

# Diseño gráfico de una experiencia de realidad virtual aplicada a la presentación de música urbana



UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY

FACULTAD DE  
DISEÑO  
ARQUITECTURA  
Y ARTE



**Escuela de Diseño Gráfico**

Trabajo de Graduación previo  
a la obtención de título de

**Licenciado en Diseño Gráfico**

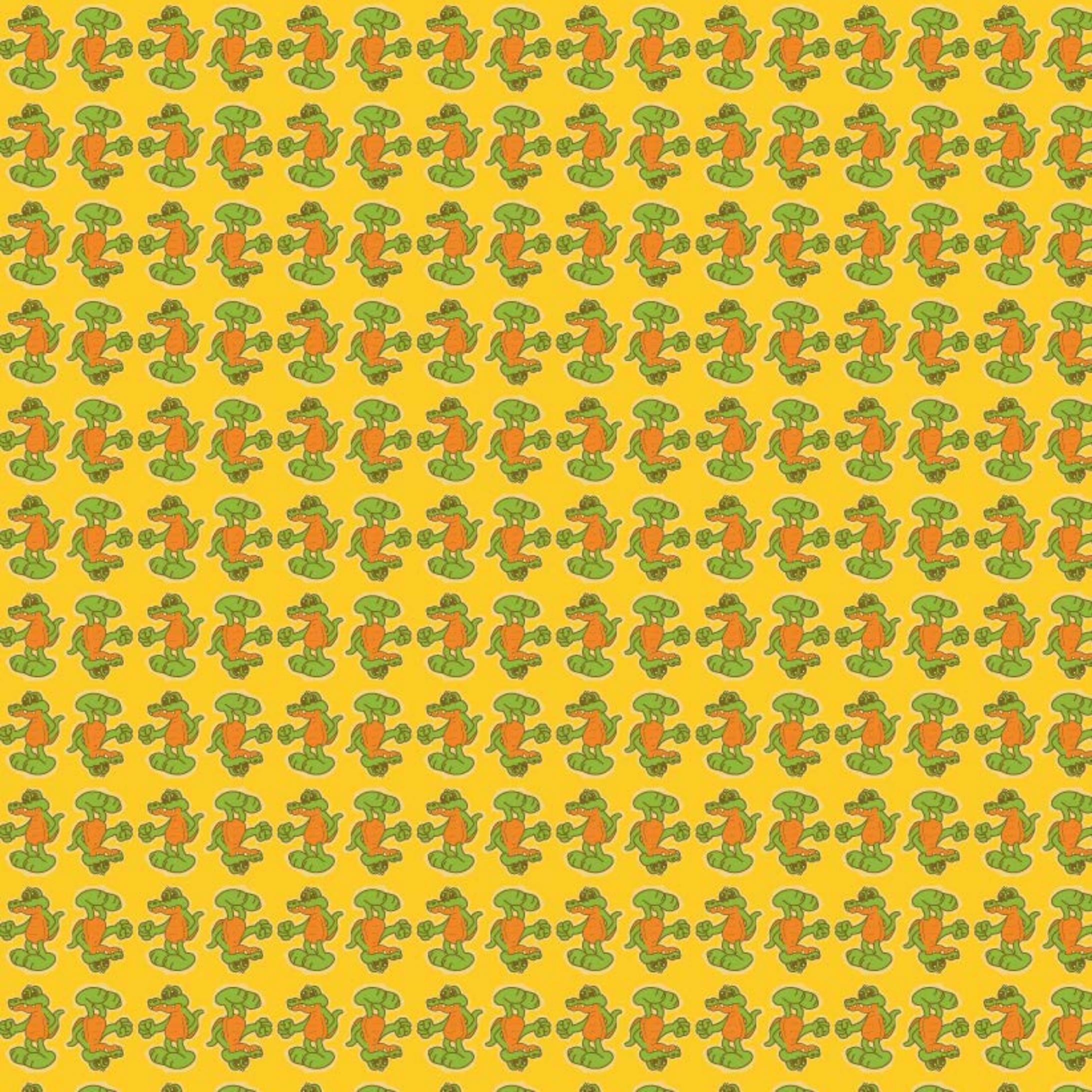
**Autor:** David Mateo Rivas Poma

**Director:** Dis. Diego Felipe Larriva Calle

Cuenca - Ecuador (2025)







# DEDICATORIA

Esta dedicatoria está dirigida a todas las personas que me han acompañado durante 22 años, quiero agradecerle a mi Abuelita Blanca Quito porque siempre me ha brindado un gran cariño, desde irme a ver en la escuela hasta tener siempre los brazos abiertos en su casa y esperarme con un plato de comida, contarme historias que me inspiran a expandir mi creatividad y mi conocimiento. Gracias por ser una gran madre. Para mi mamá Esperanza y papá Patricio por ser un apoyo incondicional en mi vida, gracias por el gran esfuerzo que hicieron por mí.

A mis tías y tios les agradezco, por siempre acompañarme en mi crecimiento personal y académico, por no rendirse conmigo, ya sea desde la distancia o escuchando mis problemas ya que yo no tuve una madre o un padre tuve varios. A la familia Rivas -Jádan-Marín. Cada momento con ustedes ha sido divertido y ameno gracias por acompañarme en tantos momentos en familia.

Pero sobre todo a mi Hermana Amelia, quiero dedicar no solo esta tesis, si no toda mi carrera por ser mi mejor amiga la única que he tenido porque siempre será azul el cielo si nos mantenemos juntos y aunque nos separemos, siempre nos volveremos a encontrar.

También agradecer a mi pareja por siempre motivarme a superarme y volverme un gran profesional. Y por último quiero agradecer a mis amigos Paul, Adrián, Esteban y Henry por estar para mí justo cuando más lo necesitaba, aguante YB. También un agradecimiento especial a mis amigas y amigos diseñadores por haber recorrido este camino juntos con todo el cariño que nos tenemos, Shout-out pa' Modo Diablo, Shout-out pa' lo' Bardero\$, Shout-out pa' to'a la gente que **sabe que la quiero.**



# ÍNDICE

## CAP 1 Fundamentación Teórica

<b>1.1 INTRODUCCIÓN</b>	<b>14</b>
<b>1.2 ANTECEDENTES Y PROBLEMÁTICA</b>	<b>15</b>
<b>1.3 ESTADO DEL ARTE</b>	<b>16</b>
<b>1.4 MARCO TEÓRICO</b>	<b>18</b>
1.4.1 DISEÑO GRÁFICO DENTRO DEL GÉNERO URBANO	18
1.4.2 REALIDAD VIRTUAL	19
1.4.3 DISEÑO DE EXPERIENCIA DE USUARIO (UX)	20
1.4.4 Sistemas gráficos	20
<b>1.5 INVESTIGACIÓN DE CAMPO</b>	<b>22</b>
1.5.1 Entrevista a artista Ecuatoriano	22
1.5.2 Entrevista a un productor Ecuatoriano	24
1.5.3 Sondeo a oyente del género urbano	<b>24</b>
<b>1.6 Análisis de homólogos</b>	<b>26</b>
1.6.1 Homólogos de Forma	26
1.6.2 Homólogos de Forma	27
1.6.3. Homólogo de función	28
1.6.4. Homólogo de tecnología	29
<b>1.7 Conclusiones del capítulo</b>	<b>30</b>

## CAP 2 Desarrollo conceptual

<b>2.1 ANÁLISIS Y DEFINICIÓN DE LOS USUARIOS</b>	<b>34</b>
2.1.1 Matriz de selección de artistas	34
2.2 Persona Desing	36
2.3 Mapa de empatía	37
2. 4 Brief producto	<b>38</b>
<b>2.5 Proceso de uso</b>	<b>40</b>
<b>2.6 Definición de contenidos</b>	<b>42</b>
<b>2.7 Hoja de ruta</b>	<b>43</b>
<b>2.8 Conclusiones del capítulo</b>	<b>44</b>



## CAP 3 Ideación gráfica

<b>3.1 Sistema de diseño</b>	<b>48</b>
3.1.1 Formal	48
3.1.2 Funcional	50
3.1.3 Tecnología	51
<b>3.2 10 Primeras ideas</b>	<b>52</b>
<b>3.3 Ideas finalistas</b>	<b>53</b>
<b>3.4 Idea ganadora</b>	<b>54</b>

## CAP 4 Desarrollo conceptual

4.1 Bocetación	58
4.1.1 Guion del videoclip	58
4.1.2 Creación de storyb	59
4.1.3 Boceto de Coca	59
4.2 Desarrollo del sistema gráfico	63
4.2.1 Modelado del personaje	64
4.2.2 Elementos adicionales	66
4.2.3 Creación de entornos virtuales	67
4.3 Desarrollo de aplicaciones gráficas	68
4.3.1 Creación del videoclip virtuales	69
4.3.2 Producto final	70
4.4 Conclusiones y Recomendaciones	73

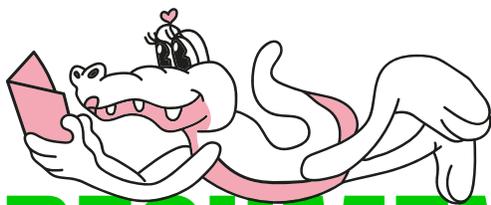
# ÍNDICE DE IMAGENES

<b>Img 1</b>	Joxzy †. (n.d.). Pin de Joxzy † en Aaa en 2025 [Imagen]. Pinterest. Recuperado el 7 de junio de 2025, de <a href="https://es.pinterest.com/pin/594193744622653194/">https://es.pinterest.com/pin/594193744622653194/</a>	<b>13</b>
<b>Img 2</b>	West, J. (2020, 24 de abril). If the Travis Scott Astronomical performance proved anything, it's that Fortnite is changing the game and music industries forever. GamesRadar. <a href="https://www.gamesradar.com/if-the-travis-scott-astronomical-performance-proved-anything-its-that-fortnite-is-changing-the-game-and-music-industries-forever/">https://www.gamesradar.com/if-the-travis-scott-astronomical-performance-proved-anything-its-that-fortnite-is-changing-the-game-and-music-industries-forever/</a>	<b>16</b>
<b>Img 3</b>	AA.VV. (2023). Gráfica N° 34: El diseño en la música. Gráfica. <a href="https://www.naoslibros.es/libros/graffica-no-34-el-diseno-en-la-musica/X-00277146/">https://www.naoslibros.es/libros/graffica-no-34-el-diseno-en-la-musica/X-00277146/</a>	<b>17</b>
<b>Img 4</b>	bianca. (n.d.). Fondo duki [Imagen]. Pinterest. Recuperado el 7 de junio de 2025, de <a href="https://www.pinterest.com/pin/804314814724722629/">https://www.pinterest.com/pin/804314814724722629/</a>	<b>18</b>
<b>Img 5</b>	benzoix. (n.d.). Retrato de una modelo asiática feliz usando auriculares VR sonriendo y riéndose con gafas de realidad virtual de pie sobre fondo azul [Fotografía]. Freepik. Recuperado el 7 de junio de 2025, de <a href="https://www.freepik.es/foto-gratis/retrato-modelo-asiatica-feliz-usando-auriculares-vr-sonriendo-riendose-gafas-realidad-virtual-pie-sobre-fondo-azul_25870385.htm">https://www.freepik.es/foto-gratis/retrato-modelo-asiatica-feliz-usando-auriculares-vr-sonriendo-riendose-gafas-realidad-virtual-pie-sobre-fondo-azul_25870385.htm</a>	<b>19</b>
<b>Img 6</b>	freepik. (n.d.). Escritorio de diseñadora gráfica [Fotografía]. Freepik. Recuperado el 7 de junio de 2025, de <a href="https://www.freepik.es/foto-gratis/escritorio-disenadora-grafica_1199948.htm">https://www.freepik.es/foto-gratis/escritorio-disenadora-grafica_1199948.htm</a>	<b>20</b>
<b>Img 7</b>	freepik. (n.d.). Diseñadora web femenina con papeles y notas en la oficina [Fotografía]. Freepik. Recuperado el 7 de junio de 2025, de <a href="https://www.freepik.es/foto-gratis/disenadora-web-femenina-papeles-notas-oficina_32520512.htm">https://www.freepik.es/foto-gratis/disenadora-web-femenina-papeles-notas-oficina_32520512.htm</a>	<b>20</b>
<b>Img 8</b>	<b>freepik. (n.d.). Músico de vista lateral trabajando en estudio</b> [Fotografía]. Freepik. Recuperado el 7 de junio de 2025, de <a href="https://www.freepik.es/foto-gratis/musico-vista-lateral-trabajando-estudio_39701838.htm">https://www.freepik.es/foto-gratis/musico-vista-lateral-trabajando-estudio_39701838.htm</a>	<b>22</b>
<b>Img 9</b>	Freepik. (s.f.). *Diseñador de sonido trabajando en la grabación de pistas con software profesional de audio* [Fotografía]. Recuperado el [fecha en que la consultaste] de <a href="https://www.freepik.es/foto-gratis/disenador-sonido-trabajando-grabacion-pistas-software-profesional-audio_318066513.htm">https://www.freepik.es/foto-gratis/disenador-sonido-trabajando-grabacion-pistas-software-profesional-audio_318066513.htm</a>	<b>23</b>
<b>Img 10</b>	Freepik. (s.f.). *Hombre compositor, productor y arreglista: músico con manos arreglando música* [Fotografía]. Recuperado el [fecha de consulta] de <a href="https://www.freepik.es/foto-gratis/hombre-compositor-productor-arreglista-compositor-musico-manos-arreglando-musica_36434906.htm">https://www.freepik.es/foto-gratis/hombre-compositor-productor-arreglista-compositor-musico-manos-arreglando-musica_36434906.htm</a>	<b>24</b>
<b>Img 11</b>	De autoría	<b>24</b>
<b>Img 12</b>	Universal Music Ecuador. (2024). *Álvaro Díaz logra su primer Top 10 en Billboard con su álbum 'Sayonara'*. Universal Music Ecuador. <a href="https://www.universalmusic.com.ec/alvaro-diaz-logra-su-primer-top-10-en-billboard-con-su-album-sayonara/6240/">https://www.universalmusic.com.ec/alvaro-diaz-logra-su-primer-top-10-en-billboard-con-su-album-sayonara/6240/</a>	<b>26</b>
<b>Img 13</b>	Universal Music Ecuador. (2024). *Álvaro Díaz lanza versión Deluxe de su ál-	

	bum 'Sayonara': Finales alternos*. Universal Music Ecuador. <a href="https://www.universalmusic.com.ec/alvaro-diaz-lanza-version-deluxe-de-su-album-sayonara-finales-alternos/6874/">https://www.universalmusic.com.ec/alvaro-diaz-lanza-version-deluxe-de-su-album-sayonara-finales-alternos/6874/</a>	<b>27</b>
<b>Img 15</b>	Museo Histórico Nacional (MHN). (s.f.). *Accede a tour virtual 360°* [Recurso interactivo]. <a href="https://www.mhn.gob.cl/servicios/accede-tour-virtual-360deg">https://www.mhn.gob.cl/servicios/accede-tour-virtual-360deg</a>	<b>28</b>
<b>Img 14</b>	Museo Histórico Nacional (MHN). (s.f.). *Accede a tour virtual 360°* [Recurso interactivo]. <a href="https://www.mhn.gob.cl/servicios/accede-tour-virtual-360deg">https://www.mhn.gob.cl/servicios/accede-tour-virtual-360deg</a>	<b>28</b>
<b>Img 16</b>	Canal Educativo MHN. (2023, junio 15). *Recorrido virtual 360° por el Museo Histórico Nacional* [Video]. YouTube. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=wo6Vgh_qhjs">https://www.youtube.com/watch?v=wo6Vgh_qhjs</a>	<b>29</b>
<b>Img 17</b>	Freepik. (s.f.). *Hombre que llevaba gafas VR con luz roja* [Fotografía]. Recuperado el [fecha de consulta] de <a href="https://www.freepik.es/foto-gratis/hombre-que-llevaba-gafas-vr-luz-roja_12688337.htm">https://www.freepik.es/foto-gratis/hombre-que-llevaba-gafas-vr-luz-roja_12688337.htm</a>	<b>38</b>
<b>Img 18</b>	De autoría	<b>42</b>
<b>Img 19</b>	De autoría	<b>48</b>
<b>Img 20</b>	Google. (s.f.). *Google Official Cardboard (2-Pack)* [Lentes de realidad virtual]. Amazon México. Recuperado el [fecha de consulta] de <a href="https://www.amazon.com.mx/Google-Official-Cardboard-2-Pack/dp/B01MQ5J5J4">https://www.amazon.com.mx/Google-Official-Cardboard-2-Pack/dp/B01MQ5J5J4</a>	<b>50</b>
<b>Img 21</b>	Universal Music Ecuador. (2024). *Álvaro Díaz logra su primer Top 10 en Billboard con su álbum 'Sayonara'*. Universal Music Ecuador. <a href="https://www.universalmusic.com.ec/alvaro-diaz-logra-su-primer-top-10-en-billboard-con-su-album-sayonara/6240/">https://www.universalmusic.com.ec/alvaro-diaz-logra-su-primer-top-10-en-billboard-con-su-album-sayonara/6240/</a>	<b>53</b>
<b>Img 22</b>	Luo, M. (s.f.). *Realidad virtual 360°* [Tablero de Pinterest]. Pinterest. <a href="https://www.pinterest.com/78122fc078119104a328f392318e64/%E5%AE%9E%E6%99%AF/">https://www.pinterest.com/78122fc078119104a328f392318e64/%E5%AE%9E%E6%99%AF/</a>	<b>53</b>
<b>Img 23</b>	De autoría	<b>53</b>
<b>Img 24</b>	OpenAI. (2023). *ChatGPT* (versión de junio de 2024) [Modelo de lenguaje]. <a href="https://chat.openai.com">https://chat.openai.com</a>	<b>58</b>
<b>Img 25</b>	De autoría	<b>59</b>
<b>Img 26</b>	De autoría	<b>64</b>
<b>Img 27</b>	De autoría	<b>66</b>
<b>Img 28</b>	Freepik. (s.f.). *Sala estilo gótico débilmente iluminada con candelabros y ventanas arqueadas* [Imagen generada por IA]. <a href="https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/sala-estilo-gotico-debilmente-iluminada-candelabros-ventanas-arqueadas_405703758.htm">https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/sala-estilo-gotico-debilmente-iluminada-candelabros-ventanas-arqueadas_405703758.htm</a>	<b>67</b>
<b>Img 29</b>	De autoría	<b>67</b>
<b>Img 30</b>	De autoría	<b>67</b>
<b>Img 31</b>	@architecture_hist. (2023, junio 10). *Tour por un castillo gótico del siglo XV...* [Reel de Instagram]. Instagram. <a href="https://www.instagram.com/reel/DBPICNcyH4X/">https://www.instagram.com/reel/DBPICNcyH4X/</a>	<b>67</b>
<b>Img 32</b>	De autoría	<b>69</b>







# RESUMEN

La industria musical urbana atravesaba una etapa de sobresaturación, dificultando que nuevos artistas logran destacar dentro del mercado digital. Frente a esta problemática, se desarrollaron estrategias desde el diseño gráfico que incluyeron el análisis de identidades visuales, el uso de sistemas gráficos coherentes, y la implementación de tecnología de realidad virtual.

