene algo en su interior, representando simbólicamente el cuarto de ensayo, el estudio de grabación o cualquier lugar íntimo donde la música cobra vida. Este nombre refleja la esencia del proyecto: capturar y mostrar la creatividad que surge en esos espacios cerrados, pero que busca expandirse hacia el mundo. El concepto de "cubo" también sugiere una estructura sólida y versátil, alineándose con la idea de ser una plataforma que alberga y organiza contenido diverso, desde fotografías hasta cápsulas audiovisuales, de manera accesible y atractiva.

El slogan, *Música desde un cuarto*, refuerza la identidad de la marca al enfatizar el origen íntimo y auténtico de las bandas quiteñas. Un "cuarto" no solo representa un lugar físico, sino también un espacio emocional y creativo donde los artistas experimentan, componen y ensayan. Este concepto conecta directamente con la escena underground, que a menudo se desarrolla lejos de los grandes escenarios y focos mediáticos, en lugares modestos pero llenos de pasión y autenticidad. El slogan invita al público a adentrarse en esos espacios

íntimos, a descubrir la música que nace en la cotidianidad y a valorar el proceso creativo detrás de cada banda.

La creación de la marca Cubo se basa en la necesidad de ofrecer una plataforma que no solo documente, sino que también celebre la diversidad y riqueza de la música quiteña underground. A través de fotografías, pósters, editoriales y cápsulas audiovisuales, Cubo busca capturar la esencia de las bandas, sus historias y su conexión con la ciudad. Cada producto creado bajo esta marca está diseñado para ser visualmente impactante y narrativo, con el objetivo de que las propias bandas puedan utilizarlo en sus redes sociales y promociones, fortaleciendo así su presencia digital y su conexión con el público.

Cubo no solo se posiciona como una plataforma de contenido, sino también como un referente cultural que busca democratizar el acceso a la música local. Su página web funciona como un repositorio central donde cualquier persona interesada puede explorar y descargar de manera libre los materiales audiovisuales y fotográficos. Esta accesibilidad es clave para fomentar la difusión de las bandas y para que la ciudadanía quiteña reconozca y valore su escena musical underground. Además, la marca busca generar un sentido de comunidad, conectando a artistas, seguidores y espacios culturales en torno a un mismo propósito: visibilizar y apoyar la música local.

En definitiva, Cubo y su slogan *Música desde un cuarto* representan más que una plataforma; son un homenaje a la creatividad que surge en la intimidad y un esfuerzo por llevar esa música a un público más amplio. Con un enfoque en la calidad, la autenticidad y la colaboración, la marca aspira a convertirse en

un puente entre las bandas underground y la ciudadanía, documentando y celebrando la riqueza cultural de Quito. A través de su contenido, Cubo no solo promueve a los artistas, sino que también construye un legado visual y sonoro que refleja la identidad y el espíritu de la música quiteña.

4.1.2 Logotipo, color y tipografía

El uso de una boca como logo de Cubo, junto con el color rojo como principal y la tipografía tipo stencil, se justifica plenamente en el contexto del proyecto de plataforma de contenido audiovisual y fotográfico para bandas quiteñas underground. Estos elementos no solo refuerzan la identidad visual de la marca, sino que también transmiten de manera efectiva los valores y la esencia del proyecto. A continuación, se explica cada uno de estos elementos:

La boca como logo:

La boca es un símbolo poderoso que representa la voz, la expresión y la comunicación, aspectos fundamentales para una plataforma que busca visibilizar y amplificar la música underground. En el contexto de Cubo, la boca evoca la idea de dar voz a las bandas quiteñas que, desde sus espacios íntimos (como un cuarto), proyectan su arte al mundo. Además, la boca puede interpretarse como un grito o un canto, elementos asociados con la rebeldía y la autenticidad de la escena underground. Este símbolo conecta emocionalmente con el público, transmitiendo la pasión y la energía que caracterizan a la música local.

