

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Música**

**“Y”**

**Matheo Quevedo Manosalvas**

**Producción Musical y Sonido**

Trabajo de integración curricular presentado como requisito  
para la obtención del título de  
Licenciatura en Producción Musical y Sonido.

Quito, 10 de diciembre de 2019

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ  
COLEGIO COM**

**HOJA DE CALIFICACIÓN  
DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

**“Y”**

**Matheo Quevedo Manosalvas**

**Calificación:**

**Nombre del profesor, Título académico**

**María Teresa Brauer, MA**

**Firma del profesor:**

\_\_\_\_\_

Quito, 10 de diciembre de 2019

### **Derechos de Autor**

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante: \_\_\_\_\_

Nombres y apellidos: Matheo Quevedo Manosalvas

Código: 00130435

Cédula de identidad: 1721872644

Lugar y fecha: Quito, 10 de diciembre de 2019

## RESUMEN

El proyecto que presento a continuación lleva por nombre la penúltima letra del alfabeto: “Y”. Lo he denominado así por dos razones, la primera es que esta letra se utiliza como símbolo para representar la unión de dos caminos; en este caso la “Y” simboliza el concepto detrás del proyecto, la conjunción del lenguaje del jazz aprendido en el transcurso de la carrera universitaria con otros estilos musicales populares como lo son: rap, rock, funk y RnB. Creando así, una fusión de estilos musicales. La segunda razón es porque en estadística la letra “Y” representa una variable dependiente o el resultado de una ecuación, de la misma forma en que este trabajo es un resultado completamente nuevo que surge de una fusión inspirada en las exploraciones y aprendizajes obtenidos a lo largo de mi formación en la Carrera.

## **ABSTRACT**

The project takes the name "Y" since this letter graphically represents how two separate paths join; also in the statistical language this letter represents the result of a process. This in order to symbolize the concept of the project that takes jazz vocabulary learned in the course of the university career and incorporates them into other popular musical styles such as: rap, rock, funk and RnB. Creating a fusion between musical styles that result in a completely new one.

Key words: Jazz, Hip Hop, Rap, Rock, Funk, Jazz Fusion, Fusion, Jazz Vocabulary

## Tabla de contenido

1) CONCEPTO:	7
2) EQUIPO DE TRABAJO:	7
3) ARREGLOS E INSTRUMENTACIÓN:	8
4) DISTRIBUCIÓN DE HORAS DE ESTUDIO:	9
5) PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE LANZAMIENTO, PROMOCIÓN.	10
6) PROPUESTA DE DISEÑO:	16
7) REFERENCIAS:	20

**Trabajo de integración curricular presentado como requisito  
para la obtención del título de  
Licenciatura en Producción Musical y Sonido.**

-Y-

**1) Concepto:**

- **General:**

El proyecto busca explorar como el lenguaje del jazz armónico y melódico aprendido a lo largo de la carrera universitaria puede ser incorporado en distintos géneros, dando como resultado el nacimiento de nuevos estilos musicales. Para la primera canción que conforma este proyecto se fusionará el lenguaje del jazz con el género rap dando como resultado el estilo jazz rap. Para la segunda canción se usará este lenguaje con géneros como el funk, rock y RnB teniendo como consecuencia el estilo de jazz fusión.

**Individual:**

- **Sumo Semblante:** Agrupación musical de hip hop jazz, fusiona el estilo jazz contemporáneo con la lírica característica del hip hop urbano. Para este proyecto el formato de la banda crecerá usando 4 vientos para emular una mini big band.
- **Carlos Quilumba:** Composición del reconocido saxofonista quiteño la cual está enfocada en una fusión de distintos elementos que van por la vanguardia jazzística como el RnB, soul y funk.