Estas herramientas se articularon con narrativas musicales para crear una experiencia inmersiva e innovadora que permitió a los oyentes no solo escuchar, sino vivir la música. Como solución, se diseñó un videoclip interactivo en VR que fortaleció la conexión emocional entre el artista y su audiencia, ofreciendo una nueva forma de consumo musical.

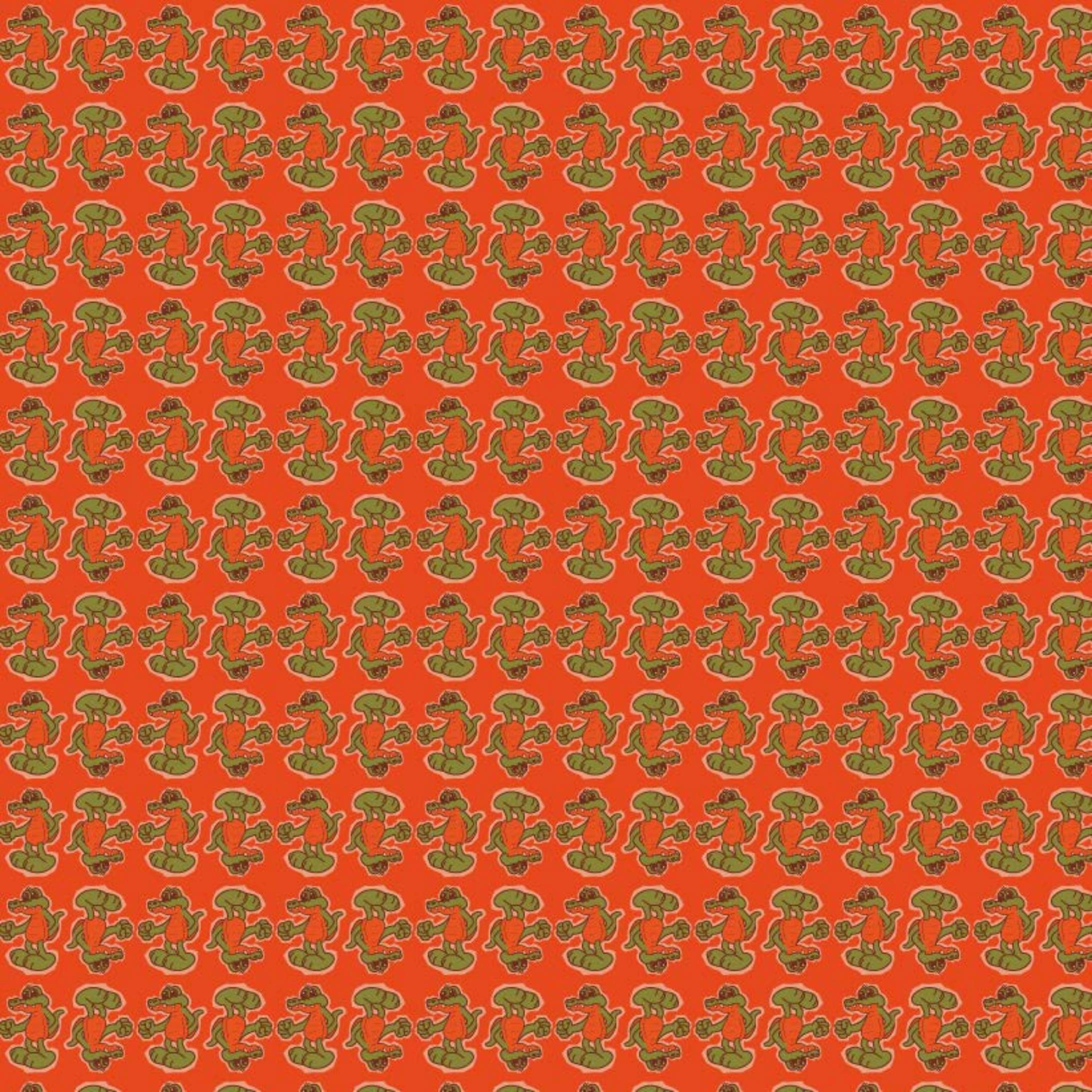


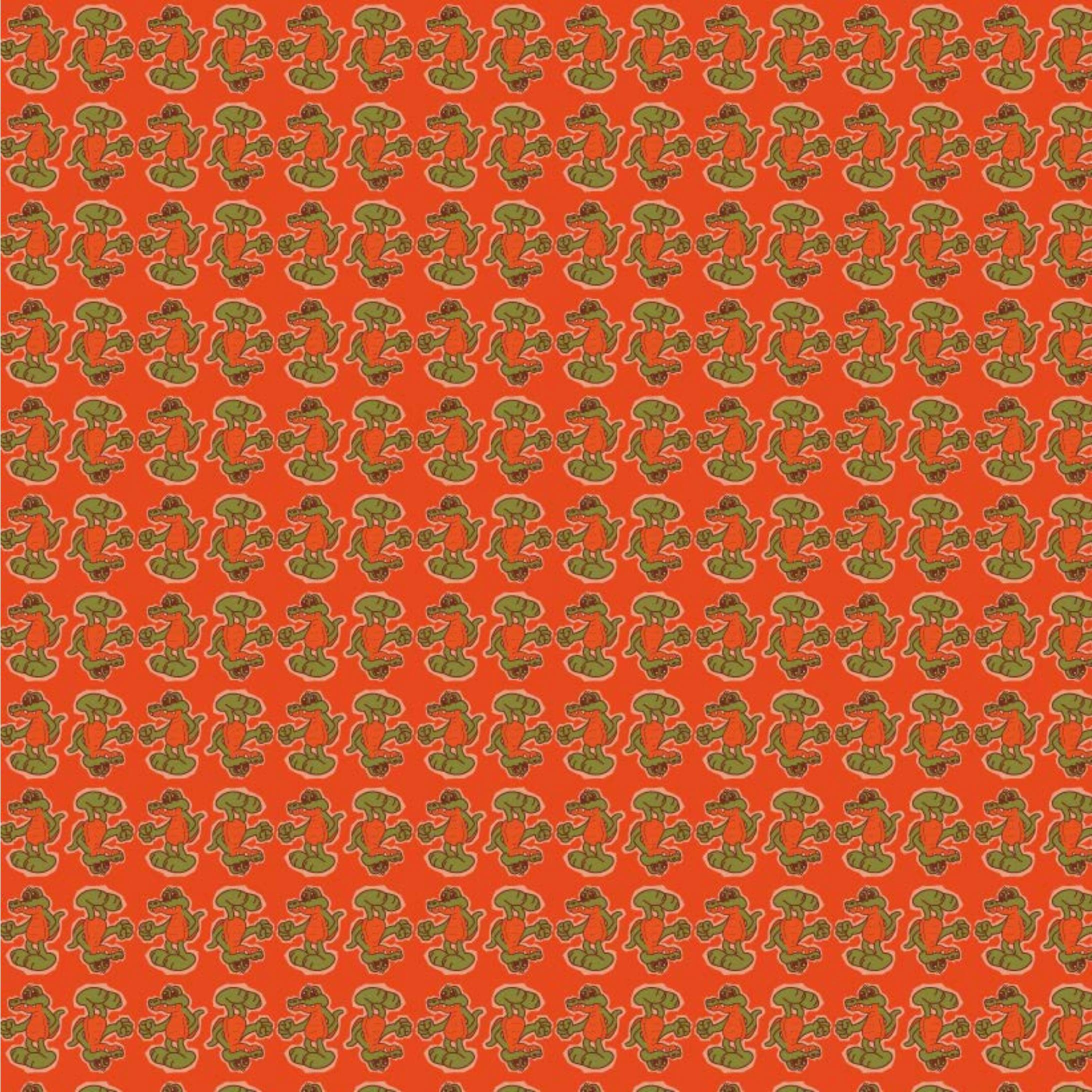
# ABSTRACT

The urban music industry was experiencing a stage of oversaturation, making it increasingly difficult for emerging artists to stand out in the digital market. In response to this issue, strategies rooted in graphic design were developed, involving the analysis of visual identities, the application of coherent graphic systems, and the implementation of virtual reality technology. These tools were integrated with musical narratives to create an immersive and innovative experience that allowed listeners not only to hear the music but to live it.

As a solution, an interactive VR music video was designed, enhancing the emotional connection between the artist and their audience while offering a new form of musical consumption.

**ALL NEED SAD BOYS**



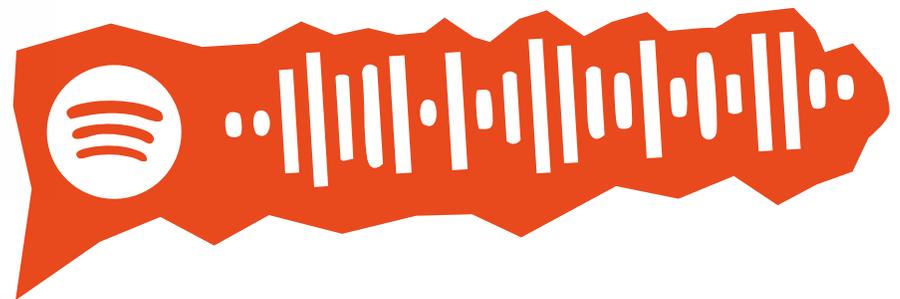




# OBJETIVO GENERAL

Contribuir a la innovación del mercado musical a través del diseño de un recurso gráfico multimedia con realidad virtual aportando una nueva experiencia de usuario, explorando nuevas líneas gráficas o creando los sistemas gráficos usados por los artistas, presentando una solución a los problemas de la identificación y diferenciación de artistas del género urbano.

**PLAYLIST URBANA**



# OBJETIVO ESPECÍFICO

Analizar la problemática y los posibles abordajes teóricos del proyecto, además definir los elementos y condiciones centrales con los que el proyecto trabajará y por último diseñar un recurso multimedia con el uso de la realidad virtual y audio inmersivo como elemento diferenciador para artistas del género urbano.



# 1 CAPÍTULO

La creciente saturación en la industria musical Urbana demanda que los artistas busquen formas innovadoras de diferenciarse. En el pasado tradicionalmente, el diseño gráfico se ha limitado a crear portadas de álbumes y elementos visuales estáticos. Sin embargo, con la evolución de las plataformas de streaming y las nuevas tecnologías, surge la necesidad de explorar formatos nuevos más dinámicos y envolventes. Este proyecto de investigación propone una nueva forma de difusión musical que combina la música urbana con el diseño gráfico, aprovechando la realidad virtual. Al fusionar elementos visuales y auditivos, se busca crear una experiencia de escucha inmersiva y personalizada que trascienda los límites de la reproducción tradicional.

**Revista Gráfica (2024), plantea sobre la traducción visual de la música, este trabajo explora cómo el diseño gráfico puede convertirse en una herramienta poderosa para generar conexiones emocionales más profundas entre el artista y su público.** A través de la creación de videoclips de conciertos virtuales y experiencias interactivas, se pretende ofrecer una alternativa innovadora a los formatos de consumo musical actuales, dirigida a un público cada vez más exigente con lo que se consume y ávido de nuevas sensaciones.

# 1.1 INTRODUCCIÓN

# 1.2 ANTECEDENTES Y PROBLEMÁTICA

En la actualidad, la industria musical del género urbano y sus artistas enfrentan un desafío muy grande por la era de la digitalización, además de la sobresaturación de lanzamientos y la dificultad de sobresalir en un mercado competitivo lleno de diferentes artistas. Según un listado de Spotify en un día salen aproximadamente 15000 mil canciones del género urbano, si multiplicamos esto por los 365 del año nos da como resultado más de 5 millones de canciones anualmente.

Esta situación ha obligado a los artistas a buscar nuevas estrategias de diferenciación que les permitan destacar del resto de sus compañeros del género y del resto de los artistas de diferentes géneros. **Tradicionalmente, el diseño gráfico ha ofrecido soluciones gráficas como la creación de portadas, la publicidad para conciertos o gestión audiovisual para las presentaciones en vivo, el desarrollo de identidades visuales y marcas personales para los artistas.** Sin embargo, estas propuestas, aun que buenas, no han experimentado una innovación significativa en los últimos años, solo se han adaptado a los diferentes formatos que se presentan ahora.

sistemas gráficos, se busca ofrecer una experiencia multisensorial única, capaz de cautivar a un público abierto a nuevas formas de consumir música.

Este enfoque innovador no solo permitirá a los artistas destacar, sino que también cambiará la manera en que el diseño gráfico y la música se conectan en un contexto contemporáneo, lo que puede establecer una nueva solución creativa en la industria musical del género urbano para mostrar que tanto como el género como el diseño gráfico puede ir más allá de los elementos tradicionales establecidos en esta industria.

Con la creciente demanda y creación de nuevas plataformas digitales, los formatos de escucha se pueden plantear un nuevo enfoque inmersivo y dar posibilidades interactivas, y no sólo centrarse en la adaptación de formatos sino en la creación de uno nuevo, es importante replantear cómo el diseño puede adaptarse a estos cambios y convertirse en un eje central para que la presentación de la música conecte de una manera más profunda con los oyentes.

Según Purón (2024), **“Unos traducen el mundo que les rodea en canciones, nosotros lo traducimos en algo visual”**. Esta idea muestra el potencial del diseño gráfico como una herramienta de conexión emocional y conceptual entre los artistas y su

público que va más allá de la música. Al complementar la experiencia musical con una representación visual poderosa y que tenga coherencia con lo que el artista siente al momento de escribir la canción, es posible generar un sensación más profunda y memorable de conexión entre artista y oyente, de esta forma el diseño deja de ser un elemento de apoyo y se convierte en una parte de la narrativa de la canción, creando una simbiosis perfecta entre lo visual y lo sonoro.

En respuesta a esta problemática, el proyecto propone explorar y desarrollar un nuevo formato de difusión musical que combina la música y el diseño gráfico. Utilizando tecnologías emergentes, como la realidad aumentada, la animación digital y los



**¿Qué soluciones han buscado los artistas para diferenciarse del resto de sus compañeros?** Pues Travis Scott colaboró con Fortnite para crear una nueva experiencia musical única y épica. Este evento virtual dentro del juego fue llamado Astronomical, permitió a millones de jugadores de Fortnite asistir a un concierto inmersivo y visualmente impresionante del famoso rapero.

El concierto se llevó a cabo en un escenario virtual diseñado específicamente para el evento, lleno de efectos visuales, los jugadores podían interactuar con el escenario y con otros asistentes al concierto, creando una sensación de comunidad y realismo. **Travis Scott presentó un nuevo tema musical durante el evento**, lo que lo convirtió en un momento histórico tanto para el juego como para la música. El evento atrajo a millones de jugadores de todo el mundo

# 1.3 ESTADO DEL ARTE



Img 2

Por otro lado, la tesis de Cristina Lopez titulada: Desarrollo de la identidad visual de un grupo de música nos brinda un enfoque en cómo el diseño gráfico ayuda a las bandas emergentes a crear una imagen única y memorable. Explora cómo elementos visuales como logotipos, portadas de discos, y materiales promocionales contribuyen a formar la identidad de una banda. La investigación podría analizar cómo estos elementos visuales influyen en la percepción del público, en la conexión emocional con la música y en el éxito comercial de la banda. Además, podría explorar las tendencias actuales en el diseño gráfico musical y cómo los artistas independientes están utilizando estas herramientas para destacar en un mercado saturado.

Si bien en esta tesis ahondamos en el apoyo a las bandas emergentes de manera física, pero ¿Qué sucede con los artistas en las plataformas de streaming? Pues, Lucas David Bermejo Segovia nos ayuda a analizar mediante su tesis: El diseño gráfico en la promoción de bandas emergentes en las plataformas de streaming, cómo las bandas que están empezando en la industria musical utilizan el diseño gráfico para darse a conocer en plataformas digitales como Spotify, Apple Music y Deezer. Se investigaron cómo elementos visuales como las portadas de los álbumes, las imágenes de perfil y otro tipo de material gráfico influyen en la decisión de los usuarios de escuchar o seguir a un artista. La investigación incluye un análisis de las tendencias actuales en el diseño gráfico para la promoción musical en plataformas de streaming, así como un estudio de casos de bandas que han tenido éxito utilizando estrategias de diseño visual innovadoras. Ahora todas estas investigaciones se centran de una forma en cómo se pueden mostrar tanto como en redes sociales como en las plataformas de streaming, pero ¿cómo sería

# gràffica.

la presentación de varios artistas en vivo? Martín Gama en su tesis de Creación y desarrollo de una identidad visual para un festival musical, profundiza en cómo el diseño gráfico se ha convertido en un elemento fundamental para crear experiencias inmersivas y memorables en conciertos y festivales musicales.