El color rojo como principal:

El rojo es un color vibrante y llamativo que evoca emociones intensas como la pasión, la energía y la urgencia. En el contexto de Cubo, este color refleja la vitalidad y el dinamismo de la escena musical underground quiteña. El rojo también tiene un carácter atrevido y rebelde, lo que se alinea perfectamente con la esencia de las bandas que suelen operar fuera de los circuitos comerciales. Además, el rojo es un color que capta la atención inmediatamente, lo que es crucial para una plataforma que busca destacar en un entorno digital saturado de contenido. Este tono refuerza la idea de que Cubo no es solo un proyecto, sino un movimiento cultural que busca generar impacto.

Tipografía tipo stencil:

La tipografía tipo stencil evoca lo urbano, lo callejero y lo underground, elementos clave en la identidad de Cubo. Este estilo de letra está asociado con la cultura urbana, el graffiti y los movimientos alternativos, lo que conecta directamente con la escena musical underground que la plataforma busca representar. La tipografía stencil también transmite una sensación de autenticidad y rebeldía, valores que son centrales para las bandas quiteñas que crean música desde espacios no convencionales. Además, este tipo de letra es fácil de reconocer y tiene un carácter visual fuerte, lo que ayuda a que la marca sea memorable y distintiva.

Conexión con lo urbano y lo underground:

La combinación de la boca, el color rojo y la tipografía stencil crea una identidad visual coherente que refleja la esencia urbana y underground del proyecto. Estos elementos juntos transmiten la idea de que Cubo es una plataforma que nace desde las calles, desde los cuartos de ensayo y desde los espacios marginales donde la música cobra vida. Esta estética no solo atrae a un público joven y conectado con la cultura urbana, sino que también posiciona a Cubo como un proyecto auténtico y cercano a la realidad de las bandas quiteñas.

Impacto visual y emocional:

Finalmente, la boca, el rojo y la tipografía stencil trabajan juntos para crear un impacto visual y emocional inmediato. Este conjunto de elementos no solo llama la atención, sino que también genera una conexión emocional con el público, invitándolo a explorar y ser parte de la escena musical que Cubo documenta y promueve. La boca como logo, el rojo como color principal y la tipografía stencil no son solo decisiones estéticas, sino herramientas estratégicas para comunicar la esencia del proyecto y posicionarlo como un referente cultural en Quito.

En resumen, el uso de la boca como logo, el color rojo y la tipografía stencil en Cubo no solo refuerza la identidad visual de la marca, sino que también comunica de manera efectiva su conexión con la escena urbana y underground quiteña. Estos elementos trabajan juntos para crear una imagen poderosa y memorable que refleja la pasión, la autenticidad y la energía de la música que nace desde los cuartos y las calles de Quito.

4.2 Estrategia de difusión

Para la difusión de un proyecto fotográfico y audiovisual enfocado en bandas de la localidad quiteña, es fundamental diseñar una estrategia integral que combine el uso de redes sociales, plataformas digitales y herramientas visuales atractivas. El primer paso consiste en crear contenido diverso y de alta calidad, como fotografías, pósters, editoriales y cápsulas audiovisuales, que capturen la esencia de cada banda y su conexión con la cultura quiteña. Este material no solo debe ser estéticamente impactante, sino también narrativo, contando historias que resalten la identidad y el trabajo de los artistas. Una página web funcionará como el repositorio central de todos estos productos, permitiendo que el público interesado acceda de manera libre y organizada a los contenidos, lo que facilitará la difusión y el alcance del proyecto.

En cuanto a las redes sociales de los artistas, estas serán el eje principal de la estrategia de difusión. Plataformas como Instagram y TikTok son ideales para compartir fotografías, pósters y cápsulas audiovisuales de manera dinámica y atractiva. Cada publicación debe estar acompañada de textos descriptivos que inviten a la interacción, utilizando hashtags relacionados con la escena musical quiteña, el arte local y el proyecto en sí. Es clave colaborar con las propias bandas, quienes pueden compartir el contenido en sus perfiles, ampliando el alcance a sus seguidores y generando un efecto multiplicador. Las cápsulas audiovisuales, en particular, pueden ser publicadas en formatos cortos para redes sociales y versiones extendidas en la página web, adaptándose a los diferentes consumos digitales.