**2) Equipo de trabajo:**

El equipo de trabajo se constituirá de la siguiente manera:

- **Ingeniero de grabación:** Martin Castro y Matheo Quevedo

- **Ingeniero de mezcla:** Matheo Quevedo
- **Productor:** Matheo Quevedo
- **Co-productora:** Domenique Arellano
  
- **Asistente:** Marco Khipo

### 3) Arreglos e instrumentación:

#### **Sumo Semblante:**

Sus arreglos usan armonía jazzística inspirada en autores como Robet Glasper y Cristian Scott con métricas complejas usadas en géneros como jazz fusión y bebop, con melodías inspiradas en Miles Davis y Cristian Scott. Todos estos elementos acompañan a una potente lírica característica del hip hop urbano la cual se centra en temas sociales y personales.

#### **Instrumentación:**

- **Trompeta:** Abigail Gallegos
- **Saxo tenor:** Carlos Quilumba
- **Trombón 1 y 2 :** Nayri Cachimuel
- **Voz:** Erick Alarcón
- **Teclados:** Erick Alarcón
- **Guitarra:** Francisco Quirola
- **Bajo:** Matheo Quevedo
- **Batería:** Francisco Jaramillo

#### **Carlos Quilumba:**



Armonías modernas y minimalistas, pero con una intención melódica muy potente y rítmica. Las melodías juegan bastante con la pentafonía y una fuerte influencia de música ecuatoriana indígena y mestiza. Los puentes e interludios contienen métricas irregulares creando nuevas atmósferas y aumentando la intención del tema.

**Instrumentación:**

- **Trompeta:** Abigail Gallegos
- **Saxo tenor:** Carlos Quilumba
- **Guitarra:** Peter Troya
- **Teclado:** Daniel Ortega
- **Bajo:** Andrés Cazar
- **Batería:** Luigi Bolaños

**4) Distribución de horas de estudio:**

**Sumo Semblante:**

- **Basics:** 6 horas
- **Overdubs:** 6 horas
- **Mezcla:** 3 horas

**Carlos Quilumba:**

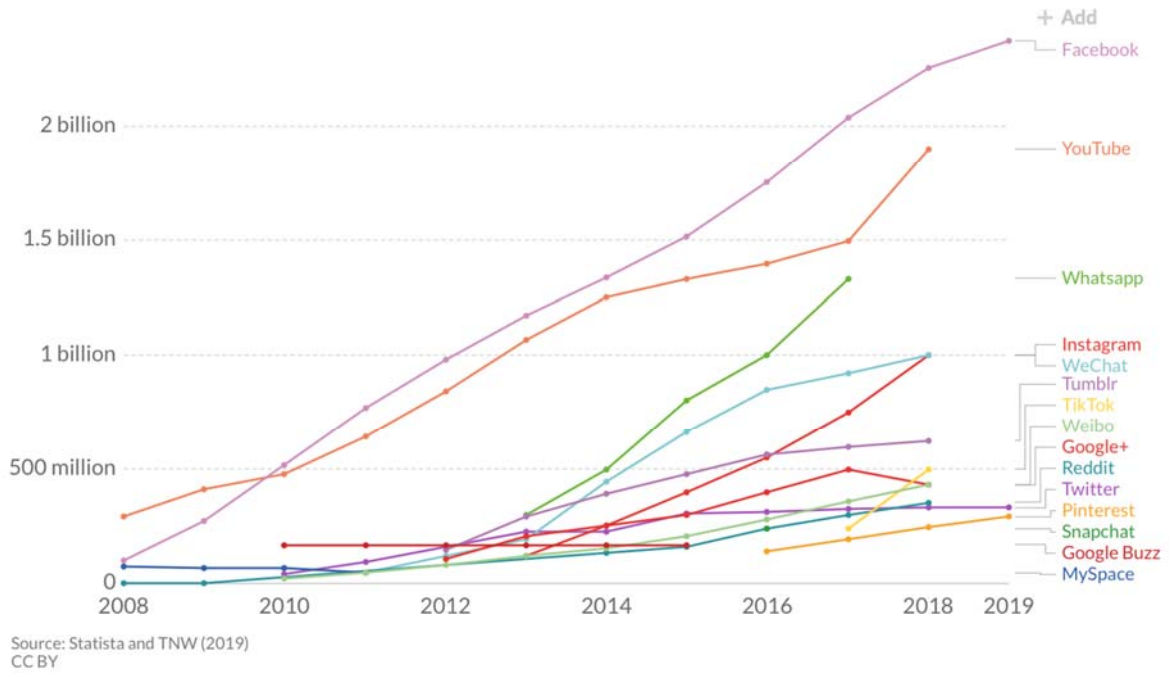
- **Basics:** 7 horas
- **Overdubs:** 5 horas
- **Mezcla:** 3 horas