Se analiza cómo elementos visuales como escenografías, iluminación, proyecciones y otros recursos gráficos contribuyen a construir atmósferas únicas que trascienden la mera escucha de música. **El estudio explora la evolución del diseño gráfico en este contexto**, desde los primeros conciertos con elementos visuales básicos hasta las sofisticadas producciones actuales que utilizan tecnología de punta. Se examina cómo la combinación de diseño gráfico con elementos interactivos y la utilización de espacios físicos transformados crea experiencias multisensoriales que conectan emocionalmente con el público.

Además, la tesis aborda el impacto del diseño gráfico en la percepción de la marca de un artista o festival, y cómo contribuye a fortalecer la identidad visual y a generar un mayor engagement con el público. Se presentan ejemplos de casos de éxito y se analizan las tendencias actuales en el diseño gráfico aplicado a eventos musicales. Si bien todos estos proyectos muestran de manera muy práctica como se debe de llevar de una nueva forma la música y el diseño **¿Qué opinan los diseñadores de la relación del diseño gráfico con la música?** En la Revista Gràffica 34 – El Diseño en la Música, Víctor Palau nos cuenta la fascinante intersección entre dos mundos aparentemente distantes: el diseño gráfico y la música.

Esta publicación **explora cómo estos dos lenguajes artísticos se complementan**, influyen mutuamente y colaboran para crear experiencias únicas y memorables. La revista revela cómo el diseño gráfico se convierte en un traductor visual de las emociones y sensaciones que evoca la música. A través de portadas de discos, carteles de conciertos, merchandising y otros elementos visuales, los diseñadores transmiten la esencia de un artista o género musical, creando una identidad visual que refuerza la conexión emocional con el público.

Img 3

ENTREVISTA

Boa Mistura  
y Vetusta  
Morla,  
reunidos en

MUSICA

# 1.4 MARCO TEÓRICO

## 1.4.1 DISEÑO GRÁFICO DENTRO DEL GÉNERO URBANO

**D**esde hace unos años atrás el diseño gráfico ha tomado un rol activo en la industria musical, pero para muchos artistas con el paso del tiempo se olvidaron de la gran importancia que tiene.

Según Palau (2024), “**Los músicos siempre han necesitado del diseño para empaquetar sus discos, para ponerle cara a la música**. Si bien actualmente existen diversas plataformas para la reproducción de música, aún se implementan portadas y videoclips para las mismas llegando a tener tamaños miniaturas de 32x32 pixeles”.

En la actualidad la industria musical nos necesita más que nunca. Según Palau (2024), “**ahora, trabajar en la industria musical como diseñador ya no se limita solo a la creación de un grafismo enmarcado por un cuadrado**”. Mostrando que el rol del diseñador ha cambiado y ahora se implementan diferentes soportes para la visualización de las artes gráficas de las canciones. Además Espinoza (2019), “**La música urbana en estos tiempos es considerada un fenómeno musical y cultural. Que tiene una fuerte presencia en los medios de comunicación, ya que logró captar de forma positiva su audiencia llevando a todas las plataformas digitales y espacios sociales donde requieran de entretenimiento.**” (p. 4).

La música del género urbano ha tenido un impacto profundo en la cultura global en las últimas décadas,

especialmente en América Latina y en otras partes del mundo. Este género engloba una variedad de estilos como el reguetón, el trap, el dancehall, y el dembow, entre otros.

Lo que comenzó como un movimiento local en las calles de **Puerto Rico y Panamá a finales de los años 90**, se ha convertido en un fenómeno mundial, gracias a la fusión de ritmos caribeños, influencias del hip-hop estadounidense y la capacidad de los artistas para adaptarse a las tendencias musicales cambiantes. Por otra parte, este género fue el padre de muchos artistas que hoy en día se han convertido en leyendas, sin embargo, el enfoque del proyecto se centrará en artistas hispanohablantes tales como: **Duki, Khea, C.R.O, Thiago PZK, Milo J, Barderos, YSY A, Álvaro Díaz**

Img 4





Img 5

## 1.4.2 REALIDAD VIRTUAL

Según Juca et al., (2020) **“La Realidad Virtual es aquella tecnología que posibilita al usuario, mediante el uso de visores Realidad Virtual y otros gadgets, sumergirse en escenarios tridimensionales, en primera persona y en 360, con la sensación de sentirse inmerso dentro de ellos”** (p.48-56).

El saber el origen de la realidad virtual nos ayuda a comprender los principios de la misma y cómo

gestionar y analizar cómo esta tecnología sería una gran oportunidad para los artistas que buscan destacar de sus compañeros del medio.

Para muchas personas la realidad virtual en la vida diaria es un futuro muy lejano o de ciencia ficción, sin embargo, hace unos años se comenzó a comercializar gafas de realidad virtual que fueron para fines de entretenimiento como son los videojuegos y los videos populares, pero **¿Qué es la realidad virtual?**

Según Levis (2006), **“Una base de datos interactiva capaz de crear una simulación que implique a todos los sentidos, generada por un ordenador, explorable, visualizable y manipulable en “tiempo real” bajo la forma de imágenes y sonidos digitales, dando la sensación de presencia en el entorno informático”**(p.4).

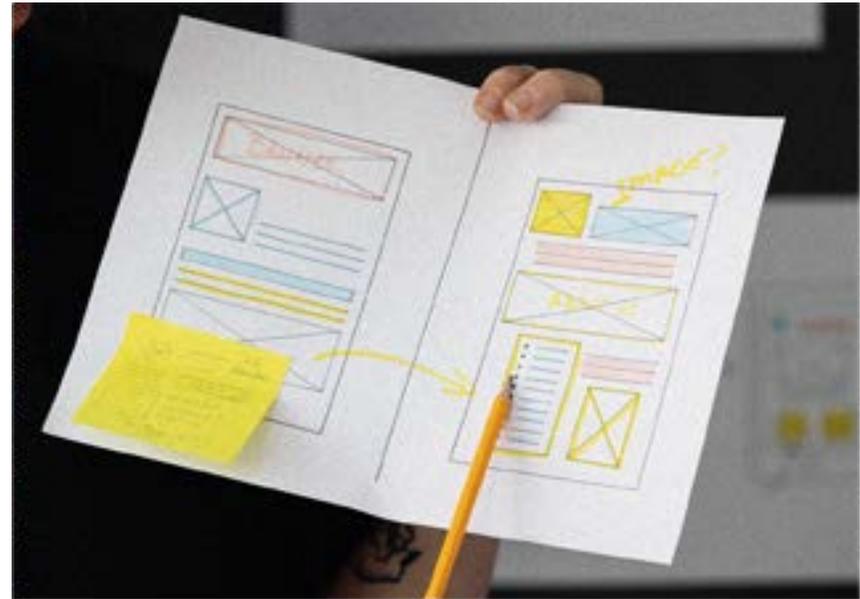


## 1.4.3 DISEÑO DE EXPERIENCIA DE USUARIO (UX)

Una de las opiniones muy centradas sobre este tema nos ofrece un autor establecido en el diseño. Según Montero (2015):

Aunque la experiencia de usuario es una denominación reciente, la disciplina y el sector profesional a los que designa tienen varias décadas de historia. **Los primeros en tomar conciencia** de la importancia de estudiar la relación entre personas y ordenadores fueron los miembros de la comunidad científica, dando origen a finales de la década de los 60 a una nueva área de estudio denominada Interacción Persona-Ordenador (HCI, Human-Computer Interaction). (p.5)

Es indispensable pensar en este punto ya que el proyecto parte de cómo sería la experiencia inversiva de los oyentes del proyecto y que puntos son de vital importancia para crear una sola narrativa, clara que no tenga que depender de un seguimiento de guías, porque **esto podría entorpecer el proceso de degustación del proyecto.**



Img 7

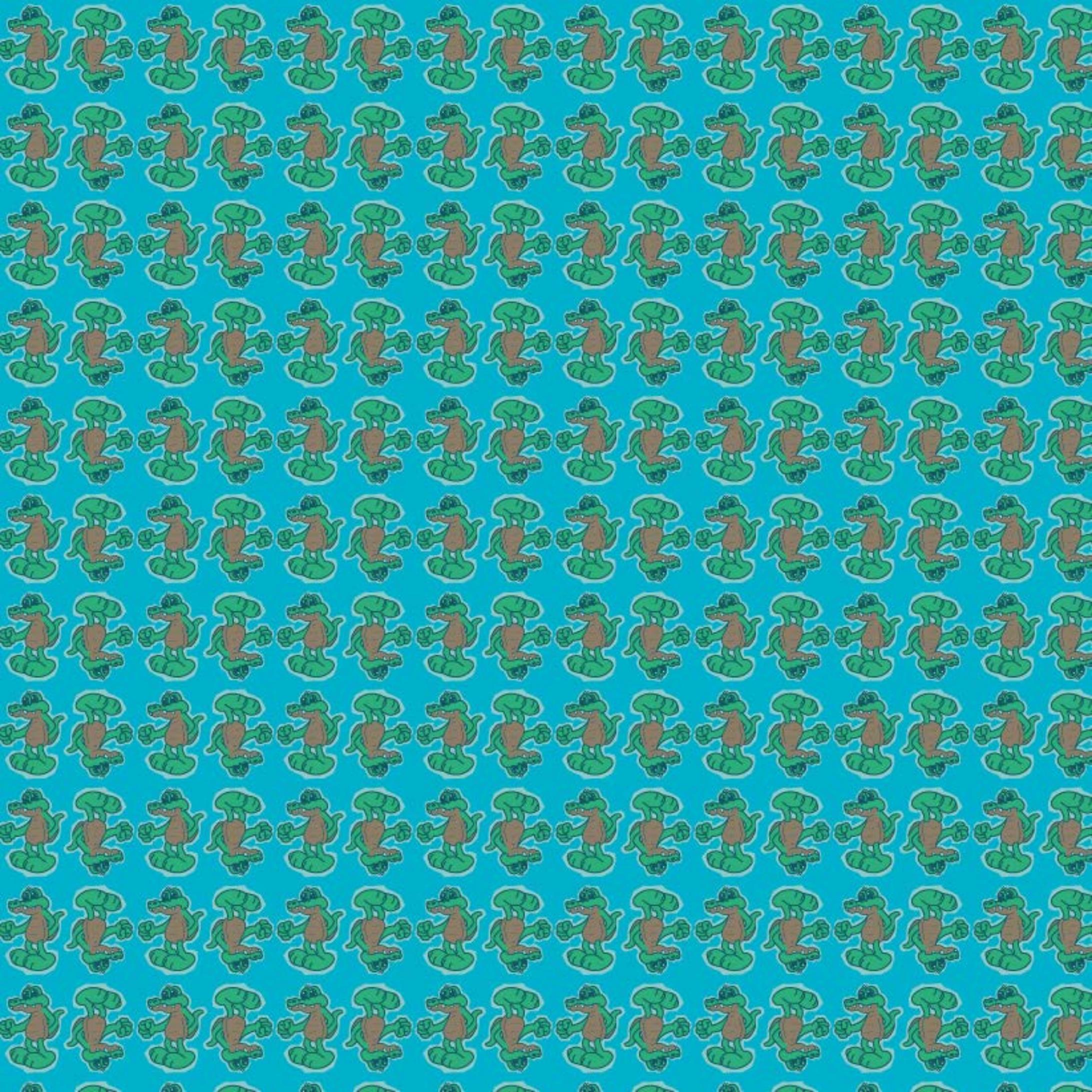
## 1.4.4 Sistemas gráficos

Un sistema gráfico es un conjunto coherente de elementos visuales diseñado para comunicar una identidad o mensaje de manera consistente a través de múltiples plataformas y formatos. **Según Lupton y Phillips (2015):**

Tomando en cuenta este comentario se plantean dos soluciones para el apartado gráfico del proyecto, la primera es partir de la gráfica de un álbum de música que ya se ha implementado en diferentes soportes o por otro lado crear una nueva gráfica partiendo de los temas de música para desarrollar un proceso de ingeniería inversa que plantea una nueva gráfica y esta a su vez implementarla en el proyecto, de cualquier manera es vital entender que la gráfica es representativa del artista y si bien se puede crear un sistema de constantes y variables existen ciertos detalles que los oyentes y fans del artista no estarían dispuestos a cambiar. (p. 515)

Img 6





# 1.5 INVESTIGACIÓN DE CAMPO

## 1.5.1 Entrevista a artista ecuatoriano



**M**iguelto, originario de Cuenca, Ecuador, comenzó su carrera musical en 2019 lanzando su primer tema de rap. En 2020 incursionó en el dancehall, demostrando su auténtica versatilidad. Desde entonces, se ha consolidado en la escena urbana, destacando especialmente en el reguetón, aunque cuenta con la habilidad para adaptarse a cualquier ritmo. Actualmente trabaja junto al sello Elévate Flame Récorde, produciendo música que enciende las calles y logra conectar con públicos diversos.

Img 8

**¿Qué tan importante es para ti el videoclip o la portada de una canción?**

En una portada es para identificar a la canción entonces hay muchas canciones en las que sea lanzado solo el audio con la portada y dependerá mucho del contenido, si se pega o y tienen buena acogida o si no es muy escuchada y aquí entra la parte del video, que es como un plus loco cuando tú haces un video a una canción puedes contar de mejor manera la historia visualmente no solo escuchando entonces es lo que te digo que es un plus, también le da más auge a la canción esto hace que se haga un bum, hay canciones que solo han sacado el audio y después le sacan video clip oficial y tienen más apoyo y más explosión.

**¿Si tú formarás parte del proyecto tú crearías que se crearía una brecha entre otros artistas que están emergiendo?**

Claro veras, si se podría llegar a crear esta brecha, por ejemplo yo recién estoy empezado a trabajar un equipo y recién estamos empezando a realizar videoclips de mejor calidad, entonces sería como la misma brecha, cuando yo empecé no tenía un buen micrófono y yo mismo era el productor, entonces si hay una brecha, con esta hermanita que propones va a ver una brecha, gente que pueda pagar y cuente con el apoyo y gente que no, pero no tanto se puede ver como una brecha, sino como una oportunidad si yo empiezo a hacer mis proyectos con la realidad virtual.

**¿En el mercado actual crees que es muy difícil diferenciarte de otros artistas? ¿Crees que esta propuesta te ayudaría a destacar del resto de los artistas?**

Esto si impulsaría la música que uno hace, y si hay un choque que, si yo subo una canción otros 5 artistas también ese día, pero ya depende de uno y ver el mejor momento para publicar una canción, pero a pesar de esto si uso esta herramienta claro que va a destacar es algo que es full nuevo y diferente y esto ayudaría a destacar de los demas.



Img 9

**¿Quieres contar una historia con tus canciones y si es así qué opinas de que esta historia fuera más personal sumergiéndose en una experiencia de realidad virtual?**

Justo ahí entre tu propuesta, que es el uso de la realidad virtual, es en parte como un videoclip, pero llevado a un nivel más allá y es algo que no hay, y es una gran oportunidad para tener más público y conecta con la gente, con esto de la realidad virtual como decías en una canción se puede llegar a contar historias y con lo que tu propones podemos llegar a tener una conexión más profunda con el público, además de que la gente escuche esta canción, se la puede vivir y compartir el sentimiento con el artista.

**¿Cuáles crees que son las mayores ventajas y desventajas que presenta este nuevo formato en comparación con los formatos tradicionales a la hora de transmitir tu arte?**

En cuanto a ventajas, es algo full nuevo e innovador entonces para el artista que use esta herramienta va a captar más público como también el mismo público no apoye el proyecto y pueda que el público no tenga el acceso a esta tecnología para que se metan en este mundo de la realidad virtual, como las gafas o en qué plataforma va a estar el videoclip y otra desventaja es que puede llegar a ser muy costoso y que esto requiera de varias personas.



## 1.5.2 Entrevista a un productor ecuatoriano

Considerando el auge de las plataformas digitales y los nuevos formatos de consumo musical, ¿qué tipo de experiencias crees que pueden buscar los oyentes de música urbana en la actualidad?

En lo personal creo que las personas cuando les gusta una canción la viven, la sienten y creo que las personas sí podrían aceptar este proyecto porque les haría sumergirse en la canción con todas las cosas que propones.

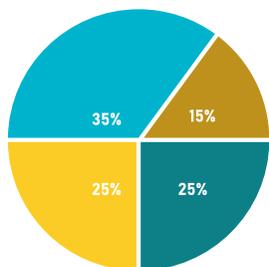


Img 10

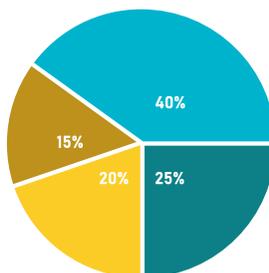
¿Al ser un productor musical piensas que el video o la portada de una canción tiene un gran nivel de importancia, para que el artista llegue a conectar de una mejor manera con sus oyentes?

Yo digo que, sí es importante, el video y la portada son la primera impresión que tienen los oyentes de una canción y pueden marcar la diferencia entre que alguien se queda a escucharla o la cambien.

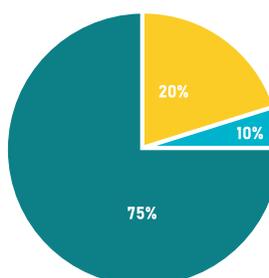
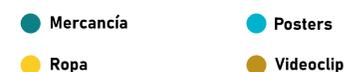
## 1.5.3 Sondeo a oyente del género urbano



Con la gran cantidad de música urbana que se lanza constantemente, ¿te resulta difícil descubrir nuevos artistas o canciones?



Además de la música en sí, ¿qué otros elementos te atraen de un artista urbano?

