

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



**PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS
CULTURALES: LAGUNA SESSIONS –
SESIONES MUSICALES CON BANDAS DE LA
ESCENA LIMEÑA**

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Jagoda Dagmara Vasquez Ochoa
Código 20122294

Asesor

Enrique Martin Haro De La Vega

Lima – Perú
Julio de 2020



**PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS
CULTURALES: LAGUNA SESSIONS –
SESIONES MUSICALES CON BANDAS DE LA
ESCENA LIMEÑA**



ÍNDICE

RESUMEN	5
INTRODUCCIÓN	6
1. ANTECEDENTES DEL TRABAJO	8
1.1 Sesión Andex´s	9
1.2. Tranvia Via Expresa	10
1.3 La Caja Network	11
1.4 La Cuerda Azul	11
1.5. Sesiones PUCP	12
1.6 Balcony TV Lima	13
1.7. Playlitz.pe	13
2. REALIZACIÓN o INTERVENCIÓN	15
2.1 Producción	16
2.2 Realización	19
2.2.1 Lenguaje Audiovisual	19
2.2.2 Planos generales, planos conjunto	21
2.2.3 Planos medio, busto	22
2.2.4 Color	23
2.3 Difusión.....	24
3. SUSTENTACIÓN	28
4. LOGROS Y RESULTADOS	34
5. LECCIONES APRENDIDAS	38
REFERENCIAS	40
ANEXOS	42



RESUMEN EN ESPAÑOL

Este informe trata sobre la realización del proyecto audiovisual: *Laguna Sessions*, que consistió en grabar sesiones musicales a bandas nacionales independientes. Cada una fue grabada en La Laguna de la Molina y contó con dos videos: una canción de día; y la segunda, de noche, siempre tratando de transmitir simpleza, frescura y diversión a lo largo de las dos tomas, como por ejemplo a través del sonido directo captado en vivo, de tal manera que la banda se vea real y tal como es en una presentación en vivo. La finalidad del proyecto fue mostrar el lado de la música peruana emergente, creando contenido y ofreciendo nuevos recursos para la difusión de sus canciones.

Palabras clave: industria musical, producción audiovisual, sesiones de música, bandas emergentes limeñas, escena musical.

ABSTRACT

This report is about the realization of the audiovisual project: *Laguna Sessions*, which consisted of recording music sessions for independent national bands. Each one was recorded in La Laguna de la Molina and featured two videos: a song by day; and the second, at night, always trying to transmit simplicity, freshness and fun throughout the two takes, such as through the direct sound captured live, in such a way that the band looks real, as it is in live performance.

The purpose of the project was to show the emerging Peruvian music projects, creating content and offering new resources for the diffusion of their songs.

Key words: music industry, audiovisual production, music sessions, emerging Lima bands, music scene.

INTRODUCCIÓN

Laguna Sessions parte de la idea de crear contenido para el blog “CeroAleatorio”, teniendo como fuente y público objetivo la emergente escena musical limeña. Esta plataforma digital nace en el 2016 con el fin de difundir música de todo género, en un inicio armando *playlists*¹ temáticos mediante la plataforma Spotify y posteriormente creando un blog a través del cual se publicaba diariamente artículos sobre artistas, reseñas de álbumes y/o datos curiosos de la industria musical. Estos textos eran publicados bajo los seudónimos de 5 escritores del blog, los cuales se cargaban a la plataforma un día designado de la semana, que se caracterizaba por su estilo y categoría. Es así como el lector podía seguir a *Mr. Brightside*, quien redactaba notas de un tono serio e informativo; así como por otro lado, *Cherry Lady*, que escribía reflexiones sobre situaciones o canciones con su toque de diversión y frescura.

Más adelante, queriendo generar más contenido para la plataforma y con el objetivo de crear un espacio para la difusión de la música de los artistas locales, nació el *podcast*² “El Acústicomaniaco”. El programa tenía como presentador al cantante Paco Barriga, quien entrevistaba a bandas de la escena local con un estilo fresco y desenvuelto, en el “cuarto rojo”, que, si bien nadie lo veía, Paco lo mencionaba en varias ocasiones. Además de mantener una charla amena con los artistas, estos interpretaban 2 canciones propias en formato acústico. El programa era publicado en la web de CeroAleatorio, mediante la página de SoundCloud y difundido a través de la *fanpage*, para que las agrupaciones puedan generar interacción con sus seguidores. Algunas de las bandas que visitaron el “cuarto rojo” fueron: Mundaka, Dan Dan Dero, Inzul, Golden Cameleon, entre otras.