### 5) Propuesta de estrategia de lanzamiento, promoción.

FODA	Fortalezas	Debilidades
<b>Análisis Interno</b>	1. Propuesta fresca e innovadora dentro de la escena musical ecuatoriana.  2. Amplio margen de público de 18- 30 años	1. Dos bandas musicales con diferentes músicos.  2. Se puede dificultar la organización por el extenso personal artístico.
	Oportunidades	Amenazas
<b>Análisis externos</b>	1.Crecimiento de público que disfruta el jazz y sus variantes en Ecuador.  2. Público que esta abierto a nuevas propuestas musicales ecuatorianas.	1. Pocos espacios para presentaciones en vivo.  2. Falta de apoyo gubernamental en el área artística.

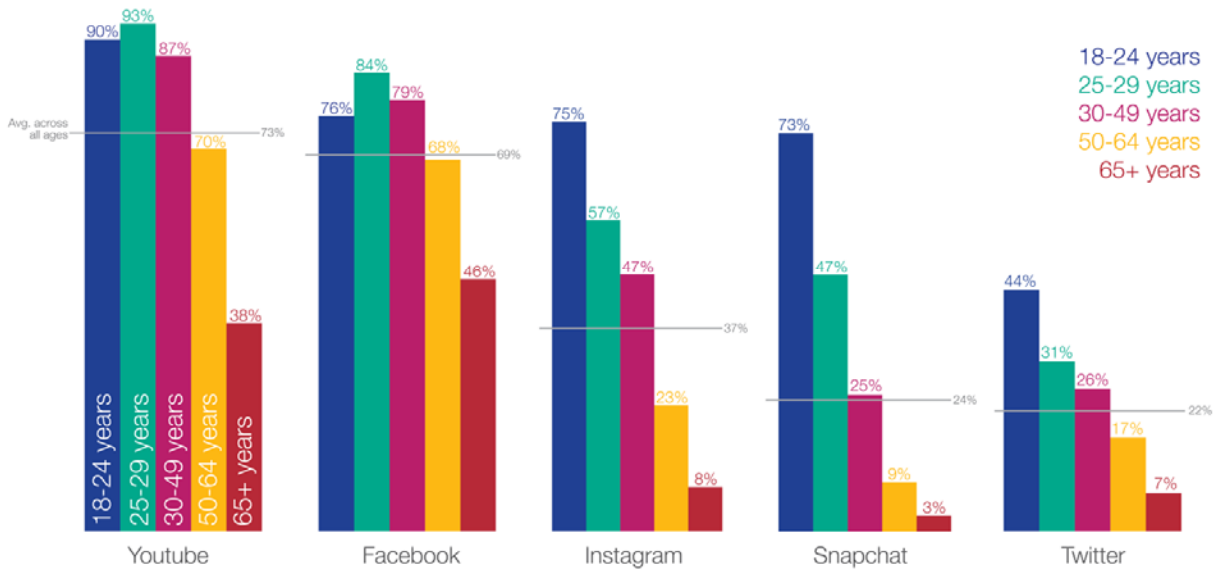
## Number of people using social media platforms

Estimates correspond to monthly active users (MAUs). Facebook, for example, measures MAUs as users that have logged in during the past 30 days. See source for more details.



## Use of social media platforms by age group in the US

The share of adults in the United States who say they ever use the following online platforms or social media apps in 2019. This is shown by age group.



Data source: Pew Research Center (2019).

This is a visualization from [OurWorldinData.org](http://OurWorldinData.org), where you find data and research to make progress against the world's largest problems.