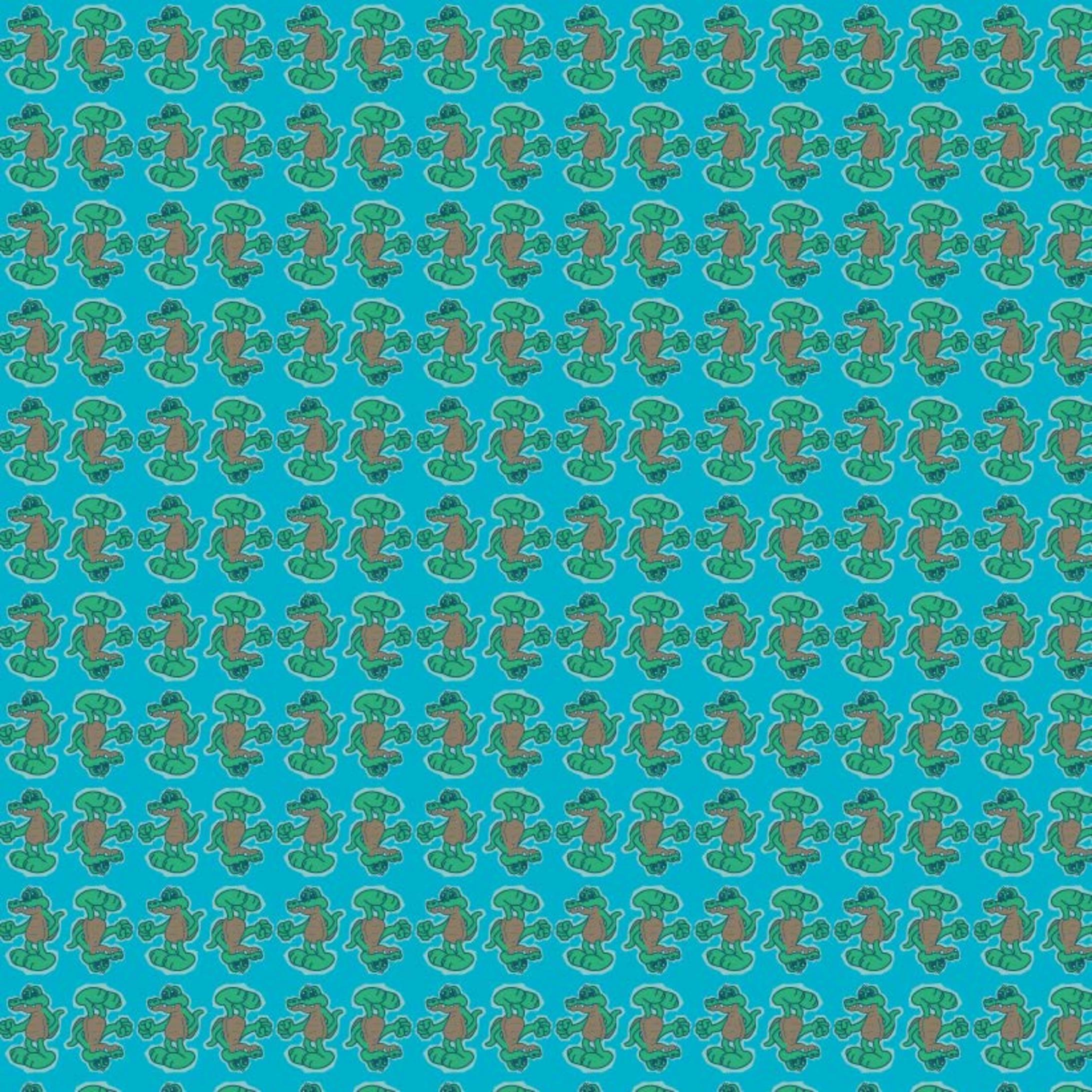


Además de la música en sí, ¿qué otros elementos te atraen de un artista urbano?



Img 11





# 1.6 Análisis de homólogos

## 1.6.1 Homólogos de Forma

Img 12



### Portada de álbum de Sayonara de Álvaro Díaz año 2024

Este proyecto fue realizado por una serie de diseñadores y artistas tales como: Dirección: @alvaritodiaz & @qoison, Artwork: @qoison, Sketching: @kywikiwy, 3D Support: @reygamez9, Mgmt: @nikkiiiij @angelitot @roytroia, A&R Mgmt: @dudafyahbox.]

**Paleta de colores:** la paleta de colores que se usa sobre todo en el cielo es muy importante para entender el contexto de este álbum, su paleta de color que va desde un azul petróleo a un azul rey muestra da a entender que es la hora más oscura de la madrugada, y que el uso en general de la paleta son los colores fríos y cálidos.

**Tipografía:** la tipografía no es el fuerte de la portada ya que las únicas letras que se encuentran en la misma son las que dicen el nombre del álbum, es una tipografía con serifs y está modificada.

**Imágenes y gráficos:** este es el fuerte de la portada ya que se usan diversos elementos 3D, que son característicos del artista, van desde el modelado 3D del artista en sí, como en el diseño del parque temático destruido en sí, se puede apreciar la profundidad de la imagen para entender la jerarquía y las proporciones que son basadas en cómo se vería el parque temático si en realidad existiera, los elementos usados para los juegos del parque, responden a la gráfica que es usada por el artista en varios de sus proyectos, por lo cual esta portada retrata de muy buena manera la esencia del artista Álvaro Díaz.

**Estructura general de la portada** en esta perfectamente organizada, maneja diferentes sentidos de proporción y movimiento que da la sensación de dinamismo, lo que hace que no sea una portada cualquiera, además tiene mensajes para los oyentes y seguidores más fieles del artista que pueden entender perfectamente por qué el parque de diversiones está destruido.



## 1.6.2 Homólogos de Forma

Img 13



### Portada de álbum de Sayonara finales alternos de Álvaro Díaz

Este proyecto fue realizado por una serie de diseñadores y artistas tales como: Dirección: @alvaritodiaz & @qoison, Artwork: @qoison, Sketching: @kywikiwy, 3D Support: @reygamez9, Mgmt: @nikkiij @angelitot @roytroia, A&R Mgmt: @dudafyahbox. |

**Paleta de colores:** la paleta de colores que se usa sobre todo en el cielo es muy importante para entender el contexto de este álbum, su paleta de color va desde los colores amarillos y cálidos hasta los violetas, que son signos de un amanecer.

**Tipografía:** la tipografía no es el fuerte de la portada ya que las únicas letras que se encuentran en la misma son las que dicen el nombre del álbum, es una tipografía con serifs y está modificada.

**Imágenes y gráficos:** los gráficos de esta portada en su mayoría son modelados en 3D, tiene presente el dinamismo en varios objetos que se encuentran en la imagen por ejemplo el fuego, el cocodrilo que está sobrevolando en el fondo y en la misma posición en la que se encuentra el artista, esto da una idea de que se está enfrentado a esta realidad en la que se encuentra el parque de diversiones.

Estructura general de la portada en esta perfectamente organizada, maneja diferentes sentidos de proporción y movimiento que da la sensación de dinamismo, lo que hace que no sea una portada cualquiera, además tiene mensajes para los oyentes y seguidores más fieles del artista que pueden entender perfectamente por qué el parque de diversiones está destruido.

Este homólogo se vincula directamente con el aspecto estético de mi tesis ya que estoy basándome en la línea gráfica que maneja el artista para poder llevar a cabo un videoclip coherente con lo que muestra en sus proyectos.



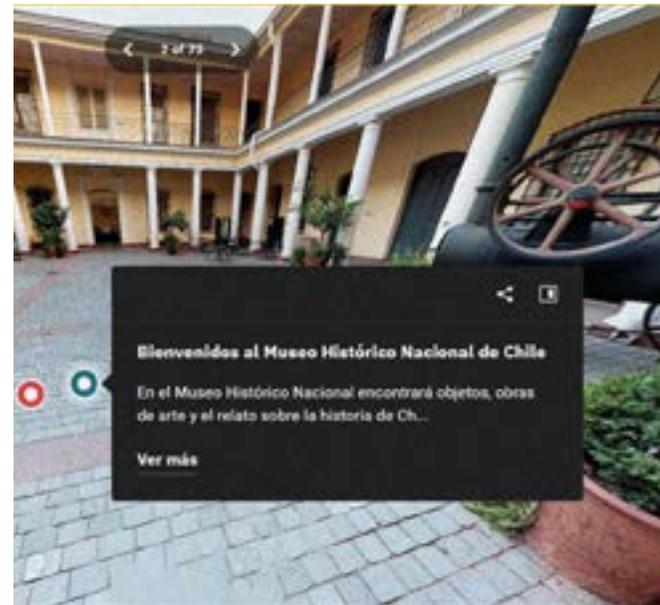
## 1.6.3.Homólogo de función

### Tour virtual 360 grados del museo nacional de Chile

#### Autor: el museo nacional de Chile

El museo nacional de Chile ofrece para todo el mundo una experiencia diferente y poco tradicional que permite a los usuarios explorar el museo desde cualquier parte del mundo, accediendo a sus exhibiciones, salas y objetos históricos a través de su sitio web. Función principal: permitir a cualquier usuario, visitar el museo de forma remota y también ofrece la opción de poder usar las gafas de realidad virtual esto para una experiencia más inmersiva.

Esto tienen mucha relación con mi proyecto ya que quiero que las personas puedan acceder a esta tecnología sin tener muchas restricciones. Navegación: ofrece al usuario una sensación de libertad a siendo el mismo quien decide a que sale quiere visitar y cuáles son obras que quiere conocer a profundidad.



Img 14



Img 15

Este proyecto fue realizado por una serie de diseñadores y artistas tales como: Dirección: @alvaritodiaz & @qoison, Artwork: @qoison, Sketching: @kywikiwy, 3D Support: @reygamez9, Mgmt: @nikkiiiij @angelitot @roytroia, A&R Mgmt: @dudafyahbox.

## 1.6.4.Homólogo de tecnología



Img 16

## Video Tutorial Armar tu cardboard

**A**utor: el museo nacional de Chile

**Tecnología y accesibilidad:** El video muestra la creación de un visor de realidad virtual casero, conocido como Cardboard, utilizando materiales simples y de bajo costo. Esta manera responde a las preguntas del acceso a la tecnología de RV, permitiendo que cualquier persona con un teléfono inteligente y un visor básico pueda experimentar la inmersión en entornos virtuales.

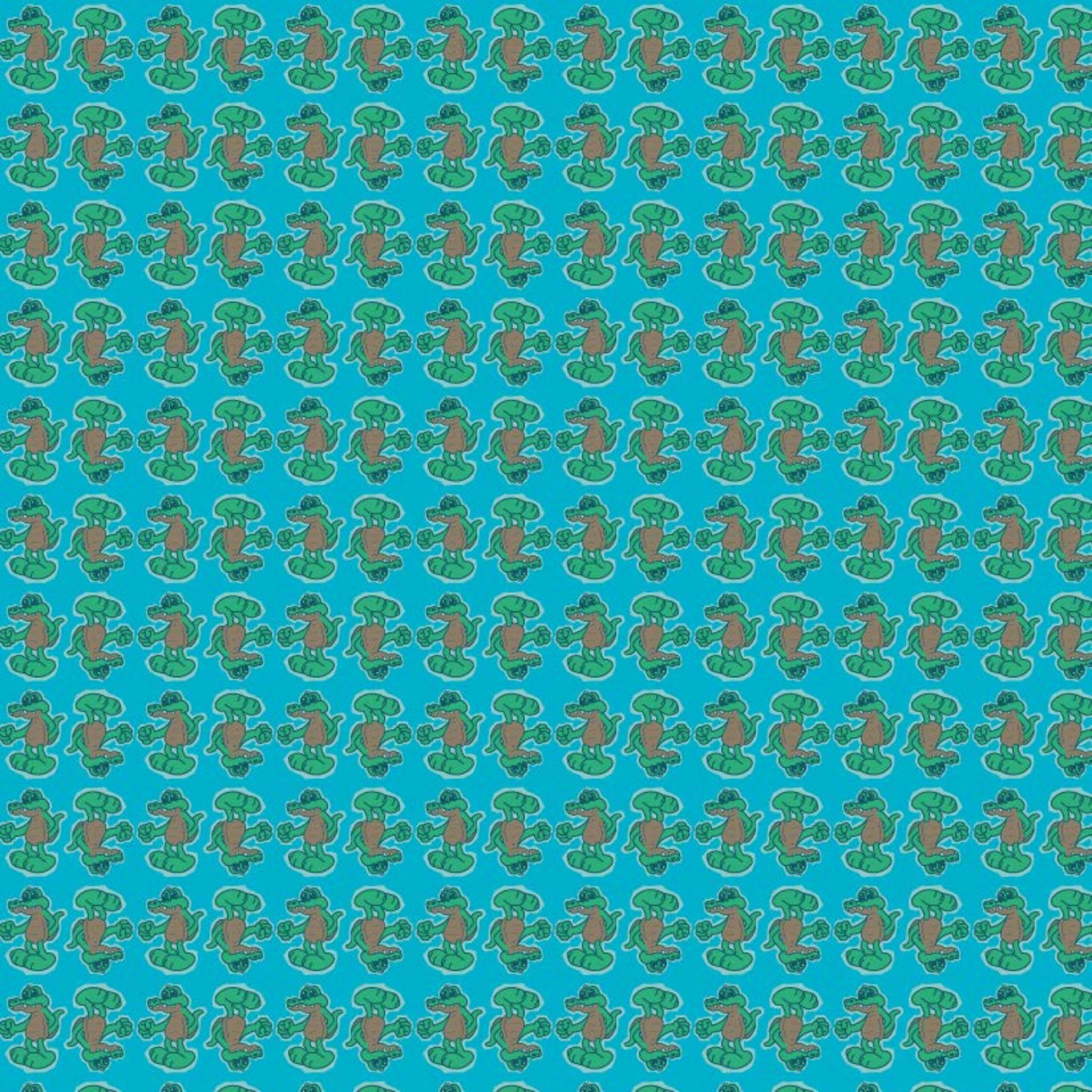


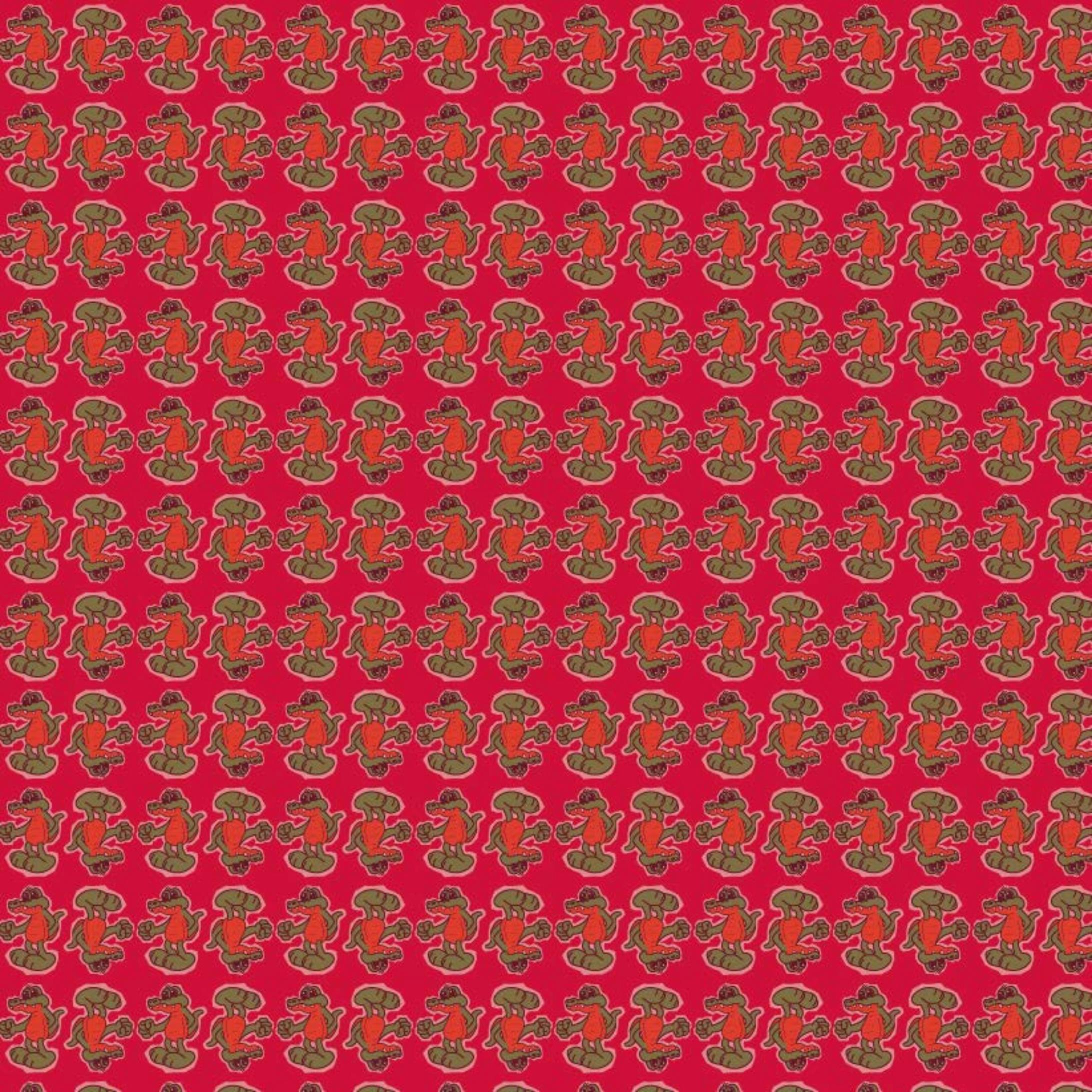
# 1.7 Conclusiones del capítulo

**L**a saturación del mercado musical urbano exige una **reinvención**. Esta primera etapa del proyecto ha evidenciado la saturación del mercado musical urbano mediante las entrevistas y el sondeo se refleja esta realidad, pero también se muestra que hay un interés por el proyecto tanto por el artista, productor y oyentes, que estarían dispuestos a explorar esta propuesta. Por otro lado, el análisis de homólogos profundizó y encaminó la posible resolución a la problemática y las limitantes que enfrenta.

Por lo tanto, este primer capítulo da una buena base para mostrar la viabilidad del proyecto y la aceptación de las partes involucradas. Esta primera etapa del proyecto ha evidenciado la saturación del mercado musical urbano. Mediante las entrevistas y el sondeo, se refleja esta realidad. **Sin embargo, también se muestra un gran interés por el proyecto tanto por parte de artistas, productores y oyentes**, quienes estarían dispuestos a explorar esta propuesta, por otro lado, el análisis de homólogos profundizó y encaminó la posible resolución a la problemática y las soluciones a las limitantes que enfrenta.