La creación de pósters y editoriales también juega un papel importante en la estrategia. Estos materiales pueden ser diseñados con un estilo visual coherente y distintivo, que refleje la identidad del proyecto y de las bandas involucradas. Los pósters pueden ser compartidos tanto en formato digital como físico, colocándolos en espacios culturales, bares, cafés y centros de reunión de la ciudad, lo que ayudará a captar la atención del público local. Por otro lado, los editoriales pueden ser publicados en la página web como artículos que profundicen en la historia de cada banda, complementados con fotografías y enlaces a las cápsulas audiovisuales, generando un contenido más completo y atractivo.

La página web, como repositorio central, es intuitiva, visualmente atractiva y fácil de navegar. Allí se alojan todos los productos del proyecto, organizados por bandas, permitiendo que los visitantes exploren libremente el contenido. Además, es importante incluir una sección de "Sobre el proyecto" que explique su objetivo y filosofía, así como un apartado de contacto para posibles colaboraciones o consultas.

4.2. Presupuesto

4.2.1. Presupuesto Real

El presupuesto estimado para la producción casera de cápsulas audiovisuales de bandas underground con recursos limitados que fue usado en este proyecto consta de los siguientes ítems:

Presupuesto para Producción Casera de Cápsulas Audiovisuales

1. Equipos y Materiales

- **Cámara DSLR o Mirrorless (alquiler o propia)** – \$0 - \$50 (si se alquila por día)
- **Trípode y estabilizador** – \$0 - \$30 (opcional, puede ser prestado o improvisado)
- **Micrófono de solapa o direccional** – \$20 - \$50
- **Grabadora de audio externa** – \$40 - \$70 (opcional, se puede grabar con el micrófono directo a la cámara)
- **Luces LED portátiles** – \$30 - \$80 (opcional, se pueden usar luces caseras)

2. Espacio y Ambientación

- **Ubicación (sala, estudio casero, bar, espacio cultural, etc.)** – \$0 - \$50 (si se alquila)
- **Decoración vintage (lámparas, muebles, telares, etc.)** – \$20 - \$40 (puede ser prestado o reutilizado)

3. Producción y Personal

- **Cámara y dirección** – \$0 - \$100 (puede ser autogestión o colaboración)
- **Sonido en vivo** – \$0 - \$50 (colaboración o técnico de sonido)
- **Edición y postproducción (software gratuito como DaVinci Resolve, Premiere si ya se tiene)** – \$0 - \$100

4. Difusión y Distribución

- **Redes sociales (publicidad opcional en Instagram, TikTok, YouTube, etc.)**
– \$0 - \$50
- **Diseño gráfico para promoción (canva gratuito o diseñador amigo)**
– \$0 - \$30
- **Página web o repositorio digital** – \$0 - \$50 (opcional, puede ser una cuenta gratuita en YouTube o un blog gratuito)

Costo Total Aproximado:

- **Mínimo:** \$50 (usando equipos prestados, espacios gratuitos y trabajo colaborativo)
- **Máximo:** \$500 (con alquiler de equipo, pago a colaboradores y publicidad)

4.2.2 Presupuesto ideal

Presupuesto para Producción de Cápsulas Audiovisuales ideal para la realización del proyecto cuenta de los siguientes ítems

1. Equipos y Materiales

- **Cámara principal (Sony FX3, Canon C70, Blackmagic 6K, etc.)** – \$3,500 - \$6,000 (compra) o \$100 - \$250 por día (alquiler)
- **Cámara secundaria para tomas de apoyo** – \$2,000 - \$4,000 (compra) o \$50 - \$150 por día (alquiler)
- **Lentes de cine (Sigma, Zeiss, Canon RF/L, etc.)** – \$3,000 - \$8,000 (compra) o \$50 - \$200 por día (alquiler)

- **Trípodes y estabilizadores profesionales (Ronin, Manfrotto, etc.)** – \$500 - \$2,000
- **Micrófonos de alta calidad (Sennheiser, Rode, Shure, Neumann, etc.)** – \$300 - \$1,500
- **Grabadora de audio externa (Zoom F6, Sound Devices MixPre-6, etc.)** – \$600 - \$2,000
- **Sistema de monitoreo de audio (auriculares, altavoces de referencia)** – \$300 - \$1,000
- **Iluminación profesional (Aputure 300D, Nanlite, ARRI, etc.)** – \$1,000 - \$5,000
- **Máquinas de humo y efectos visuales** – \$200 - \$1,000