Es así que, luego de probar y crear diferentes espacios para la difusión musical, se buscó ofrecer un material más atractivo, ya no solo mediante *playlists*, artículos o transmisiones *online*, sino que permitiera a los artistas obtener más recursos de buena calidad para su promoción. Y por otro lado, ofrecer oportunidades para jóvenes

¹ Lista de reproducción de canciones.

² Programa de radio personalizable y descargable que puede montarse en una web o blog.

universitarios que deseaban ganar experiencia y obtener material para su portafolio profesional, así como entrar a una red de contactos con los que podrían trabajar en un futuro. *Laguna Sessions* nace con este propósito. Se ejecutó entre marzo y diciembre del 2017 y consistió en realizar 16 videos de sesiones de música junto a 8 bandas nacionales independientes, grabadas todas en una misma locación: La Laguna de La Molina.

Aquí dos ejemplos de estas sesiones:

Link: Vieja Skina - Trane Steady (Laguna Sessions):

https://www.youtube.com/watch?v=rFe_cCHtAnU

Link: Hit La Rosa - La Montañita (Laguna Sessions):

https://www.youtube.com/watch?v=aDlM9_c7snM



1. ANTECEDENTES DEL TRABAJO

La escena musical ha tenido una evolución interesante a lo largo de décadas con altos y bajos, a través de los constantes cambios sociales que surgieron y contextos políticos que el Perú atravesó. Sin embargo, la sociedad peruana frente a esta industria sigue siendo indiferente y es poco valorada. Esto se debe, en parte, a que el mercado musical es bastante pequeño en comparación con otros países de Latinoamérica, a causa de la piratería (física y digital) que no permite una oferta monetaria ideal. El artista que quiere comenzar su carrera en este mundo suele ser rechazado o mal pagado por falta recursos y demanda, por ello solo los que tienen el suficiente apoyo económico y una adecuada red de contactos, son los que logran llegar al éxito.

A partir del año 2000, la producción de contenido musical como artístico en general, también tuvo una transformación lenta, pasando de los medios tradicionales – en los cuales solo se difundía música popular (en su mayoría los géneros huayno y cumbia), contenido que el público consumía - a las plataformas digitales. A raíz de esto, aparecieron herramientas y espacios más económicos para la producción y promoción de productos musicales. Es así que el artista ya no tenía que esperar a “ser “descubierto” por una compañía discográfica para estar en el mercado” (Mendoza, 2018) sino que ellos mismos tenían la posibilidad de hacerlo en poco tiempo y a un costo muy bajo.

De esta manera, la escena limeña independiente³, conformada por artistas autónomos entre 15 a 35 años que consideraban que el rock nacional tenía el potencial para estar al nivel de la música internacional, comenzó a explorar las nuevas tecnologías. Este grupo estaba al pendiente de los nuevos lanzamientos nacionales, de toda la movida musical del país y se dedicaba a la producción desde la música alternativa hasta la fusión, en la mayoría de los casos desconocida y poco consumida por el mercado. Según César Rivero (2012), una de las características principales de las bandas independientes, “*que componen entre sí “la escena” es que posibilitan la producción artística, a pesar de cuán restringido sea el acceso a los medios de producción y canales de difusión*”. Esta

³ Artistas que no necesariamente son representados por una disquera reconocida y usualmente desarrollan diferentes proyectos simultáneamente de manera autónoma.

dinámica es importante para determinar cómo un nuevo público en Lima “*ha logrado reinterpretar sus experiencias de consumo cultural local y global, generando nuevos procesos económicos, organizativos, comunicativos, musicales, rituales y políticos*”. (p. 9 y10)

Alrededor del año 2016, las bandas emergentes se habían consolidado en las periferias de Lima, en el centro histórico, y, además, llegando a clases sociales más altas, masificándose en Barranco, teniendo presentaciones cada vez más seguidas en Miraflores y con apariciones esporádicas en Santiago de Surco. Para difundir estas “*tocadas*” utilizaban los canales digitales mediante la creación de “*eventos*” en Facebook, en los cuales daban a conocer el *line up*⁵ y toda la información necesaria para el público. Cada uno de estos conciertos era particularmente íntimo y esto se debía a que la mayoría de los artistas de la escena independiente, tenían contacto muy frecuente y cercano, ya que gracias a los lazos que se formaban, crecía el apoyo mutuo y la participación en los eventos que realizaban, formándose un círculo que giraba en torno a esta escena.