Por lo tanto, este primer capítulo **brinda una buena base** para mostrar la viabilidad del proyecto y la aceptación de todas las partes involucradas.





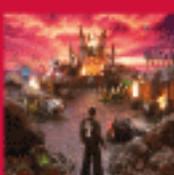
# 2

## CAPÍTULO



# 2.1 ANÁLISIS Y DEFINICIÓN DE LOS USUARIOS

## 2.1.1 Matriz de selección de artistas

ARTISTAS	Popularidad (1-5)	Narrativa del álbum (1-5)	Linea grafica del artista (1-5)	Total
 ASAN	3	4	3	10
 TIAGO PZK	4	4	3	11
 ÁLVARO DÍAZ	5	4	5	14



## 2.1.2 ARTISTA ELEGIDO ÁLVARO DÍAZ

**P**ara entender el por qué se seleccionó a este artista para el proyecto es por los siguientes motivos:

A. El álbum Sayonara fue reconocido por la revista Rolling Stone, como el mejor álbum de música urbana del 2024, esto es importante porque la tesis tiene como propósito la promoción del género urbano y mostrar a sus artistas, fuera de los estereotipos que se tienen hacia ellos y su música.

B. Sayonara maneja un fuerte storytelling en su portada y en el recorrido musical del artista, lo que sirve como un gran punto de partida para la producción de ideas y narrativas, mantenido la visión que tiene el artista de su álbum y como él quiere mostrarse en el mismo.



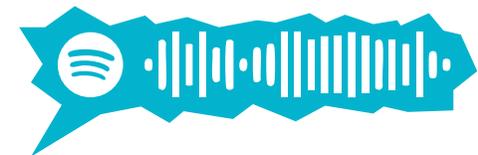
# 2.2 Persona Desing

## ESTEBAN GRESPO

24 AÑOS  
11 FEBRERO  
2001



-MI PLAYLIST -



**E**studiante de Diseño Gráfico y Community Manager freelance, vive en Cuenca-Ecuador y pertenece a la clase media. Es piscis, **soltero**, con una hermana menor y un hermano mayor. Su estilo es moderno, casual y cómodo.

**Valora la independencia**, creatividad, igualdad y amistad. Le apasiona la música urbana (trap, reggaetón, hip hop), especialmente **Álvaro Díaz**, y disfruta dibujar, diseñar ropa, bailar y crear contenido en Instagram y TikTok. Aspira a tener su propia marca de ropa y trabajar como diseñador independiente. Entre sus frustraciones están la falta de oportunidades laborales, la presión social y el deseo de independencia. Prefiere marcas como Nike, Adidas y H&M, y compra influenciado por redes sociales y tendencias.



# 2.3 Mapa de empatía

## ¿Qué piensa y siente?

La música es mi escape. Quiero sentirme conectado con mi artista favorito. La realidad virtual podría hacer que los conciertos sean más accesibles.

## ¿Qué oye?

Opiniones de amigos sobre nuevos artistas. Críticas musicales en redes sociales. Entrevistas a músicos urbanos. Sonidos de la ciudad

## ¿Qué ve?

Videos musicales en alta calidad. Conciertos en vivo por streaming. Influencers de moda y música



## ¿Qué dice y hace?

Quiero sentirme como si estuviera en el escenario con mi artista o en su mundo. Lleno de sus personajes y compartir esos sentimientos con mis amigos

## Esfuerzos

Limitaciones económicas para asistir a conciertos además de la dificultad para conectarse con otros fans de manera profunda y sentimental

## Resultados

Vivir experiencias musicales únicas para escapar de la rutina y conectarse emocionalmente con la música.



# 2.4 Brief producto



Img 17

**A. Descripción General del Producto**  
A. Descripción General del Producto: un video de realidad virtual (VR) que permite a los usuarios sumergirse en una canción del artista Álvaro Díaz. A través de un visor VR y audífonos, los usuarios podrán entrar en el videoclip con el entorno virtual, dentro del cual se podrá observar una historia que respalde y que tenga coherencia con el concepto del álbum y con la letra de la canción.

#### **B. Niveles del producto**

B 1. Producto central: un videoclip con realidad virtual que permitirá a los oyentes colocarse en un recorrido virtual, con apoyo de la canción del artista.  
B 2. Producto real: posible visor VR de cartón personalizable, capaz de proporcionar una experiencia visual y auditiva de alta calidad.

#### **C. Atributos del producto**

C 1. Marca: Se usará en un principio la marca del artista y la gráfica que él plantea para el álbum en sí.  
C 2. Experiencia: una nueva forma de consumir música y aumentar la conexión del artista con su público.  
C 3. Calidad: Elementos en 3D, imágenes y sonido de alta resolución para una experiencia realista.  
C 4. Accesibilidad: Compatible con diferentes dispositivos móviles y accesible para usuarios de todos los niveles.

#### **D. Ventajas competitivas**

D 1. Inmersión total: Una experiencia más allá de lo que ofrecen los conciertos tradicionales o los videos musicales.  
D 2. Interactividad: Permite a los usuarios conectarse de mejor manera con su artista y con otros fans para crear



una comunidad en torno a la música y la marca ¿Al ser un productor musical piensas que el video o la portada de una canción tiene un gran nivel de importancia, para que el artista llegue a conectar de una mejor manera con sus oyentes?

Yo digo que, sí es importante, el video y la portada son la primera impresión que tienen los oyentes de una canción y pueden marcar la diferencia entre que alguien se queda a escucharla o la cambien.

#### **E. Atributos del producto**

E 1. Marca: Se usará en un principio la marca del artista y la gráfica que él plantea para el álbum en sí.

E 2. Experiencia: una nueva forma de consumir música y aumentar la conexión del artista con su público.

E 3. Calidad: Elementos en 3D, imágenes y sonido de alta resolución para una experiencia realista.

E 4. Accesibilidad: Compatible con diferentes dispositivos móviles y accesible para usuarios de todos los niveles.

#### **F. Ventajas competitivas**

F 1. Inmersión total: Una experiencia más allá de lo que ofrecen los conciertos tradicionales o los videos musicales.

F 2. Interactividad: Permite a los usuarios conectarse de mejor manera con su artista y con otros fans para crear una comunidad en torno a la música y la marca ¿Al ser un productor musical piensas que el video o la portada de una canción tiene un gran nivel de importancia, para que el artista llegue a conectar de una mejor manera con sus oyentes?

Yo digo que, sí es importante, el video

y la portada son la primera impresión que tienen los oyentes de una canción y pueden marcar la diferencia entre que alguien se queda a escucharla por completo o la cambien.



# 2.5 Proceso de uso



**VIDEOCLIP VR**

**GAFAS VR**





**AUDÍFONOS**

**REPRODUCIR**



**OBSERVAR**

El proceso de cómo se tendrían **acceso al videoclip** y como se usaría sería de la siguiente manera

1. El videoclip debe ser subido a una plataforma que permita el acceso de varios usuarios.
2. Se colocará el dispositivo móvil en la parte correspondiente del Cardboard
3. Una vez colocadas las gafas el oyente colocará sus auriculares para disfrutar de mejor manera esta experiencia.
4. Después se reproducirá el videoclip de la canción.
5. Y por último se disfrutaría de esta nueva experiencia de reproducción de música.



# 2.6 Definición de contenidos

**L**ínea gráfica: establecer las bases de constantes y variables que se presentan en la marca, los proyectos y las portadas de los últimos lanzamientos del artista. Comprender y crear bocetos a partir de la gráfica que ya está posicionada como del artista y analizar el cómo los oyentes la mantienen presente en su vida cotidiana.

**Narrativa:** seleccionar una canción y comprender a través de la letra de la

canción el sentimiento principal que quiere transmitir el artista y en base a eso crear diferentes narrativas que sirvan como un soporte a la canción, o crear una nueva narrativa con el concepto del álbum y de mi interpretación como oyente.

**Ilustrar y modelar en 3D:** Se usarán los programas Adobe Illustrator y Blender ya que mi proyecto cuenta con la realidad virtual, es necesario llevar la narrativa seleccionada a un formato audiovisual a través de ilustraciones, renders de los personajes, renders del entorno, texturas y animaciones. Esto ayudará a profundizar en la narrativa seleccionada.

**Renderizar:** Se usará el programa Blender para poder desarrollar esta parte del proyecto, para este punto la narrativa y el estilo de animación y producción ya serán apro-

Img 18



bados y se podrá seguir con la parte de la animación de cámara, y se realizarán los siguientes pasos:

- 1.Pruebas de animación: Realización de varias versiones de la animación, ajustando la velocidad, los ángulos de cámara y los efectos visuales.
- 2.Renderizado final: Exportación del proyecto en alta calidad, asegurando que los colores, las texturas y las animaciones sean coherentes con la narrativa y la estética del artista.

**Audio inmersivo:** sin duda el proyecto no sería completamente inmersivo si no se cuenta con el audio adecuado para sumergir a los oyentes en el entorno del videoclip y el sentimiento del artista.

- 1.Spatial audio: Uso de tecnología de audio espacial para que los sonidos parezcan provenir de diferentes direcciones, creando una sensación de profundidad y realismo.

# 2.7 Hoja de ruta

El calendario que se planea usar para el correcto planteamiento del proyecto es de la siguiente manera:

## Febrero

En la primera semana se planea ya tener definido el artista, su canción y tener bien clara la estética que él quiere representar en su canción, mediante la creación de bocetos y pequeños acercamientos a la gráfica del cantante. continuando con el proceso de bocetaje se tendrán en cuenta el proceso de la narrativa de la canción, para así mismo crear un animatic o algo similar que nos dé el primer vistazo a como se esta interpretando la gráfica y la narrativa y para la última semana de este mes se realizará el primer modelado de un elemento de importancia en el proceso de producción del proyecto final.

## Marzo

Para este mes ya tendría muy claro el enfoque y la narrativa del proyecto y empezaría con los primero modelados de los elementos que compongan sean necesarios para la narrativa de esa historia, de igual manera continuaría con el proceso de los primeros renders, pruebas de iluminación, texturizado de elementos.

## Abril

Para este mes se darían los últimos detalles y ajustes para el render terminado del proyecto en sí, como este proyecto se va a realizar en blender después del render final comenzaría con el proceso de construcción del video en 360 grados para la realidad virtual.

## Mayo

Por último en este mes se continuaría con la producción del videoclip y además se comenzaría a trabajar

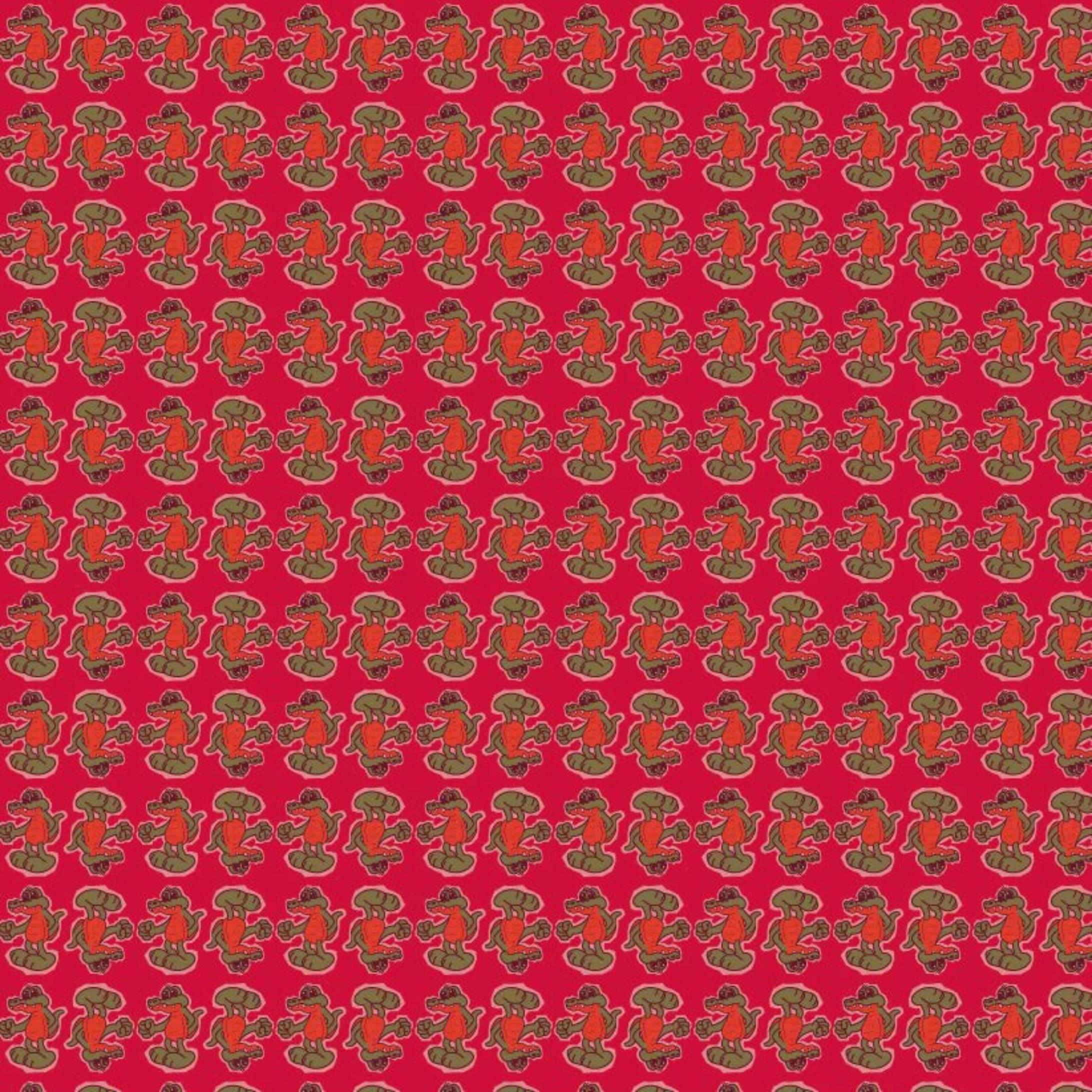
ACTIVIDADES	ENERO	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO	
	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2
Investigación	X														
Definir artista	X														
Contextualización	X	X													
Bocetos		X	X	X											
Modelado					X	X	X	X	X						
Primeros renders								X	X	X	X				
Render final												X	X		
Audio inmersivo													X	X	
Producto final														X	X

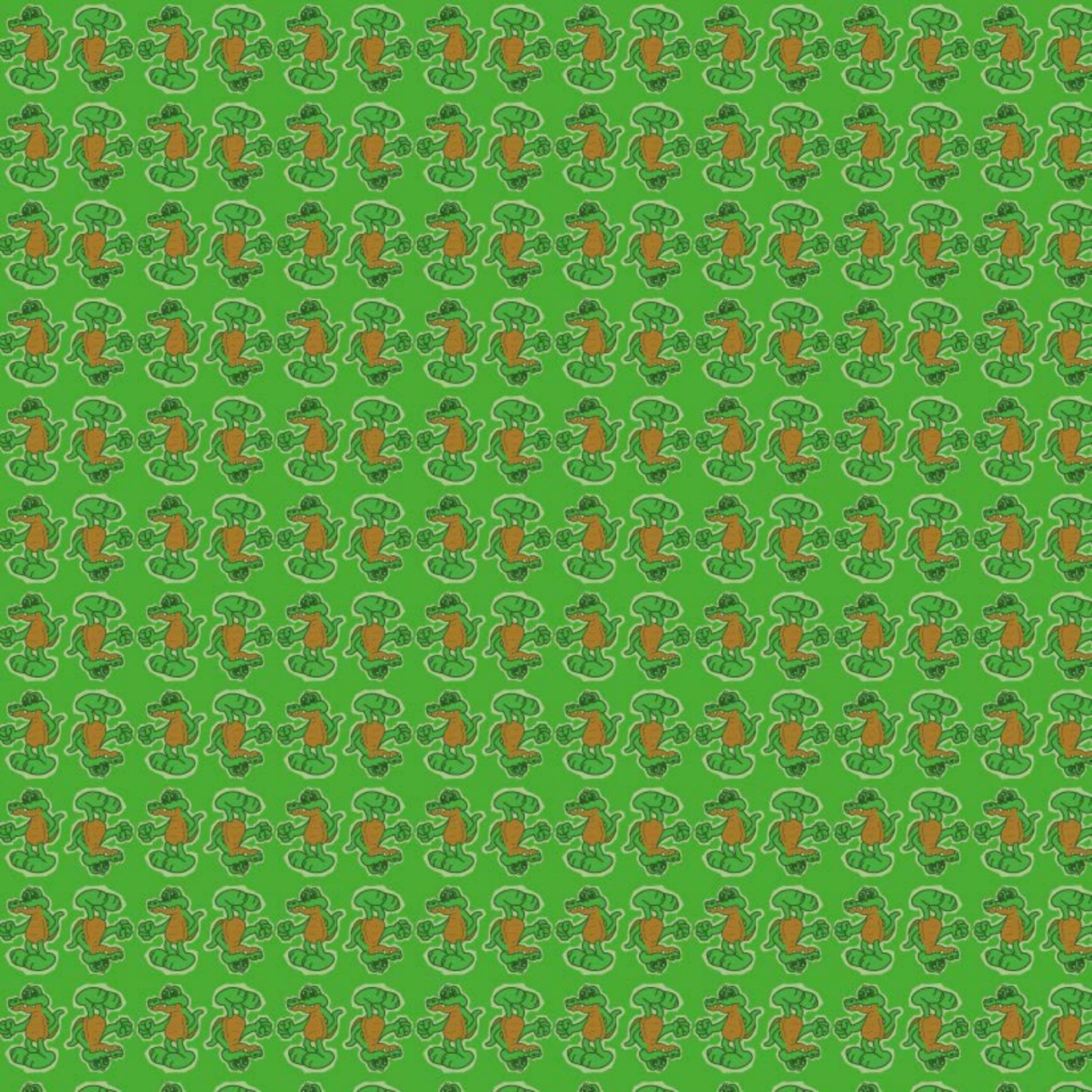


# 2.8 Conclusiones del capítulo

Podemos evidenciar que la propuesta de del diseño gráfico aplicado a una experiencia de realidad virtual para la presentación de música del género urbano, podría llegar a tener un gran impacto en ellos oyentes del artista seleccionado Álvaro Díaz y su álbum sayonara, ya que se podría usar como un puente de conexión profunda con sus oyentes y fanáticos de todo el mundo. A través de los análisis a la línea gráfica y el concepto del álbum podemos evidenciar las necesidades y características generales de su público objetivo, si no un buen punto ya que la marca del artista ya tiene un cierto posicionamiento en la mente de sus oyentes.