2. Espacio y Ambientación

- **Alquiler de estudio o locación especializada** – \$300 - \$2,000 por día
- **Decoración personalizada (mobiliario vintage, props, escenografía, etc.)** – \$500 - \$3,000
- **Diseño de iluminación escénica personalizada** – \$500 - \$2,000

3. Producción y Personal

- **Director/a de fotografía** – \$500 - \$1,500 por día
- **Camarógrafo/a principal** – \$300 - \$1,000 por día
- **Asistente de cámara y foquista** – \$150 - \$500 por día
- **Técnico de sonido** – \$200 - \$800 por día

- **Director/a de arte (encargado del diseño visual y ambientación) –**
\$300 - \$1,200 por día
- **Editor/a y colorista profesional (DaVinci Resolve, Premiere, etc.) –**
\$500 - \$2,500 por proyecto
- **Postproducción de audio (mezcla y masterización de sonido) – \$300**
- \$1,500 por proyecto

4. Difusión y Distribución

- **Campaña de redes sociales (Instagram, TikTok, YouTube, Facebook Ads, etc.) – \$500 - \$5,000**
- **Diseño gráfico y motion graphics – \$300 - \$1,500**
- **Página web profesional con hosting propio – \$500 - \$3,000**
- **Distribución en plataformas de streaming y medios digitales – \$200**
- \$1,000
- **Impresión de pósters, flyers y material promocional – \$300 - \$1,500**

Costo Total Aproximado:

- **Mínimo:** \$10,000 - \$15,000
- **Máximo:** \$50,000+

Este presupuesto permite una producción de calidad cinematográfica con equipos y profesionales de alto nivel, garantizando una experiencia visual y sonora impactante no obstante la creatividad y el uso correcto de las herramientas puede generar un producto de calidad que satisfaga las

necesidades del artista y las exigencias de su audiencia además que esto se apega a los principios del DIY.

5.Cierre

5.1Conclusiones

El enfoque deductivo es especialmente útil en la evaluación de las cápsulas audiovisuales y productos fotográficos editoriales en función de su eficacia para posicionar a las bandas. Se puede deducir, por ejemplo, que un enfoque basado en contar historias auténticas, con elementos visuales que resalten la personalidad y singularidad de las bandas, es efectivo para captar la atención de un público nicho.

En definitiva, el crecimiento y la permanencia de las bandas independientes dependen en gran medida del respaldo de la comunidad. Si bien enfrentan múltiples desafíos, el compromiso del público y el apoyo institucional pueden marcar la diferencia en su desarrollo. Fomentar la difusión, valorar su trabajo y participar activamente en su escena son acciones clave para asegurar que la música independiente continúe enriqueciendo el panorama cultural de Quito.

Aunque la escena underground en Quito enfrenta desafíos significativos, su crecimiento y resiliencia demuestran su importancia dentro del panorama cultural de la ciudad. Gracias al apoyo de la comunidad y al acceso a plataformas digitales, los artistas pueden seguir desarrollando su independencia y expandiendo su alcance. Más que un simple movimiento

musical, la escena underground representa una manifestación artística y social que continúa desafiando las normas y enriqueciendo la diversidad cultural.

La identidad visual de Cubo, representada por la boca, el color rojo y la tipografía stencil, refuerza su conexión con la escena urbana y underground de Quito, logrando una imagen auténtica, impactante y memorable. Esta estética no solo refleja la esencia del proyecto, sino que también genera una conexión emocional con el público y posiciona a Cubo como un referente cultural en la ciudad.

Por otro lado, la estrategia de difusión juega un papel clave en la proyección del proyecto, combinando redes sociales, plataformas digitales y material visual atractivo para maximizar su alcance. A través de contenido de alta calidad, como cápsulas audiovisuales, pósters y editoriales, se busca no solo documentar la escena musical quiteña, sino también amplificar su impacto y fortalecer la relación entre las bandas y su audiencia. La colaboración con los propios artistas y el uso estratégico de plataformas digitales aseguran que el proyecto crezca de manera orgánica y llegue a una audiencia más amplia, consolidando así su presencia en la cultura musical de Quito.