Haciendo un recorrido de los programas digitales que se crearon para la difusión de contenido musical en la escena local, encontramos:

1.1 Sesión Andex’s - Entre el 2017 y 2019, el estudio de música Andex’s comenzó a ofrecer una oportunidad adicional a la de una sala de ensayo tradicional. Por un precio accesible, la banda tenía la oportunidad de grabar el audio de su ensayo con calidad de estudio. Como el espacio era bastante amplio y accesible para poder movilizar a un pequeño equipo audiovisual, se prestaba para aprovechar en grabar estas sesiones por la misma agrupación, generando material promocional para difundirlo en sus propias redes sociales.

⁴ Conciertos generalmente organizados en bares o pubs, con un aforo limitado.

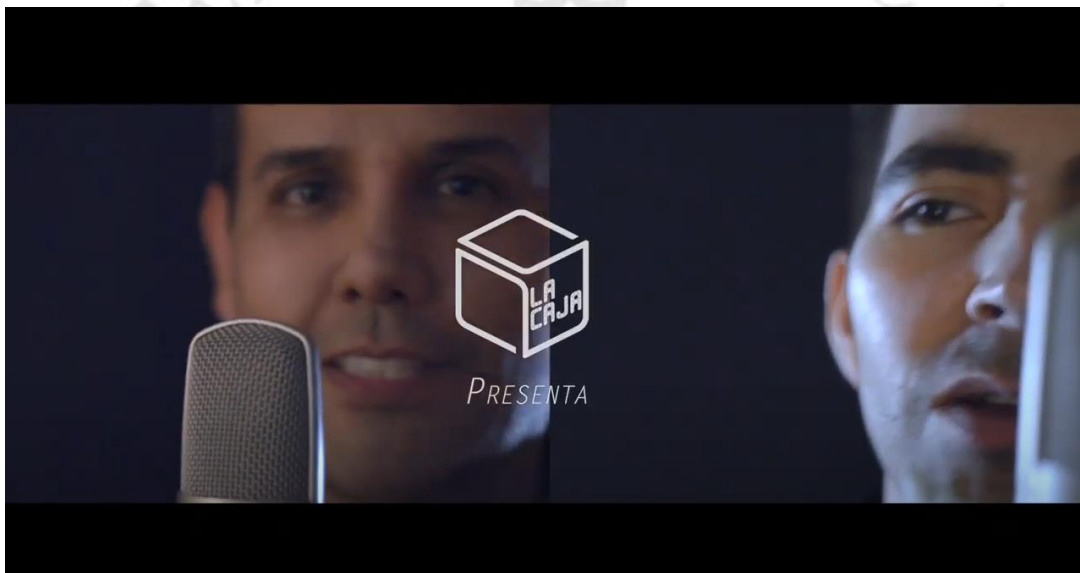
⁵ Relación de artistas que participan en un concierto o festival.



1.2 Tranvia | Via Expresa - Este canal fue creado en el 2015 por un colectivo audiovisual que se enfocaba en difundir diferentes expresiones culturales (actores, bailarines, cantantes, grafiteros, pintores y toda clase de artistas contemporáneos y urbanos). Su duración llegó hasta finales del 2017. Las sesiones eran realizadas en una sala de ensayo ambientada de diferente manera según el concepto de cada artista. El tratamiento del color de la imagen era planteado de acuerdo a lo que querían llegar a transmitir (no obstante, esto le quitaba naturalidad a las sesiones), con planos en su mayoría cerrados y movimientos de cámara sencillos. Sin embargo, contaban con una postproducción y masterización de audio de muy buena calidad.



1.3 La Caja Network – Fue una plataforma digital de videos que buscaba mostrar, fomentar, y difundir la nueva música y el arte que surgía en el Perú, entre el 2015 y 2017. Las sesiones eran grabadas en un estudio muy pequeño que hacía referencia a una caja, por eso mismo los planos de las tomas solían ser muy cerradas, de tal manera de que daba la sensación de que faltaba espacio. El programa comenzaba con un presentador (Mauricio Martínez Muñoz), quien hacía una introducción de la banda antes de presentarla; sin embargo, no existía interacción alguna entre ellos, ya que eran grabados de manera separada, esto último transmitía una sensación de lejanía y frialdad. Contó con la participación de artistas como Jarén y Sebastian, Los Outsiders, Inzul, entre otras.