Este proyecto no solo busca innovar en la forma en que se consume la música urbana, sino que también se podría reinventar el rol de un diseñador gráfico dentro de la industria musicales, y más en los diferentes géneros musicales que existen en el mundo





# 3

**CAPÍTULO**



# 3.1 Sistemas de diseño

## 3.1.1 Formal

El Sistema de Diseño Formal se define por la línea gráfica única del artista y el concepto visual del **álbum "Sayonara"**. Esta línea gráfica se construye a partir de una combinación de tipografía, colores y composiciones que buscan transmitir la esencia rebelde del artista. En el caso de la tipografía, se eligieron fuentes como Montserrat, una tipografía moderna y funcional, y Recoleta, que aporta un aire nostálgico y cultural. El uso de paletas cromáticas cálidas con tonos **rojo, verde, celeste, naranja y amarillo** hace referencia a los colores de las portadas de **musica del artista**, creando una conexión visual con el mismo.

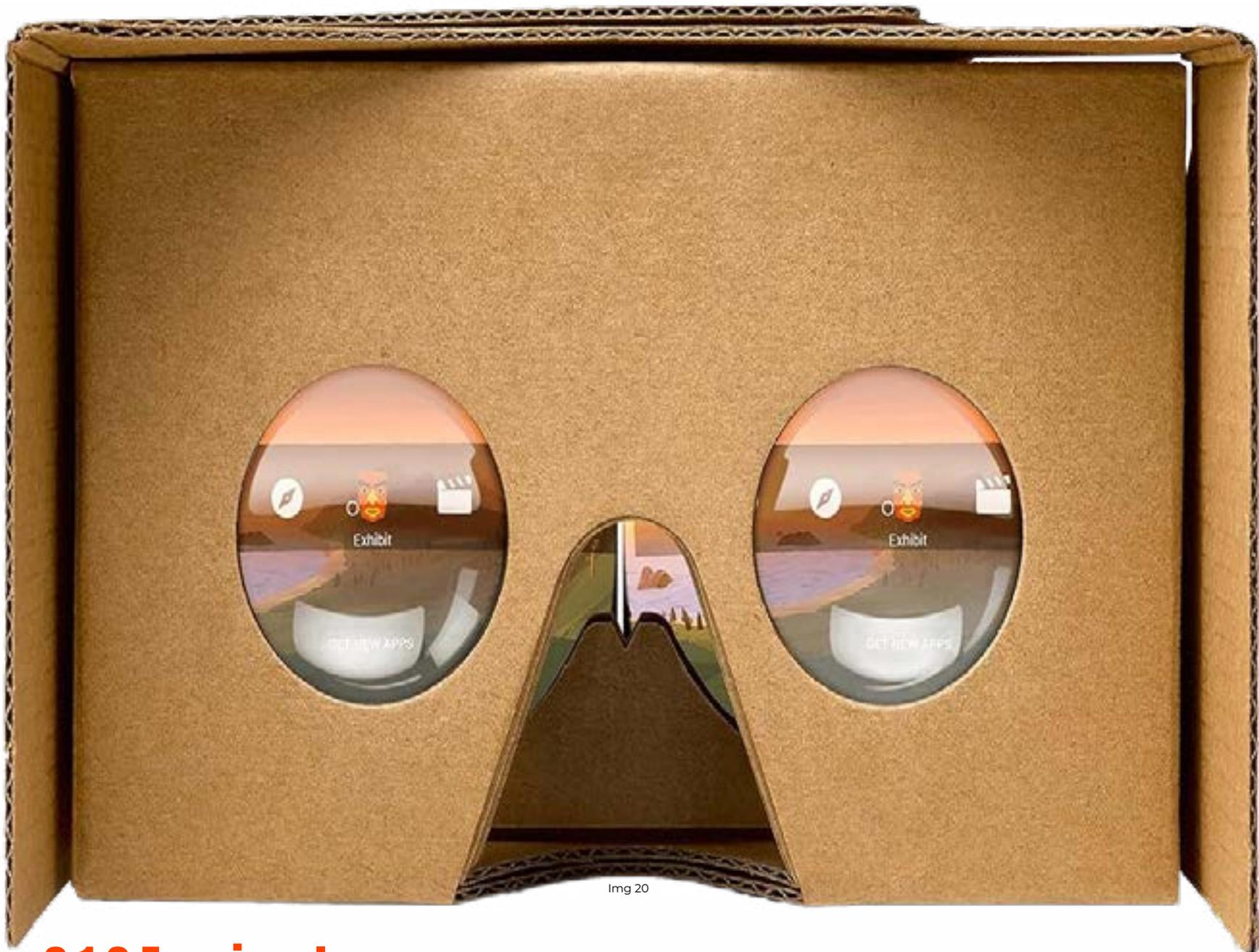
El estilo visual del sistema formal de "Sayonara" también integra elementos de retro, evocando un estilo cercano a un mundo **post apocalíptico**. Este enfoque da lugar a una propuesta gráfica que refleja tanto la naturaleza del artista como la de su música, creando una **narrativa visual** que acompaña a la música a lo largo de todo el proyecto. A través de este sistema, se establece un vínculo emocional con la audiencia, invitándola a sumergirse en la experiencia **sonora y visual**.



Img 19







Img 20

### 3.1.2 Funcional

El Sistema de Diseño Funcional está inspirado en la propuesta de **Google Cardboard**, una plataforma tecnológica que introduce una nueva forma de interactuar con la realidad virtual. Siguiendo este enfoque, la funcionalidad del diseño no solo radica en lo estéticamente atractivo, sino también en cómo facilita la experiencia del usuario. En este caso, se hace uso de la realidad virtual para **promover la música** del álbum Sayonara, permitiendo que

los usuarios se adentren en un entorno inmersivo que recrea las experiencias visuales y sonoras del artista. **La estructura funcional** de este diseño se centra en la accesibilidad y la interacción del usuario. Se busca que cualquier persona, sin importar su familiaridad con la tecnología, pueda disfrutar de la experiencia de manera sencilla y directa. Al igual que el Google Cardboard, el diseño debe **ser adaptable, sencillo de usar** y maximizar el impac-

to de la experiencia en función de las herramientas disponibles. Este sistema funcional tiene como objetivo principal la facilidad de uso, permitiendo a los usuarios conectar emocionalmente con la música y la cultura del artista a través de una **nueva plataforma inmersiva y envolvente**.

## 3.1.3 Tecnología

El Sistema de Diseño Tecnológico se apoya en una serie de herramientas digitales avanzadas para crear una experiencia inmersiva y visualmente impactante. Aplicaciones como **Runaway.ai, Adobe After Effects, Element 3D, Blender, Freepik, Photoshop e Illustrator** forman la base tecnológica de este proyecto.

Runaway.ai se utiliza para la inteligencia artificial que potencia la interacción y personalización de la experiencia, permitiendo una conexión más directa con el usuario. **After Effects y Element 3D** trabajan en conjunto para crear animaciones tridimensionales y efectos visuales, dando vida a las texturas y elementos gráficos que componen el universo visual del álbum. **Blender es fundamental para la creación de elementos 3D detallados**, mientras que Freepik ofrece una amplia variedad de recursos gráficos que enriquecen el diseño visual del proyecto.

Finalmente, las herramientas clásicas de diseño gráfico como **Photoshop e Illustrator** son esenciales para la creación y manipulación de las imágenes y los vectores que componen los carteles, portadas y otros elementos promocionales del álbum. La integración de estas aplicaciones permite desarrollar un diseño cohesivo que no solo sea atractivo, sino que también aproveche la última tecnología para ofrecer una **experiencia visual moderna, fluida y emocionalmente conectada con el oyente.**



# 3.2 10 Primeras ideas



## Álvaro

Parque/ Pareja de ancianos/ Nunca conto/ Caso con otro/ Carta/ Render 360



## New era

Parque/ Padre e hijo/ Disfrutan/ Visiones del hijo/ Falleció/ Esposa lo encuentra/ Unity



## GOGO

Parque / Goco y Coca / Otro cocodrilo / ¿Qué pasaría si?/ Nuevo día / Blender 360



## Mi cuarto mi concierto

Cuarto/ Goco y Coca/ 2D/ Viaje en el tiempo/ Flores/ Comida/ Presente fina nunca cambia pp móvi



## Portada

Portada/ David y María/ Otra chica/ No son sus hijos/ Yo lo amo a él/ Canvas



## Álvarito y yo

Goncierto/ Usuario/ Chic@/ Recorrido/ Música de fondo/ Desaparece/ Llega al frente/ Parte del camino/ Blender 360



## 360°

Guenca/ Mauro y Emilia/ Caminos separados/ Amor fugaz/ Ilusión / Grabado en 360



## Video mapping

Habitación/ Álvaro/ Show por las paredes 2D/ 2 enamorados/ Fotografías/ No terminan juntos/ Múltiples videos



## Fusión

Casa en Guenca/ Valeria Vive sola/ Visiones de su ex/ Nuevo mundo/ Grabado en 360 e ilustrado



## Grafiti

Video clip/ Tipografía/ Estilo grafiti/ Letra de la canción/ Motion graphics/ Cromática/ After Effects



El método que se usó para la generación de las ideas fue el método **SCAMPER** que es un acrónimo de sustituir, combinar, adaptar, modificar, proponer, eliminar y reordenar.

-DESCUBRE-



# 3.3 Ideas finalistas

Estas tres ideas fueron seleccionadas como **finalistas**, ya que todas fueron calificadas con un ranking de 3 estrellas. Los criterios utilizados para evaluar las demás ideas fueron: **fidelidad al artista, economía, tiempo y si la idea cumplía con los objetivos planteados en el proyecto.**



Img 21



Una pareja de ancianos se encuentra en un parque de diversiones y pasa todo el día en un entorno lleno de felicidad. Sin embargo, al caer la noche, el protagonista se da cuenta de que la pareja nunca se casó ni vivió junta, y que solo fue un **amor de verano**.



Img 22



Valeria, una joven que **vive sola** en la casa donde antes vivía con su pareja, se ve atormentada por los recuerdos de esa vida compartida. Estos recuerdos se manifiestan en forma de visiones y criaturas animadas que lentamente la llevan a perder el control.



Img 23



Coco se encuentra en una **Felicilandia** destruida, donde solo puede ver los recuerdos y deseos de la vida que quiso vivir con Coca. Todo esto se observa mientras recorre los pasillos del castillo de Álvaro Díaz, terminando con la portada del álbum Sayonara y mostrando finales alternativos.

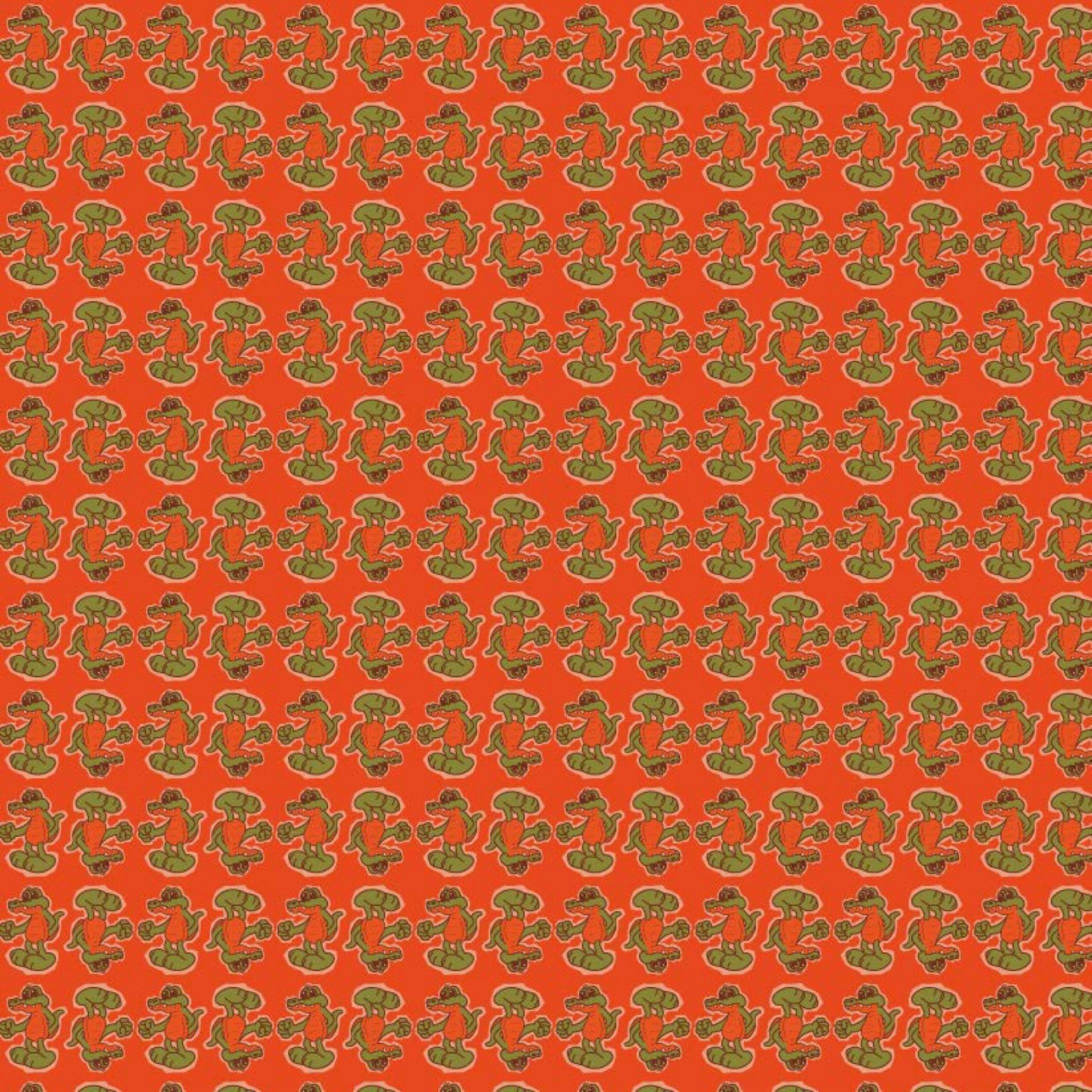


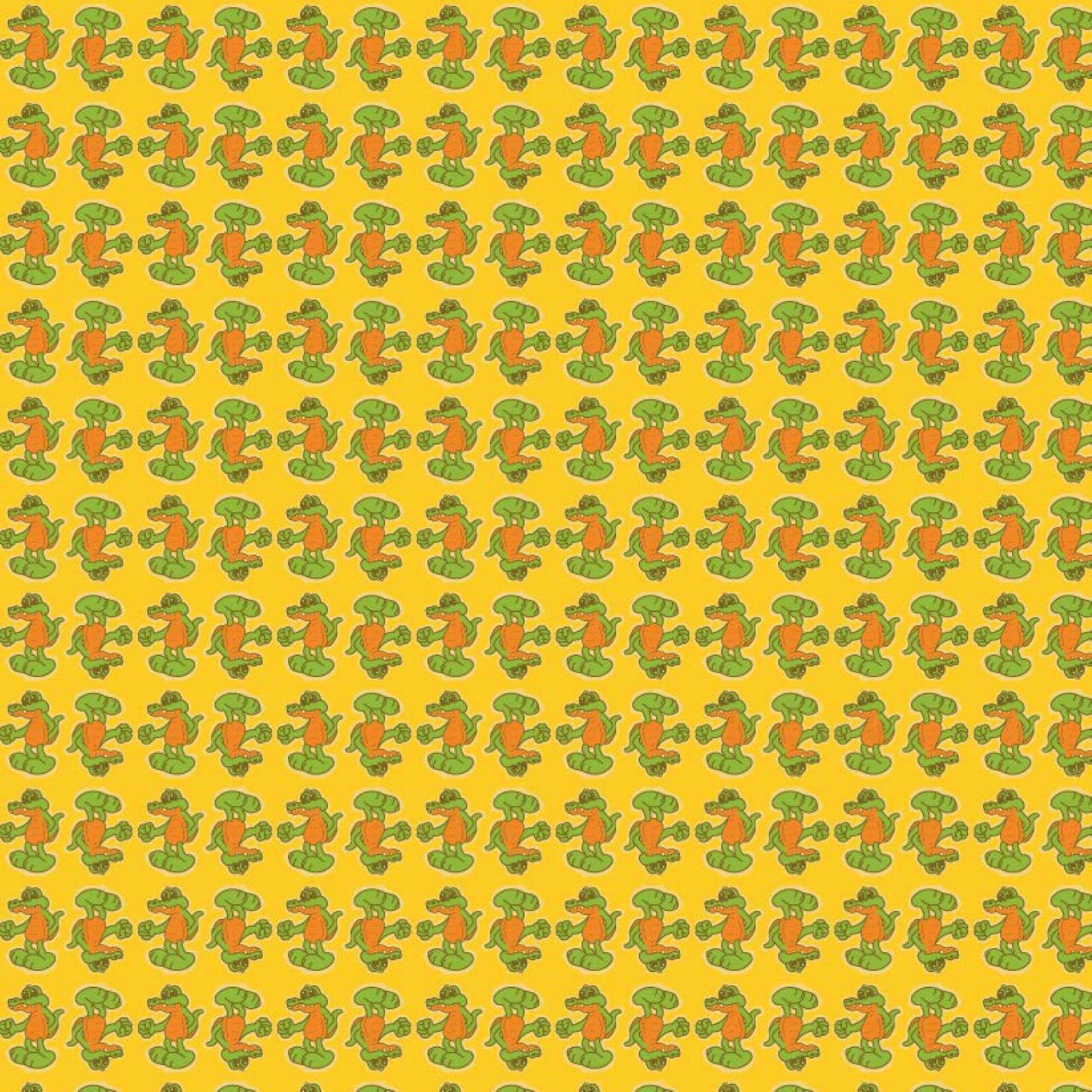


## 3.4 Idea ganadora

La idea “El Recuerdo de Coco” destaca por su fidelidad al estilo de Álvaro Díaz y por transmitir de forma única la emoción y nostalgia del álbum Sayonara, mediante una ambientación en una Felicidad destruida. Utiliza un entorno 3D surrealista que representa recuerdos y deseos no cumplidos, complementando el tono melancólico del artista. Esta propuesta combina eficiencia económica, ya que aprovecha renders 3D y materiales visuales ya existentes, con viabilidad técnica y tiempos de producción razonables. Además, **cumple con los objetivos del proyecto** al ofrecer una experiencia inmersiva e interactiva que conecta emocionalmente con el público, generando un fuerte impacto visual y afectivo que refuerza el vínculo con los fans y aporta originalidad a la presentación del álbum.