La estética visual de la música underground es una extensión de su esencia artística y contracultural. A través de la moda, el diseño gráfico y la fotografía, estos géneros han logrado construir una identidad única que va más allá de lo comercial, resonando con un público que busca autenticidad y significado. Esta fusión de sonido e imagen no solo fortalece su impacto, sino

que también los consolida como referentes culturales que trascienden generaciones.

La música underground no solo se escucha, sino que se vive y se siente a través de una estética visual que refuerza su autenticidad y conexión con el público. Más que un complemento, las piezas audiovisuales se convierten en una extensión de la experiencia musical, transmitiendo emociones y amplificando el impacto de la escena. De esta manera, el lenguaje visual se convierte en un puente universal que permite que la energía y el mensaje de la música underground trasciendan fronteras y generaciones.

Una serie de cápsulas audiovisuales inspiradas en una sala vintage, tiene el potencial de capturar la esencia pura y emocional de la música underground. A través de una ambientación íntima, luces tenues y una estética nostálgica, se crea un espacio donde la autenticidad y la conexión entre artista y audiencia son el foco principal. Más que un simple escenario, este concepto se convierte en una extensión de la experiencia musical, ofreciendo una narrativa visual y sonora que resalta la profundidad y el impacto emocional de cada interpretación. En este formato, la música independiente encuentra un refugio donde su esencia puede brillar sin artificios, permitiendo que el público se sumerge en una experiencia única y significativa.

La producción de cápsulas audiovisuales para bandas underground puede realizarse con diferentes niveles de inversión, desde una producción casera con recursos mínimos hasta una producción de alto nivel con equipo profesional y un equipo técnico especializado. Un presupuesto ilimitado facilita

el trabajo, permitiendo acceso a cámaras de cine, iluminación avanzada, personal experimentado y campañas de difusión que garantizan una mayor calidad y alcance. Sin embargo, esto no significa que un presupuesto reducido sea un obstáculo insalvable.

Con creatividad, planificación y el uso adecuado de las herramientas disponibles, tanto en hardware como en software, es posible generar contenido de alta calidad incluso con recursos limitados. El conocimiento de técnicas de grabación, edición y narrativa visual permite optimizar los equipos disponibles, maximizando su potencial y logrando resultados impactantes. En el mundo audiovisual, más allá del presupuesto, la visión artística y la ejecución estratégica son los verdaderos diferenciadores para crear contenido auténtico y relevante.

El éxito del proyecto Cubo, tanto en sus producciones fotográficas como audiovisuales, radica en su capacidad para conectar genuinamente con los artistas y su público, creando un puente entre la música underground de Quito y su comunidad. Este éxito no solo se debe a los recursos disponibles, sino también a una visión clara, una estética coherente y una estrategia de difusión efectiva.

La identidad visual de Cubo, con su uso de la boca, el color rojo y la tipografía stencil, resonó profundamente con la esencia urbana y underground de la ciudad, creando una imagen poderosa y memorable que captó la atención de un público joven y auténtico. Esta estética no solo reflejó la esencia del proyecto, sino que también estableció un lazo emocional con la audiencia,

permitiéndoles sentirse identificados con la propuesta y la cultura que representa.

Por otro lado, la estrategia de difusión jugó un papel crucial al aprovechar las plataformas digitales y las redes sociales, permitiendo que las cápsulas audiovisuales y los contenidos visuales llegaran a un público más amplio de manera orgánica. Al colaborar con las propias bandas y utilizar herramientas visuales atractivas, el proyecto logró amplificar su impacto, posicionándose como un referente cultural dentro de la escena musical quiteña.

El enfoque creativo y estratégico permitió que, incluso con presupuestos limitados, el proyecto Cubo generara producciones de alta calidad. La combinación de técnicas de grabación e innovación visual, junto con la autenticidad y el enfoque en la conexión emocional, convirtió a Cubo en un éxito rotundo. La capacidad para narrar historias auténticas, reflejar la personalidad de los artistas y transmitir la energía única de la música underground, fue lo que convenció tanto a los músicos como al público de la importancia y el valor del proyecto. En última instancia, Cubo logró consolidarse como un espacio genuino de expresión musical, demostrando que, más allá de los recursos, lo que realmente importa es la visión y la dedicación puesta en cada paso del proceso creativo.

