

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Música

Detrás de la piel

Domenique Alejandra Arellano Quiroz

Producción Musical y Sonido

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

Quito, 10 de diciembre de 2019

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE MUSICA

HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

“Detrás de la Piel”

Domenique Arellano Quiroz

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: Domenique Arellano Quiroz

Código: 00132051

Cédula de identidad: 1716482755

Lugar y fecha: Quito, 10 de diciembre de 2019

Resumen

“Detrás de la Piel” es el nombre del primero proyecto fonográfico de la artista Nunet. El nombre de este trabajo pretende representar la difícil tarea de la mujer moderna por encontrar la esencia de su individualidad, en medio de una sociedad altamente sexista y prejuiciosa. El material narra esta historia desde la perspectiva de la artista, quien hace énfasis en analogías que se asemejan a los sentimientos que esta encuentra en medio de este viaje hacia la búsqueda de su propia definición como individuo.

Abstract

“Detrás de la Piel” is the name of the first album of the artist called Nunet. The name of the album pretends to define the modern woman’s journey towards her own individuality, in the middle of a prejudicial and sexist society. The album covers the feelings and perspectives of the artist on the matter, which make heavy emphasis on the analogies that describe the feelings that she goes through as she travels through this journey seeking her own essence as an individual.

Key Words: Woman, Individual, Sexist, album.

Agradecimiento

Esta institución me enseñó que podemos ayudar y guiar a muchas personas si ellas lo permiten, pero también podemos ser ayudados y guiados durante nuestra vida, por esto mismo, mediante estos agradecimientos quiero exaltar la labor de todos mis amigos y maestros, todos aquellos que estuvieron presentes durante toda o la mayor parte de la realización y el desarrollo de este proyecto, gracias a aquellos que con respeto realizaron aportes a esta, gracias a todos.

El desarrollo de este proyecto no lo puedo catalogar como algo fácil, pero lo que sí puedo hacer es afirmar que durante todo este tiempo pude disfrutar de cada momento y no fue porque simplemente me dispuse a que así fuera, fue porque mis amigos y maestros siempre estuvieron ahí, fue porque la vida misma me demostró que de las cosas y actos que yo realice, serán los mismos que harán conmigo.

También quiero agradecer infinitamente a mi familia la cual fue mi soporte durante todos los años de estudio cursados, si no fuera por su apoyo probablemente no hubiese llegado hasta el final. Por sobre todo, quiero agradecer a mi padre, por ser la persona que sostuvo mi mano en todo este camino y puso fuerte cuando estuve a punto de caer, por alentarme a crecer y apoyarme en todas mis decisiones. Con mucho amor, gracias padre.

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|--|----|
| Propuesta de concepto..... | 4 |
| Propuesta de equipo de trabajo | 5 |
| Propuesta de arreglos e instrumentación..... | 5 |
| Propuesta de distribución y horas de estudio | 7 |
| Propuesta de estrategia de lanzamiento y promoción | 7 |
| Plan de promoción | 9 |
| Propuesta de diseño..... | 10 |

08/11/19

Domenique Arellano

00132051

0995855736

domeale97.11-7@hotmail.com

PROYECTO FINAL

Propuesta de concepto

El proyecto “Detrás de la Piel” pretende englobar el proceso psicológico y espiritual por el cual muchas mujeres tienen que atravesar en la actualidad. Una metamorfosis forzada a causa del ultraje físico y mental que muchas sufren, para finalmente dar fruto a su luz e individualidad dentro de una sociedad prejuiciosa y moralista, que pretende validar a la mujer únicamente a través de doctrinas grupales que arrasan con la búsqueda de la individualidad femenina.

El concepto está presentado en este trabajo sonoro en 3 fases distintas, descritas en 3 canciones que explican cada etapa de esta transformación psíquica que atraviesa la mujer moderna. Las mismas no contienen cortes entre sí, y suenan de manera continua sin la sensación de cambio entre cada una de ellas. Este hilo conductor sonoro, es la feminidad y las variaciones en lirica, instrumentación y tempo, describen los diferentes paisajes y características de cada etapa dentro de esta búsqueda.