1.4 La Cuerda Azul - Fue un colectivo de artistas que tuvo como fin impulsar el crecimiento de la escena musical emergente entre el 2016 y 2018. Realizaba grabaciones a artistas, pero no en un lugar definido, sino que busca diferentes locaciones que concuerden con el concepto de la banda o los capturaba en sus propias presentaciones en vivo en locales limeños. Además, buscaba cubrir los diferentes festivales, ferias y espacios donde se difunde la música independiente, ya sea con videos o fotografías. Es por ello que no tenían una temática definida, simplemente buscaban generar material y registrar las actividades.



1.5 Sesiones PUCP - Era un programa de sesiones de música que se produjo entre el 2015 y 2018, realizado en los diferentes espacios del campus de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Los programas solían contar con solo una canción, que iban acompañadas de una pequeña presentación de la banda al inicio de cada video, realizada por los integrantes de esta. Los invitados eran artistas o bandas que fueron formadas en la misma universidad o que tenían miembros que eran estudiantes o exalumnos de la misma. El proyecto no tenía un concepto ni temática definida, por ello, se adaptaban a la banda; es decir, si el artista tenía una onda más alegre y dinámica, eran grabadas de día y si era por el contrario, de noche.



1.6 Balcony TV Lima - *Webshow* que duró entre el 2014 al 2017, gracias a la exitosa franquicia de videos balconytv.com con 9500 seguidores solo en Perú y “sedes de grabación” a nivel mundial. El programa juntaba a artistas del rock nacional y les brindaba un espacio para difundir su música, mediante tocaditas de sus canciones en diferentes balcones de las ciudades. Al final de cada video, la presentadora (solía ser una mujer), realizaba entrevistas a los artistas. La producción era muy sencilla, no necesitaban nada más que los instrumentos y los músicos. El estilo visual era bastante simple, cotidiano y hasta medio caótico, en el que se notaba que el recurso de la cámara en mano era fundamental para dar la sensación rústica y real. El proyecto no continuó porque la franquicia fue comprada por una disquera internacional, la cual posteriormente fue eliminando algunos videos ya publicados.



1.7 Playlitz.pe - Plataforma de música que fue creada por la productora Señor Z en el 2013 y hasta la actualidad sigue sacando producciones. En las diferentes sesiones que tienen podremos encontrar a bandas peruanas de gran éxito –independientes- así como también bandas internacionales. Todas en sesiones grabadas en alta calidad y con un gran presupuesto detrás. La mayoría de los videos son grabados en ambientes cerrados y oscuros, utilizan grandes *Kino Flo*⁶, luces fluorescentes u otros puntos de luz para crear contrastes y sombras. Cuentan con la tecnología de sonido y video para crear un producto de calidad. Han realizado sesiones de una canción como también

⁶ Iluminaria que genera gran cantidad de luz suave.

sesiones completas de 10 temas. Este programa cuenta con una estética definida e igual para cada artista.



Una plataforma que no fue competencia directa del proyecto, sin embargo, compartía el mismo objetivo y es importante mencionar. Movistar Música del grupo Telefónica, estaba enfocada en la distribución digital de músicos nacionales de todos los géneros a través de sus tres plataformas: canal de televisión, aplicación móvil y página web. Este medio fue creado en el 2016 y tuvo una gran acogida en el mercado, ya que ofrecía un contenido bastante diverso que abarcaba desde videoclips, noticias, programas sobre música, entre otros. Aunque muchos de los artistas que aparecían en su contenido tenían una trayectoria ya formada de muchos años, la empresa también buscaba dar oportunidad a los músicos independientes y creaban espacios especiales para exponer su talento.

Es así como, conociendo el contexto en el que se desarrollaba la movida musical en el país, se propuso como objetivo producir y realizar sesiones de música a 8 bandas que pertenecieran a la escena musical limeña, teniendo el concepto de la banda como referencia estética para la propuesta artística, sin alejarse de la misma del proyecto y posteriormente difundir este material a través del canal de YouTube y redes sociales de CeroAleatorio (como creadora de contenido).