5.2.Recomendaciones

1. Fortalecer la Identidad Visual:

- Si bien la estética de la boca, el color rojo y la tipografía estencil han logrado crear una imagen poderosa y conectada con la escena underground de Quito, es importante seguir desarrollando y evolucionando esta identidad visual para mantenerla fresca y relevante. Considerar pequeños ajustes y ampliaciones en la paleta de colores o tipografías podría aportar mayor dinamismo sin perder la esencia original del proyecto.
- Además, explorar colaboraciones con diseñadores gráficos locales o artistas visuales podría enriquecer la identidad y expandir su alcance dentro de la comunidad creativa.

2. Expandir la Estrategia de Difusión:

- Aunque las redes sociales y las plataformas digitales son fundamentales para la difusión, sería útil considerar una presencia más activa en medios alternativos, como radio o podcasts especializados en música independiente y underground, donde el proyecto pueda generar mayor visibilidad.
- Explorar la posibilidad de realizar colaboraciones con festivales locales, eventos y conciertos en vivo para presentar cápsulas audiovisuales o materiales exclusivos, creando un vínculo más fuerte con la audiencia en espacios físicos.

3. Explorar Diversidad en el Formato Audiovisual:

- Continuar produciendo cápsulas audiovisuales de alta calidad, pero también considerar expandir el formato a documentales cortos o entrevistas más profundas con las bandas. Este tipo de contenido puede enriquecer la narrativa y permitir que el público conozca más sobre el proceso creativo, los desafíos y las historias personales detrás de los artistas.
- Además, la creación de series de contenido temático (por ejemplo, "detrás de la escena", "en los cuartos de ensayo") podría ofrecer una perspectiva única y adicional sobre el movimiento musical underground de Quito.

4. Involucrar más a la Comunidad:

- Cubo ha logrado conectar bien con las bandas y el público objetivo, pero es fundamental seguir fomentando una comunidad activa. Crear espacios de participación como concursos de música, espacios de interacción en vivo (Instagram Lives, Q&A con artistas), o foros donde los seguidores puedan compartir sus opiniones y colaborar, generaría un mayor sentido de pertenencia.
- Organizar pequeños eventos, como exposiciones fotográficas o showcases de bandas, puede ser una excelente forma de conectar aún más con la comunidad local, mientras se promueve la escena independiente.

5. Optimización de Recursos:

- Aunque el presupuesto ilimitado puede generar más facilidades en términos de calidad de producción, seguir apostando por la creatividad y el uso inteligente de los recursos disponibles es clave. Mejorar la capacitación de equipos de producción local, tanto en técnicas de grabación como en edición, maximizará la calidad sin necesidad de una gran inversión externa.
- Fomentar la reutilización de recursos o la creación de sets más sencillos pero impactantes (por ejemplo, escenografía creativa hecha de materiales reciclados o el uso de localizaciones urbanas auténticas) también permitirá mantener la estética sin perder calidad.

6. Potenciar la Narrativa y las Historias Auténticas:

- Las historias personales de las bandas son un factor clave para atraer y mantener al público. Continuar explorando narrativas auténticas que conecten emocionalmente con la audiencia permitirá consolidar una base de seguidores leales. Invitar a los artistas a compartir más sobre sus influencias, luchas y sueños contribuirá a que el proyecto se perciba como un espacio genuino de expresión.

7. Evaluar Resultados y Ajustar Estrategias:

- Es recomendable establecer métricas claras para evaluar la eficacia de las cápsulas audiovisuales, productos fotográficos y la estrategia de difusión. Esto permitirá hacer

ajustes rápidos en función de lo que esté funcionando mejor. Realizar encuestas o estudios de audiencia también puede proporcionar insights valiosos sobre qué elementos generan mayor conexión.

En resumen, para que Cubo continúe creciendo y fortaleciendo su impacto, será crucial mantener la autenticidad en su enfoque creativo, seguir innovando con su contenido y afianzar la conexión emocional con la comunidad. El uso estratégico de las plataformas digitales y la participación activa en la escena local garantizarán que el proyecto siga siendo un referente cultural dentro de la música underground de Quito.