Propuesta de equipo de trabajo

Productora: Domenique Arellano

Programador: Martín Castro

Ingeniero de Grabación: Matheo Quevedo

Ingenieros de mezcla: Domenique Arellano y Martín Castro

Asistente: Juan Esteban Avilés

Propuesta de arreglos e instrumentación

La instrumentación fue decidida en base a la emoción que se quería generar en cada tema y relacionándola a la temática de la lirica para poder resaltarla y dibujar el trasfondo y el paisaje adecuados para que esta conviva de manera ideal con la parte instrumental, es por esto que la mayoría de sonidos que se escuchan en estas composiciones fueron grabados en estudio, a pesar de haber sido originalmente pensados dentro de una computadora.

La idea principal de estas composiciones fue usar sintetizadores análogos, los cuales, le darían un sentido electrónico a las composiciones, sin perder la sensación de la entonación del instrumento. La base de la composición de los temas fueron los sonidos tocados por los sintetizadores. Para estos se uso un sintetizador polifónico llamado Prophet REV2, con diferentes diseños de sonidos los cuales fueron compuestos y tocados por Domenique Arellano. Este sintetizador fue grabado en los estudios de la facultad de música, el cual contiene pre amplificadores que brindaron un característico sonido a la grabación. El sintetizador Prophet REV2 fue grabado a través de un pre amplificador Little Devil de la marca Chandler. También se grabó otro sintetizador llamado MakeNoise 0-coast el cual es parte del arreglo del tema “Sanar”, siendo este el sonido principal del coro del tema. Este segundo sintetizador también se grabo por el pre amplificador Chandler, ya que el sonido característico de este fue muy importante y definitivo para la sonoridad general de este proyecto.

Otro elemento muy importante y característico de estos temas también fue el uso de una batería tanto digital, como análoga, es por esto que en el arreglo de los temas como “Sanar” y “Todapoderosa,” se buscó la unión de ambas sonoridades en distintos momentos de las canciones. El kit acústico de batería consistió en un snare, un kick y un hihat. La finalidad de grabar una batería acústica fue darle mayor agresividad a los arreglos realizados en la composición de las canciones. Para esta grabación colocamos la batería en el live room y creamos el espacio que queríamos para el sonido de la misma. La grabación se realizó con 5 micrófonos los cuales fueron distribuidos de la siguiente manera: dos AKG 414 como overheads sobre un punto medio entre el bombo, la caja y el baterista; dos neumann 184 como sides los cuales estaban situados a la altura del parche superior de la caja ,a un lado, y a la altura superior del low tom al otro lado, ambos alejados a 1 metro de distancia de la batería. Finalmente, se usó un Neumann u87 para grabar el kick, de igual manera, alejado cerca de 1 metro de distancia. Todo esto con la finalidad de tener una sonoridad alejada, pero presente de la batería, donde el baterista puede tocar el instrumento de manera agresiva, sin distorsionar la señal que se está grabando.

Finalmente, el trabajo de voces de este proyecto fue bastante intenso. Para la grabación de las voces la búsqueda del espacio optimo fue un reto, pero gracias a los recursos que posee el estudio, fue posible acercarse muchísimo a lo que se buscaba lograr. Ya en la grabación de las mismas, usamos dos espacios dentro del estudio: el primero fue en un booth, el cual lo cerramos con gobos y cobijas por fuera de la puerta, para lograr un espacio completamente limpio y cerrado. El segundo fue en el Estudio B, al cual se le colocaron varias cobijas en el piso, pero sin usar gobos en esta ocasión, ya que se buscaba un espacio más abierto. En estas dos ocasiones se usó un micrófono Neumann U87.

Sintetizadores y diseño de sonido: Domenique Arellano

Batería: Martín Castro

Voces: Domenique Arellano

Propuesta de distribución de horas de estudio

BASICS

Sintetizadores Análogos: 6 horas

Batería: 2 horas

OVERDUBS3

Voces: 8 horas

MEZCLA

3 Sesiones de 4 horas cada una: 12 horas total.

Propuesta de estrategia de lanzamiento y promoción.

El proyecto es primordialmente pop. A pesar de tener claros rasgos de hip hop, trap y otros estilos modernos, el proyecto está enfocado a ser promocionado como un proyecto de música pop. El target principal son mujeres entre 13 y 26 años, que no solo se sientan identificadas con la parte lírica, sino también con el estilo musical manejado, que intentó asemejarse bastante a artistas como James Blake, serpentwithfeet, Billie Eilish, Flume, entre otros. Cabe destacar también los rasgos de un estilo de música dance que se sienten bien presente dentro de los temas.