# 4

## CAPÍTULO



# 4.1 Bocetación

## 4.1.1 Guion del videoclip

El prototipo del videoclip está pensado para comenzar en el minuto **2:00 de la canción JPN, del álbum Sayonara: Finales Alternos**. Partiremos desde el centro del parque de diversiones, de noche, tal como aparece en la portada, donde veremos a Coca. A los pocos segundos, ella desaparecerá y nos trasladaremos a la puerta del castillo. Una luz cegadora saldrá al abrirse las puertas, dando paso al ingreso al castillo. En primera instancia, aparecerán cuadros que muestran ilustraciones de Coco y Coca en diferentes situaciones. Al llegar al final del pasillo, se abrirá la puerta del salón del trono, donde escucharemos una frase dicha por el mismo artista. Cuando termine de hablar, saldremos de espaldas por el mismo pasillo por el que entramos. A través de las ventanas se verá que está amaneciendo, y en los cuadros que antes mostraban a **Coco y Coca**, ahora aparecerá ella con otro cocodrilo. Finalmente, regresaremos a las afueras del castillo, y lo último que veremos será la portada del álbum Sayonara: Finales Alternos.

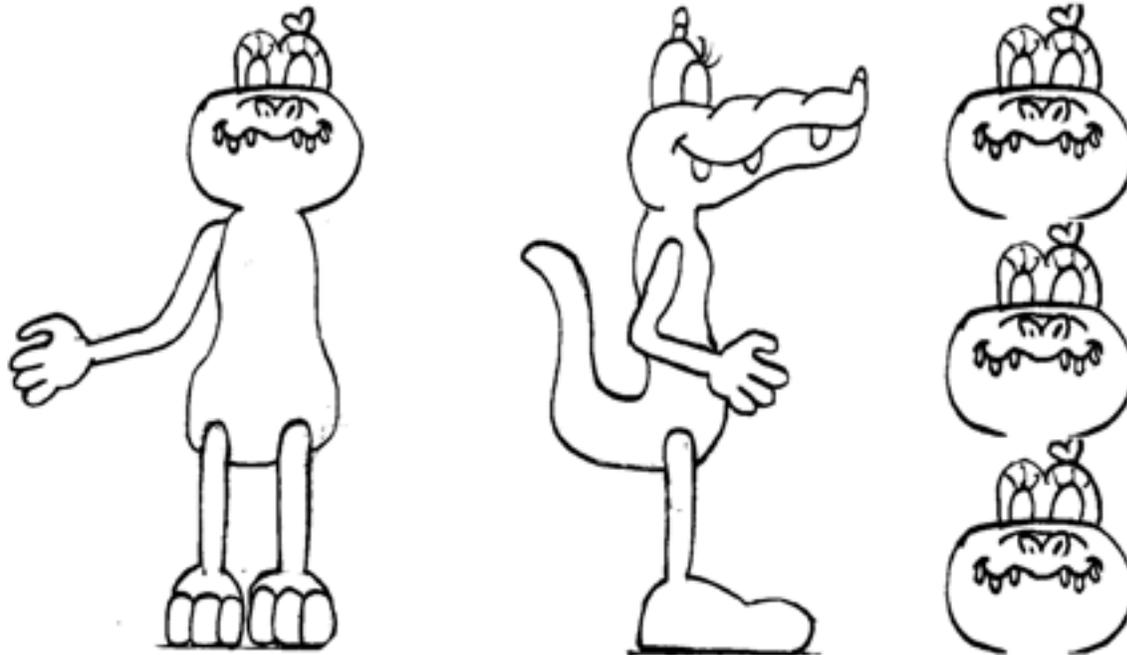


Img 24

## 4.1.2 Creación de storyboard

El primer boceto fue mejorado con la inteligencia artificial gratuita de ChatGPT. **El prompt detallado** para la obtención de esta imagen fue: A cinematic black-and-white pencil sketch storyboard, six frames arranged in two rows. Frame 1: a smiling cartoon crocodile character wearing a crown in front of a large gothic-style castle during the day. Frame 2: close-up of the castle entrance with gothic arches and glowing light inside. Frame 3: a dark hallway with gothic arches and two framed portraits of a crocodile couple hanging on the walls. Frame 4: an empty throne in a spotlight inside a dimly lit gothic throne room. Frame 5: same hallway now showing portraits of the female crocodile with a different male crocodile. Frame 6: an outside view at dawn, showing a ruined village with broken carts and rocks, with the castle in the background. Hand-drawn, sketchy pencil shading, dramatic lighting, moody atmosphere.

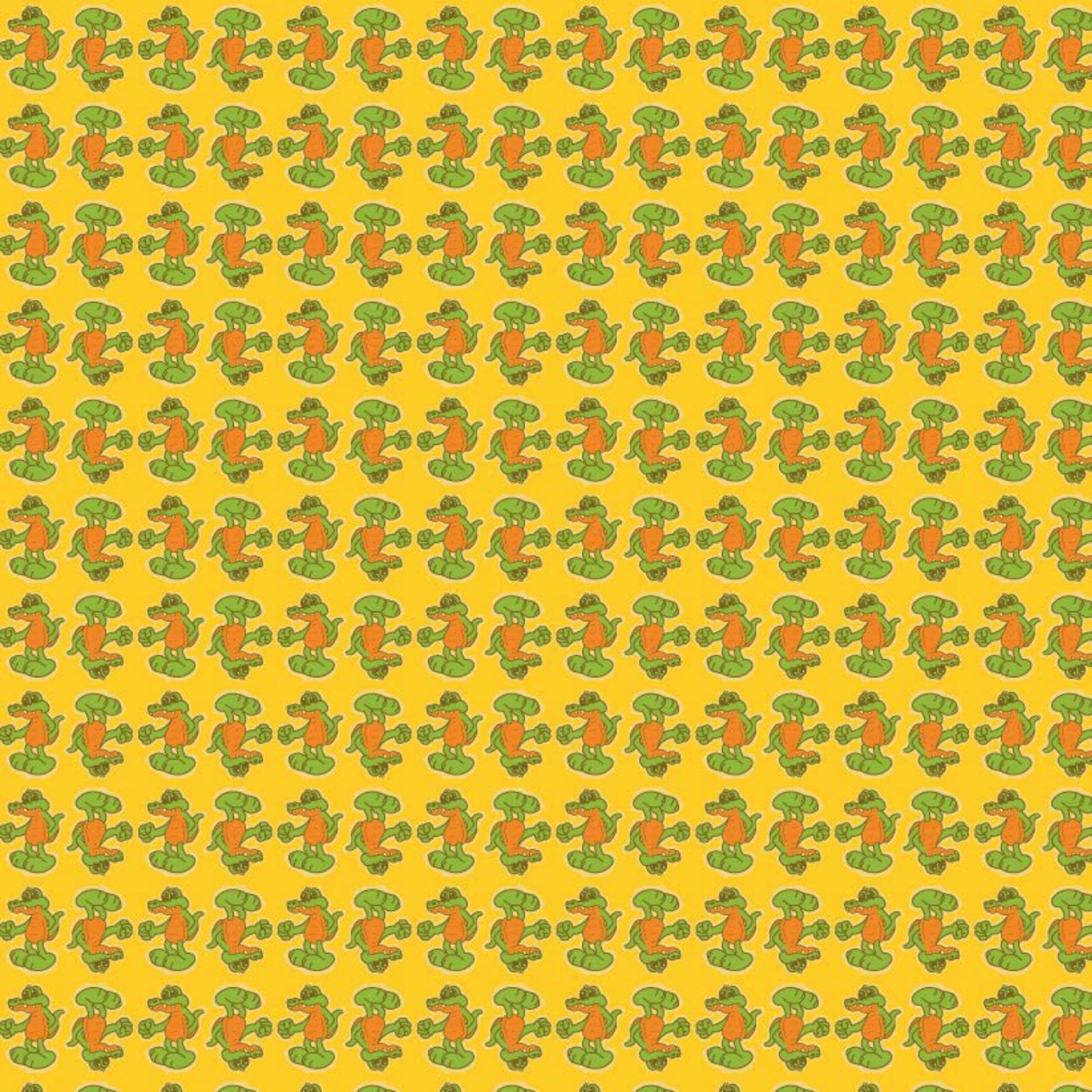
## 4.1.3 Boceto de Coca

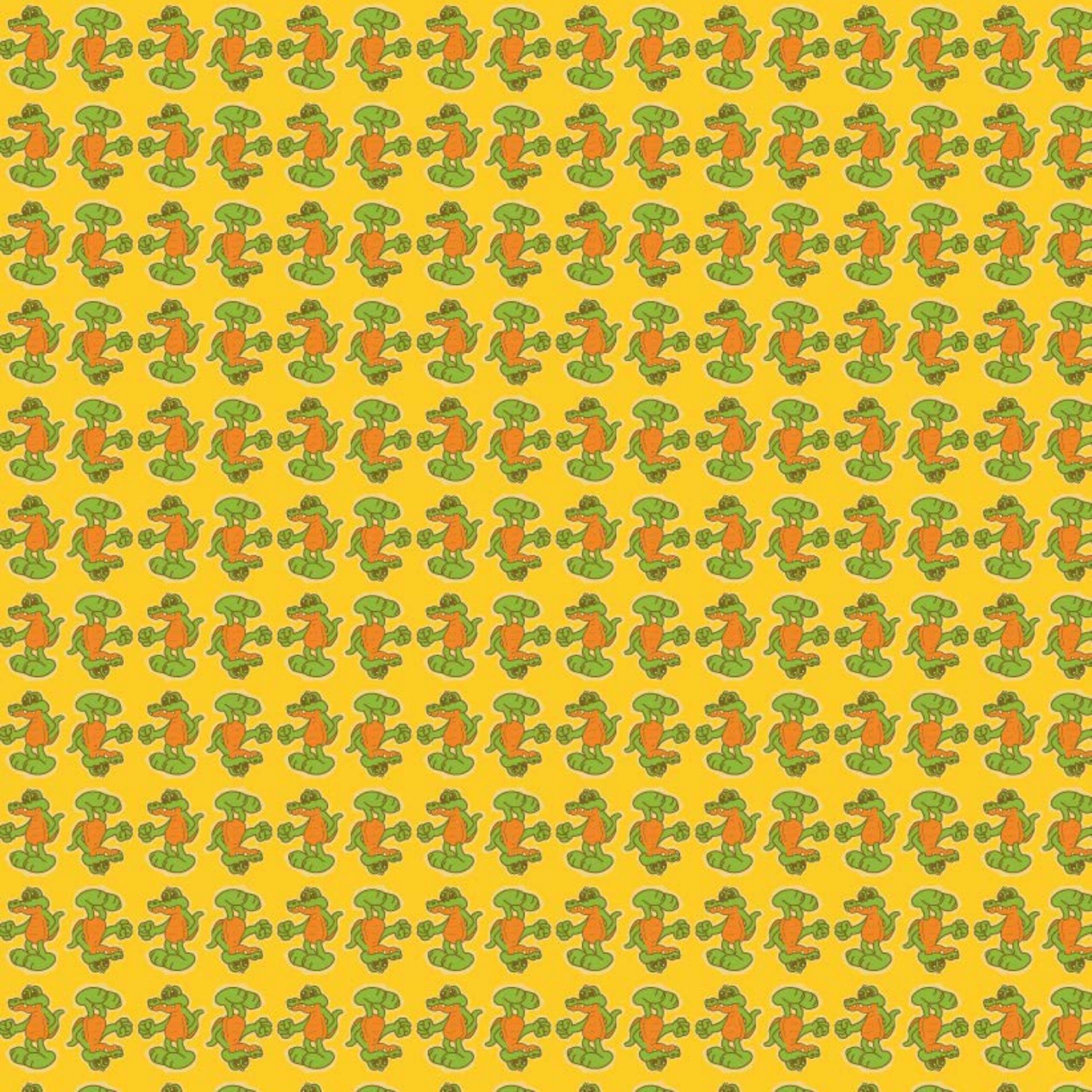


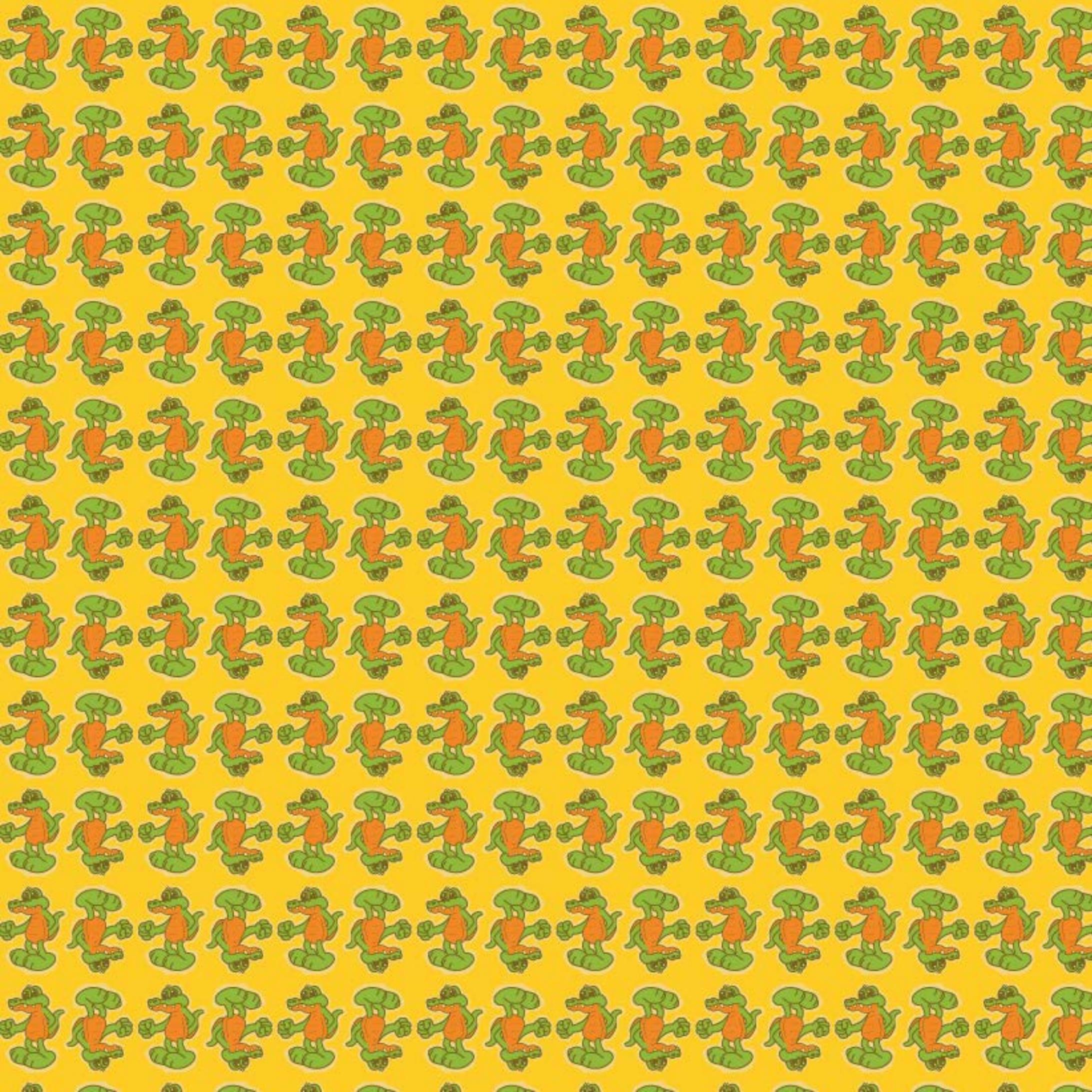
Img 25

Se optó por modelar a Coca para poder **realizar el videoclip**. Ella está directamente basada en las ilustraciones compartidas por el mismo artista. Coca fue popularizada en el álbum Fellicilandia de Álvaro Díaz.