Licensed under CC-BY by the author Esteban Ortiz-Ospina.

Una vez realizado el análisis FODA y observado el movimiento que suceden en las redes sociales se puede empezar a construir una estrategia de lanzamiento y promoción del

disco la cual constituirá de 2 etapas la primera será un concierto y la segunda un lanzamiento en redes sociales y medios de comunicación tradicionales.

**Primera etapa concierto:**

Se contactará con Andrea Stark encargada del Teatro Variedades Ernesto Albán para realizar el concierto de lanzamiento. Una vez logrado concretar el espacio físico para la realización del concierto se usarán 15 entradas para repartir entre personas influyentes del medio musical ecuatoriano en razón de ayudar al proyecto en la difusión en sus medios de comunicación. De esta manera se podrá generar tráfico de información del concierto usando la influencia de estas personas. También se usarán los medios de comunicación tradicionales tales como son radio y prensa escrita. Para la radio se realizarán entrevistas en: Radio Casa De La Cultura Ecuatoriana, Radio Metro Estéreo, Radio Hot 100 y Radio Pichincha Universal de esta manera el proyecto podrá llegar a las personas que no usan los medios digitales de comunicación.

En el caso de la prensa escrita se realizarán dos entrevistas en: El Comercio y Diario La Hora esto con el mismo propósito de llegar más allá de los medios digitales de comunicación. También se acudirán a dos medios de prensa digitales especializadas en la escena musical ecuatoriana como lo son: Radio Cocoa e Indie Criollo. Esto con el fin de realizar entrevistas y notas escritas en medios digitales. El proyecto también será difundido en las principales redes sociales que usan personas de 18- 30 años como podemos ver en el gráfico son: Facebook, YouTube e Instagram. La manera en la cual serán difundidas es mediante la creación de contenido en *fan pages* del proyecto. La forma en la cual se trabajará en estas páginas será de la siguiente manera:

- **Facebook:** Se empezará con la publicación de información acerca del concierto y del proyecto un mes antes de la realización de este. Las publicaciones serán distribuidas de la siguiente manera:

Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Hora	No Hay publicación	No Hay publicación	10:am Publicación de info de concierto y proyecto	No Hay publicación	No Hay publicación	14:am Publicación de info de concierto	20:pm Publicación de info de concierto y proyecto

Este horario será manejado por un periodo de 4 semanas previas al concierto de lanzamiento del proyecto.

- **Instagram:** La manera en la cual se manejará Instagram será mediante *stories* y publicaciones relacionadas al concierto de lanzamiento y al proyecto. Las *stories*: se basarán en dar a conocer a cada músico del proyecto, promocionar el concierto, dar información acerca del concierto y poner pequeños *teaser* de las canciones grabadas. Las publicaciones se basarán netamente en información del concierto y del proyecto. Las *stories* y publicaciones serán distribuidas de la siguiente manera:

Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Hora	11:00 am “storie”	No Hay publicación	10:00 am Publicación e “storie”	14:00 pm “storie”	No Hay publicación	10:00 am Publicación e “storie”	20:00 pm Publicación e “storie”

Este horario se seguirá durante las 4 semanas previas al lanzamiento del concierto.

- **YouTube:** Este medio digital se usará cuando el disco sea lanzado luego del concierto.

### Segunda Etapa:

Esta etapa se realizará después del concierto de lanzamiento y será el lanzamiento del disco en plataformas de *streaming* digital. En el primer paso se usará al distribuidor “Tune Core” para subir el disco a las principales plataformas de streaming como son: Spotify, Apple Music, Claro Music y Shazam. Una vez realizado este proceso se iniciará la publicación del disco en las principales redes sociales del proyecto: Facebook, Instagram y YouTube. De esta manera se trabajar en las redes sociales:

- **Facebook:** Se publicarán los enlaces del disco de las diferentes plataformas de “streaming” 4 veces por semana por un periodo de 3 meses.

Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Hora	No Hay publicación	No Hay publicación	10:00 am Publicación	16:00 pm Publicación	No Hay publicación	15:00 pm Publicación	20:00 pm Publicación

Este horario se mantendrá por un periodo de 3 meses.

- **Instagram:** Se publicarán enlaces del disco en las “stories” de la página del proyecto y una vez por semana se publicará información relacionada al proceso de creación del disco.

Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Hora	11:00 am “storie”	No Hay publicación	11:00 am “storie”	No Hay publicación	15:00 pm “storie”	11:00 am “storie”	20:00 pm Publicación e “storie”

Este horario se seguirá por un periodo de 3 meses.

- **Youtube:** En esta plataforma se publicará las canciones en un canal creado específicamente para el proyecto. Las canciones serán publicadas una vez por semana individualmente.

Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Hora	No Hay publicación	No Hay publicación	No Hay publicación	No Hay publicación	No Hay publicación	No Hay publicación	20:00 pm Publicación de la canción

Este horario se seguirá hasta acabar con las canciones del disco.

Todo este proceso va a ir acompañado de una gira de medios que se dará en los medios tradicionales de comunicación (radio y prensa escrita) como también medios de comunicación

digitales. Para este proceso se acudirá a los mismos medios tradicionales y digitales de comunicación que se usaron en la promoción del concierto de lanzamiento, pero esta vez con el objetivo de promocionar el disco en las plataformas de “streaming”.

#### 6) Propuesta de diseño:

- **Portada:** La ilustración representa un grupo de gatos tocando jazz en un callejón. Se escogió usar el personaje de los gatos para representar el misticismo y la intriga que el lenguaje del jazz puede provocar al oyente. El escenario que se escogió es para representar esta fusión entre los estilos más convencionales con el lenguaje jazz.





- **Contraportada:** En la contraportada podemos encontrar el personaje de un solo gato en un callejón tocando el contrabajo. Esto con el mismo propósito de representar el misterio del lenguaje del jazz pero combinado con la estética rap para mostrar la fusión de estos dos géneros.



- **Interior:** El enfoque de esta parte del disco es poner los créditos de las personas involucradas en el proyecto manteniendo la estética que se ha ido manejando en la portada y contraportada.

### **Nefelibata - Sumo Semblante**

Composición y Arreglos:  
Francisco Jaramillo

Producción:  
Matheo Quevedo

Músicos:  
Erick Alarcón (Voz y Teclado)  
Abigail Gallegos (Trompeta)  
Carlos Quilumba (Saxofón Tenor)  
Nayri Cachimuel (Trombón 1 y 2)  
Francisco Quirola (Guitarra)  
Matheo Quevedo (Bajo Eléctrico)  
Francisco Jaramillo (Batería)

### **Tiberio - Carlos Quilumba**

Composición y Arreglos:  
Carlos Quilumba

Producción:  
Matheo Quevedo

Músicos:  
Carlos Quilumba (Saxofón Tenor)  
Abigail Gallegos (Trompeta)  
Peter Troya (Guitarra)  
Daniel Ortega (Teclados)  
Andrés Cazar (Bajo Eléctrico)  
Luigi Bolaños (Batería)

### **Equipo de Trabajo:**

Producción:  
Matheo Quevedo

Ingenieros De Grabación:  
Martín Castro  
Matheo Quevedo

Co Producción:  
Domenique Arellano

Ingeniero De Mezcla:  
Matheo Quevedo

Asistentes:  
Marco Khipo



© 2019 Todos los derechos reservados CoM-USFQ. Disco sin valor comercial. Todos los temas grabados, mezclados y masterizados preliminarmente en los estudios del CoM por Matheo Quevedo y Martín Castro.

- **Disco:** Se mantiene la estética usando el rostro de un gato para representar el lenguaje del jazz.



**7) Referencias:**

- The rise of social media. (2019). Retrieved 1 December 2019, from <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>
- FODA: Matriz o Análisis FODA - Una herramienta fundamental. (2019). Retrieved 1 December 2019, from <https://www.analisisfoda.com>