Los medios digitales de promoción y distribución son los principales dentro del proyecto. Campañas de redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter, etc.) que de manera semi-invasiva lleguen a este target, quienes son usuarios empedernidos de estos medios. Estas campañas se realizarán a través de material visual, como pueden ser fragmentos de el video musical de alguno de los temas. Para esta campaña se usarán las redes sociales en horas pico como es en Facebook los fines de semana de 9 am a 3pm, Instagram de lunes a jueves de 9 am a 5pm, y en Twitter los fines de semana de 12pm a 6pm, con un plan y presupuesto para pautas pagadas, bajo un estudio de mercado.

La distribución sería principalmente digital en plataformas de streaming como Apple Music, Spotify, Deezer, Tidal, entre otras; las cuales desempeñan el papel en la actualidad de tiendas digitales de música. Esto se realizara a través de la agregadora CD Baby, la cual posee tratos y fees pagables y fiables para los artistas. Para lograr la distribución por este medio el proyecto tiene claro que su imagen es muy importante y es por esto que este será su fuerte. Las imágenes dentro del producto fonográfico como tal, y la pagina del artista, estarán unificadas bajo una sola imagen y concepto para solidificar la unión de los productos bajo una sola “marca”. Para que el disco tenga mayor alcance en público, se creará alianzas con Djs , bandas, (grupos de personas), influencers, etc., los cuales posean un perfil que se asocie con el target, y que también posean una gran cantidad de seguidores.

Por último, el proyecto tiene el propósito de impactar, es por esto que para su promoción este pretende dar una sorpresa a todos sus seguidores y llamar la atención de la gente. La idea es crear montaje en un espacio público en el cual haya varios elementos artísticos aparte de la presentación de las composiciones musicales: se contará con un conjunto bailarines que interpreten coreografías programadas y ensayadas específicamente para esta presentación; una banda de músicos que acompañe al artista, pantallas en donde se proyecte diferentes animaciones e imágenes asociadas con la imagen promocional y de publicidad del disco. La localización busca ser un lugar donde el nicho de publico al que se quiere llegar transite o tenga accesibilidad. Es por esto que se ha elegido el Boulevard de la Avenida Naciones Unidas, para llevar acabo este montaje artístico. Todo el evento contará con sonido surround, y será totalmente abierto a los transeúntes del lugar.

Esta estrategia de promoción se espera que se lleve acabo en un tiempo total de 6 meses, en el cual se espera poder contactar las personas encargadas de las partes respectivas para cada campaña, hacer el pitch de presentación para que las marcas se sientan interesadas. Existe un alto riesgo de que las marcas no se encuentren interesadas en participar, es por esto que diversificar el listado de marcas interesadas es primordial. El plan de ejecución para enviar el proyecto a otras marcas sería como base el mismo usado par alas nombradas. Entre las marcas que podrían parecer en caso de esta contingencia se ha pensado en empresas análogas como: Claro, Coca Cola Company, Rappi delivery, Uber Eats, Produbanco . El objetivo de poder trabajar con marcas y empresas tan grandes es poder tener una mayor oportunidad de cobertura en ámbitos de publicidad

y marketing, más allá del producto musical, y que dicha cobertura este específicamente dirigida al nicho de mercado de estas marcas ya que es bastante parecido al buscado por este proyecto.

Plan de promoción

La manera más ambiciosa de poder crear expectativa, inquietud, y curiosidad alrededor del proyecto, sería usar una marca de moda (ropa, tecnología, u otras) que este posicionada dentro del mercado. Estas marcas usarían el concepto para promocionar sus productos, y así mismo, el concepto estaría apoyado por estos productos para poder presentarse, no solo como idea o slogan, sino como la imagen de una marca.

Para este plan de promoción se tomó en cuenta diferentes marcas nacionales e internacionales y se hizo un estudio del mercado de cada una de ellas, es por esto que el proyecto apunta a hacer una alianza con las marcas Nike y Forever 21, como objetivo principal. El proyecto no pretende apuntar únicamente a la cantidad de seguidores que tienen las marcas, (como es el caso de Nike que cuentan con 96,3 millones de seguidores en Instagram, 33 mil en Facebook y 7.9 millones en Twitter y el caso de Forever 21 que cuentan con 16,3 millones de seguidores en Instagram, 16 millones en Facebook y 2.1 millones en Twitter) sino que también apunta a la imagen femenina que estas marcas promueven..