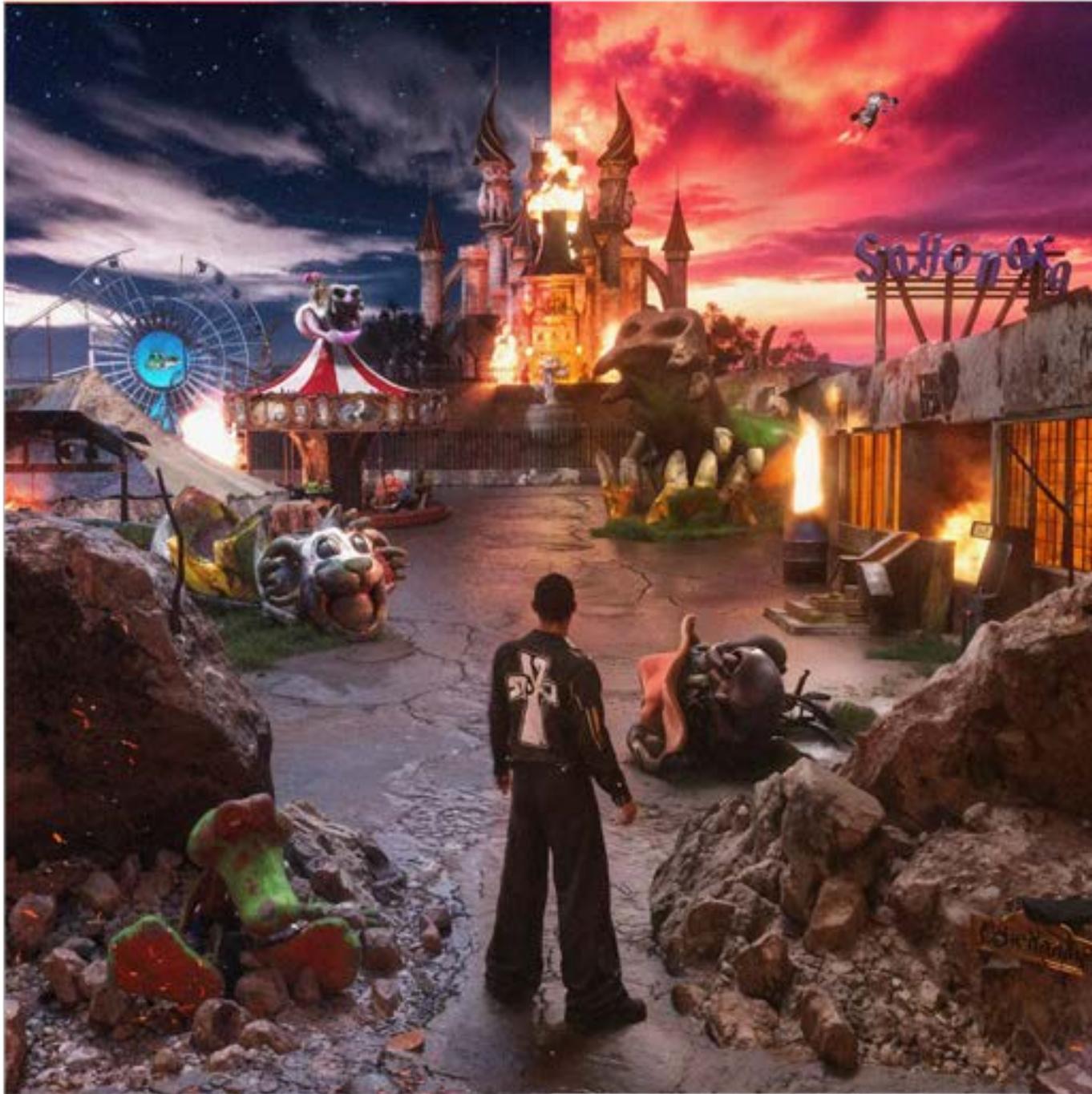






# 4.2 Desarrollo de sistema gráfico

Como el diseño está basado en la portada del álbum Sayonara, todo el crédito corresponde al diseñador a cargo, Qoison, así como al equipo de trabajo del artista. Dicho esto, el sistema gráfico está representado de la manera más fiel posible al estilo original, tomando en cuenta las dimensiones del proyecto.



## 4.2.1 Modelado del personaje

El proceso de modelado de Coca consta de diversas etapas, las cuales se pueden apreciar en la imagen, tomando en cuenta los bocetos previos a su realización.

**PASO #1**



**PASO #1**

**PASO #3**





**PASO #4**



**PASO #5**



## 4.2.2 Elementos adicionales

Estos elementos fueron descargados desde **Envato** y se adaptaron a la temática del artista.



Img 27



## 4.2.3 Creación de entornos virtuales

Estas imágenes fueron **obtenidas de manera gratuita** en diversas plataformas y pasaron por un proceso de adaptación de formatos para ajustarse correctamente al entorno 360°. En algunos casos, fue necesario expandir las imágenes, y estas fueron tratadas con Photoshop y su inteligencia artificial.



Img 30



Img 28



Img 29



Img 31



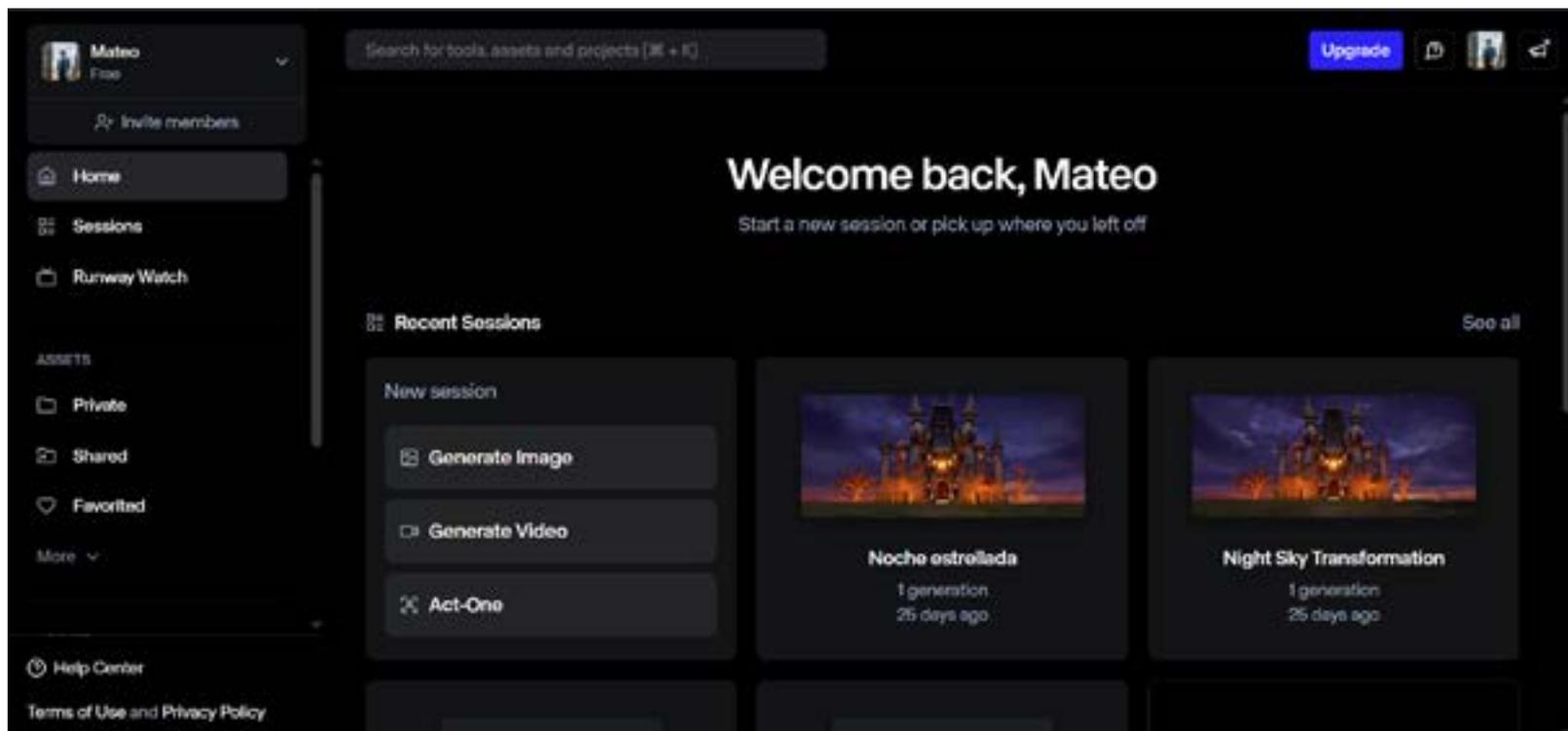
## **4.3 Desarrollo de aplicaciones gráficas**



## 4.3.1 Creación del videoclip

La creación del videoclip se dividió en dos procesos. El primero consistió en generar videos a partir de las imágenes previamente explicadas. Estas se llevaron a la IA Runway para su edición mediante prompts como, por ejemplo:

“Acerca la cámara a la puerta principal, espera 3 segundos, abre las puertas y emite una luz de color amarillo saliendo de ellas.”



Img 32



## 4.3.2 Producto final

El producto final está compuesto por los videos y elementos 3D añadidos mediante el uso del plugin Video Copilot, disponible para After Effects.  
Para más detalles, escanear esto códigos QR

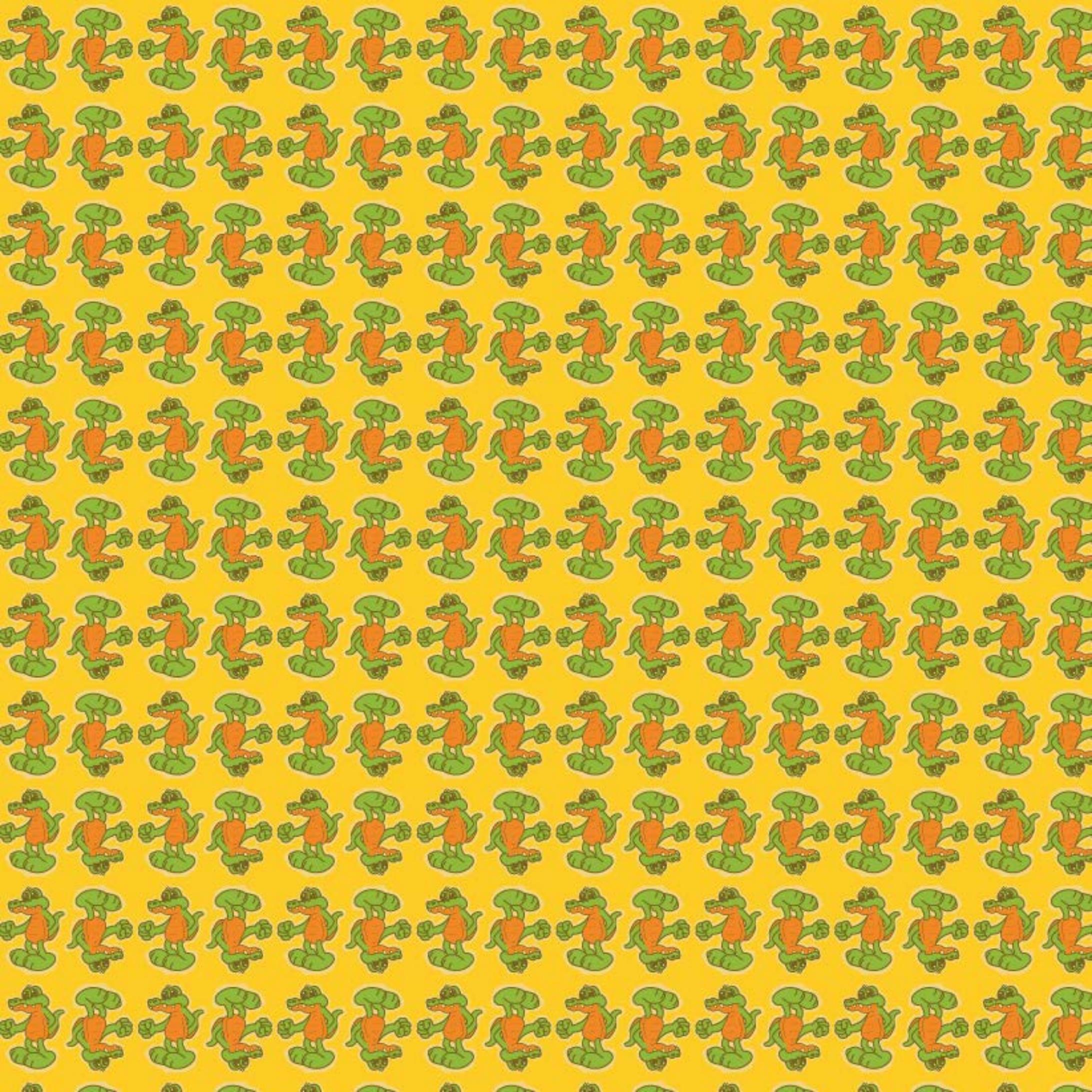


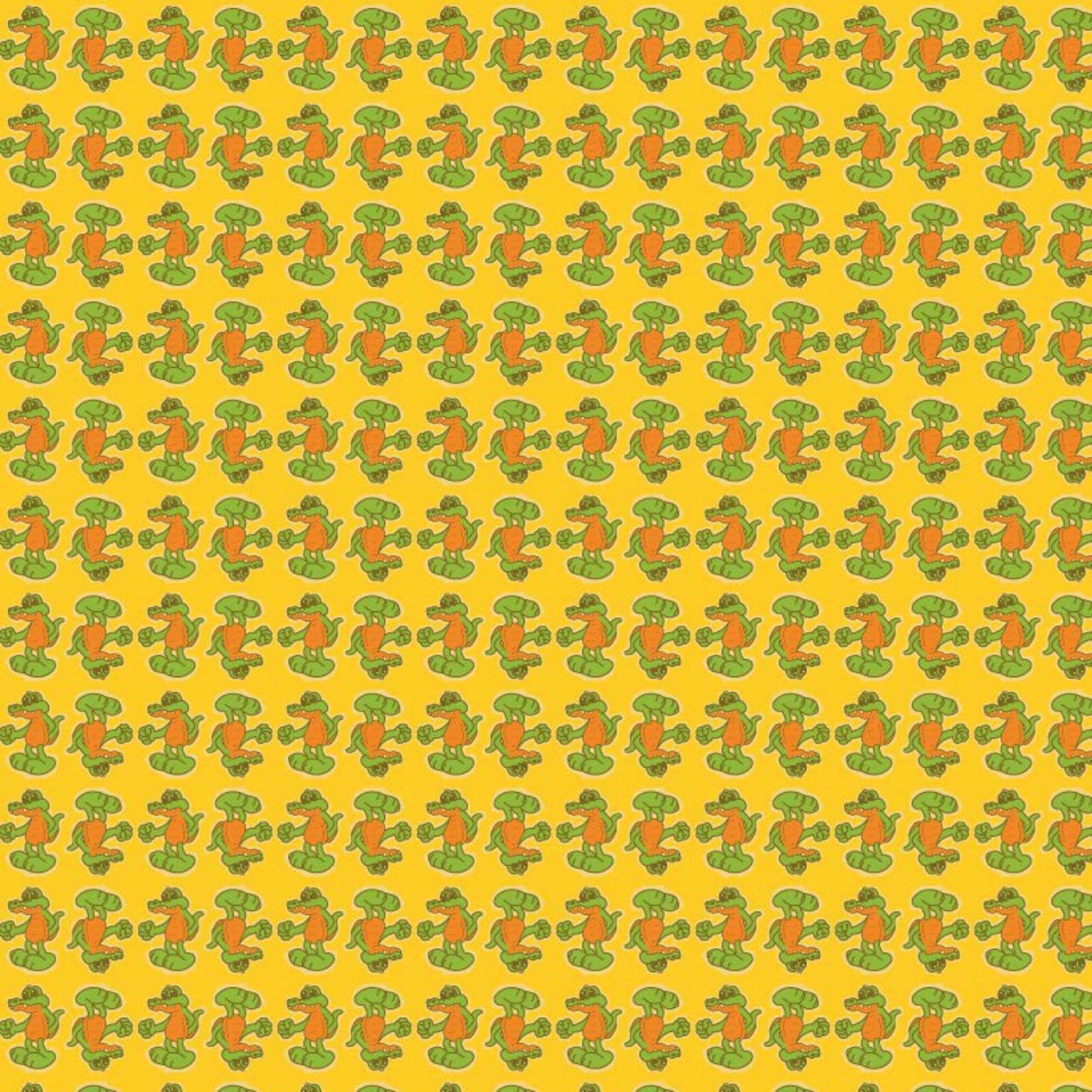
**PDF INTERACTIVO**



**VIDEOCLIP VR**







# 4.4 Conclusiones y Recomendaciones

Este proyecto representó una oportunidad significativa para repensar el rol del diseño gráfico en un contexto contemporáneo, donde las formas tradicionales de comunicación visual ya no son suficientes para destacar en una industria saturada como la musical. A lo largo del proceso se pudo evidenciar que el diseño, más allá de su función estética, puede convertirse en un puente emocional y narrativo entre el artista y su audiencia. La realidad virtual, como recurso emergente, permitió transformar la experiencia de consumo musical en algo más inmersivo, sensorial y personal.

Esta tesis no solo me permitió aplicar conocimientos técnicos y teóricos adquiridos durante la carrera, sino también desarrollar una propuesta que plantea una evolución en la manera de entender el diseño.



# 4.5 Bibliografía

Bermejo Segó, L. D. (2024). Diseño de estrategias de branding para bandas musicales de la ciudad de Cuenca. Universidad del Azuay.

Bernal Chiqueu, E. G. (2014). Diseño de la imagen gráfica para el álbum musical, de la banda folclórica "Alma del Sur". Universidad de Cuenca.

Epic Games. (2017). Fornite. Epic Games.

Espinoza Castillo. (2019). Preferencia y evaluación de la música urbana en jóvenes de 5to de secundaria del Colegio El Milagro 3051 en el distrito de Independencia Lima. Universidad César Vallejo.

Gama, M. (2023). Creación y desarrollo de una identidad visual para un festival musical. Universidad Obrerta de Cataluña.

Revista Gráfica 34 – El Diseño en la Música. (2024). Gráfica. Recuperado 3 de febrero de 2025, de <https://grafica.info/tienda/revista-graffica-34-musica/>

Levis, D. (2006). ¿Qué es la realidad virtual?

Lopez, C. (2018). Desarrollo de la identidad visual de un grupo de música. Universidad Autónoma de Barcelona.

Lupton, E., & Phillips, J. C. (2015). Graphic design: The new basics. Princeton Architectural Press.

Palau, V. (2024). Revista Gráfica 34 – El Diseño en la Música.