REFERENCIAS

Connick, T. (2021). The beginner's guide to the evolution of emo. *NME*. <https://www.nme.com/blogs/nme-blogs/emo-wave-guide-evolution-2302802>

Cooper, R. (2019). The History of Hardcore Punk Music. *LiveAbout*. <http://punkmusic.about.com/od/punktionary/g/posthardcore.htm>

Dawkins, B. (2023). From MCR to MGK: The Evolution of underground and its Subgenres —

tastemakers. *Tastemakers*. <https://www.tastemakersmag.com/features/emo-evolution>

De Estadística Y Censos, I. N. (n.d.). *Población y Demografía*. Instituto Nacional De Estadística Y Censos. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Emo Music Genre Overview | *AllMusic*. (n.d.). AllMusic. <https://www.allmusic.com/style/emo-ma0000004447>

Feiticeira. (2023). Historia del underground como género musical. *Feiticeira*. <https://feiticeira.org/especial/historia-del-emo-como-genero-musical/>

Garland, E. (2022, December 21). underground Is Officially Back (It Never Went Away). *Vice*. <https://www.vice.com/en/article/y3pj8b/return-of-emo-music-paramore-my-chemical-romance>

Greenwald, A. (2003). *Nothing Feels Good: Punk Rock, Teenagers, and Emo*. Macmillan.

IMDb. (n.d.). David M. Helman. *IMDb*. <https://www.imdb.com/name/nm3539953/>

jontiwild. (n.d.). *BIO*. Jontiwild. <https://jontiwild.com/pages/bio>

Kevin Salk Photography. (n.d.). Kevin Salk Photography. <https://kevinsalkphotography.com/>

MasterClass. (2020, November 19). *Emo Music Guide: A Look at the Bands and Sounds of the Genre - 2023 - MasterClass*. <https://www.masterclass.com/articles/emo-music-guide>

Mullor, M. (2022, July 15). Wong Kar Wai para principiantes: biografía, señas de identidad, mejores escenas y películas. *Fotogramas*. <https://www.fotogramas.es/noticias-cine/a19217902/wong-kar-wai-para-principiantes/>

O'Toole, I. (2023). Profile: Wing Shya | The Independent Photographer. *The Independent Photographer*. <https://independent-photo.com/es/news/how-wing-shya-immortalized-hong-kongs-cool/>

PressReader.com - Digital Newspaper & Magazine Subscriptions. (n.d.). PressReader. <https://www.pressreader.com/chile/caption-magazine/20230308/281848647827425>

Sougez, M., & Gallardo, H. P. (2003). *Diccionario de historia de la fotografía*. Catedra Ediciones.

Glosario

Underground

Movimiento contracultural surgido en la segunda mitad del siglo XX, que promueve manifestaciones artísticas marginales y contestatarias.

DIY

«hágalo usted mismo» o «hazlo tú mismo», abreviado como HUM, HTM o DIY (esto último por sus siglas en el idioma inglés do it yourself), es la práctica de la fabricación o reparación de objetos por uno mismo

Gatekeeping

El gatekeeping es un comportamiento que consiste en mantener un control exclusivo sobre recursos, información y oportunidades, limitando su acceso a otras personas.

Grunge

Grunge' es sinónimo de sucio -concretamente es la jerga utilizada en inglés- o de desaliñado. También es el estilo musical impulsado por las icónicas bandas Nirvana y Pearl Jam, un subgénero del rock alternativo que triunfó en la década de los 90.

Indie

La palabra "indie" proviene de una abreviación de "independiente". Este término se utiliza para describir a los artistas y bandas que están fuera del circuito de las grandes discográficas y que producen y distribuyen su música de manera autónoma.

Post punk

El post-punk o pospunk es un amplio subgénero de rock surgido a finales de la década de 1970 cuando los músicos se alejarían de la simplicidad cruda y tradicional del punk, adaptando en cambio una variedad de influencias del avant-garde.

Stencil

El estarcido (del latín *extergere*, limpiar), técnica muy primitiva identificada más recientemente con el esténcil (del inglés *stencil*), es un tipo de impresión o decoración a partir de una plantilla, calco o "tropa" con un dibujo recortado o patrón, método que permite reproducir en serie la imagen representada.