Teniendo presente que Nike su propia categoría de mujeres llamada Nike Women, el proyecto se aprovechará de esta sección de la marca para crear una campaña donde se unirán mujeres con distintas destrezas, por ejemplo: deportistas, artistas musicales y escénicos, para crear una imagen de mujeres fuertes y resilientes en la modernidad. El principal objetivo de esta campaña será apelar a la sensibilidad de las personas por medio de un marketing bastante personal, eso quiere decir que cada una de las mujeres involucradas en esta campaña tendrá un espacio para mostrar de donde proviene la mujer valiente, fuerte e indestructible que ellas representan como modelo.

Por otro lado, la marca Forever 21 tiene una larga trayectoria de dirigirse hacia las mujeres, contando con locales de hasta 5 pisos de ropa femenina, por esta razón, se buscará que la alianza con esta marca sea distinta. Lo que busca en esta fase del proyecto es lograr crear con esta marca una nueva tendencia de ropa de moda, la cual llevará imágenes del proyecto, letras de su música

y frases sobre el mensaje que se asocia a este. Este plan será dirigido más hacia el desarrollo de una colección propia del artista y que sea distribuida por la marca, a nivel nacional en sus tiendas, formando una alianza en la cual la marca se beneficia de la popularidad del artista y viceversa.

Propuesta de diseño

Si bien en la era moderna la impresión de discos (CDs) es casi obsoleta, se realizarán copias únicamente para aquellos fans a quienes más llegue el proyecto, contando también con una versión en vinilo para aquellos melómanos que buscan la calidez de este formato, en donde la apreciación de la continuidad entre temas se transformará en una experiencia vívida. Estas dos versiones contarán con un folleto que contiene un breve resumen del porque de este disco y una dedicatoria.

En la parte gráfica del álbum se podrá apreciar un concepto específico que contiene 3 elementos principales, los cuales son: agua, tela y un cuerpo femenino. Las telas representan los prejuicios morales y sociales; y otros obstáculos que las mujeres se ven obligadas a atravesar y superar para el nuevo renacer. El agua representa el cuerpo que limpia estos prejuicios, y la superación de estos obstáculos. Y el cuerpo femenino es aquel que está entre el agua y la tela, el cual es afectado por ambos elementos: las condiciones sociales, y la necesidad de superación en medio de una sociedad discriminatoria y sexista. Se representará entonces al agua como un líquido purificador, liberando las telas y permitiendo la purificación del cuerpo femenino.

La portada principal consiste en la fotografía de un cuerpo femenino flotando, el cual tiene cubierto la cara por una tela y le rodea parte del cuerpo. Como se mencionó antes, estas telas representan prejuicios y obstáculos los cuales van a atormentar los pensamientos y la visión. Como segundo plano podremos encontrar un cuerpo femenino desnudo el cual pretende mostrar la inocencia de una mujer frente al sesgo de la sociedad. Y como ultimo elemento encontramos el agua en el cual los demás elementos están flotando, este representa la lucha entre ambos elementos.



El CD cuenta con una fotografía donde podremos encontrar los tres elementos anteriores. Esta vez las manos se pueden apreciar en la fotografía. Estas se ven en un acto de liberación en medio del agua. Representando la acción de superación y de desligamiento de los obstáculos representados por la tela.



En la parte trasera del disco lucirá una fotografía con dos de los elementos anteriormente encontrados: la tela y el agua. Esta contra portada intenta representar la liberación completa del ser. Al eliminar el cuerpo femenino de esta, se espera mostrar que después del proceso musical y toda la historia contada por medio de las composiciones, la lucha femenina dio frutos. Es por esto que ya no se encuentra en esta fotografía. Un elemento importante dentro la contraportada es la luz que se ve desde la superficie. Este elemento demuestra la victoria y felicidad de la superación, mientras que hacia el fondo se ve la oscuridad en donde se puede ver que la tela tiene más volumen.



Este proyecto cuenta con un equipo de trabajo muy destacado en el área de diseño visual. Para la fotografía se hizo un trabajo conjunto donde Melanie Coello realizó la dirección de imagen. Su participación estuvo centrada en el vestuario y la presentación del mismo en la fotografía. El vestuario fueron las telas, y se logró captar el movimiento y posición adecuados del mismo gracias a la directora. El fotógrafo fue Esteban Mora, quien realizó la captura de varias imágenes para luego poder elegir, de ellas, las más representativas del concepto que se manejó. Para el diseño gráfico el trabajo fue realizado por Esteban Mora nuevamente, el cual supo desarrollar la visualización del concepto que posee este álbum, de la mejor manera.