2. REALIZACIÓN o INTERVENCIÓN

Como primer paso de este proyecto, se investigó el *target*⁷ mediante pequeñas entrevistas a bandas independientes y consumidores de música local. Ambas partes manifestaban que hacía falta producir más material audiovisual para poder llegar a otros públicos y buscar una sostenibilidad que a futuro podría devenir en el desarrollo de una industria musical alternativa. Exploramos los diferentes productos que existían en el medio para darnos una referencia del lenguaje y las estrategias que estos utilizaban.

Tras analizar el contenido que ya existía, elaboramos un *brief*⁸ del proyecto (Anexo 1) y planteamos que el diferencial del programa sería los formatos en los que íbamos a producir los videos: una sesión de día y otra de noche, en estas, cada banda tocaría una canción diferente, una normal y otra acústica. Además, se quiso lograr que el tema estético tenga una mejor producción que el de otros programas, por medio del uso de flores de colores vivos y madera clara, para resaltar la naturaleza y simpleza de la locación. Asimismo, utilizamos luces para rellenar el lugar y poder darle una sensación acogedora. De igual manera, se trabajó en agregar elementos del concepto de cada uno de los artistas para sumergir al espectador en la canción. A lo largo de todas las sesiones, el sonido directo grabado en vivo fue fundamental para mostrar el talento de las bandas sin ninguna intervención de post producción y de esta forma ofrecer una presentación real al oyente.

Teniendo claros los datos de los cuales se quería partir, se convocó a un equipo humano que pudiera desempeñarse en los diferentes cargos que se requería en una producción audiovisual para este tipo de contenido. Se hizo una búsqueda de estudiantes universitarios de últimos ciclos que estuvieran interesados en el tema: “la música emergente”, que fueran apasionados con su carrera y estuvieran dispuestos a adquirir experiencia en su rubro sin ninguna paga, a cambio de ganar una nueva red de contactos para futuros trabajos, ampliar su portafolio profesional y trabajar en un ambiente con mucha “buena onda”.

⁷ Público consumidor de un producto o servicio.

⁸ Documento que contiene información fundamental de un proyecto y sus necesidades principales.

Es así que se logró formar un equipo sólido y diverso conformado por los productores ejecutivos – Alvaro Osco y Oscar Shimabukuro (Co-fundadores de CeroAleatorio), la productora general – Jagoda Vasquez (Co-fundadora y Coordinadora de CeroAleatorio), en la cámara y post producción – Diego Bedoya, Atuel Merino y Sergio Ramirez (Comunicadores de la Universidad de Lima), en la asistencia de producción y diseño – Anamaría Romero y Fiorella Tapia (Comunicadoras de la Universidad de Lima), el equipo de dirección de arte – Rodrigo Panta, Carolina Lominiczi, Jocelyn Navarro, Manuel Bianchi (Comunicadores de la Universidad de Lima) y Camila Osco (Arquitecta de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas), y por último en el sonido – Ian Duclos (Ingeniero de sonido del Berklee College of Music).

Con el equipo formado, producción procedió a crear un cronograma con las posibles fechas de reuniones, días de rodaje y edición para la entrega de los videos, así como su posterior difusión. Es en esta fase donde definimos el plan de grabación que íbamos a seguir: realizaríamos las sesiones de marzo a mayo y comenzaríamos con la promoción del material entre junio y septiembre. De esta manera, nos daba pie a crear “temporadas” con un tiempo de descanso. También elaboramos una lista de posibles bandas que encajaran en el perfil que estábamos buscando y posteriormente, hacíamos la comunicación con ellos para saber su disposición de unirse al proyecto y disponibilidad para las fechas programadas de grabación. Al tener a las bandas confirmadas, llevamos a cabo las reuniones para que los participantes tengan conocimiento del proceso creativo y se sientan conformes con la propuesta de dirección de arte, también para que esta sea acorde a lo que ellos querían proyectar.

2.1 Producción

Uno de nuestros desafíos fue encontrar una locación que sea atractiva y que no haya sido utilizada en ocasiones similares. El espacio debía permitir que sea posible una intervención y se aplique una propuesta artística diferente para el día y la noche. Al contar con recursos limitados, La Laguna de la Molina nos pareció el lugar ideal ya que poseíamos los contactos necesarios para hacer una producción ahí, se prestaba para todo

lo que estábamos buscando y que hasta el momento no había sido utilizada para ningún programa similar. Era el elemento diferencial.



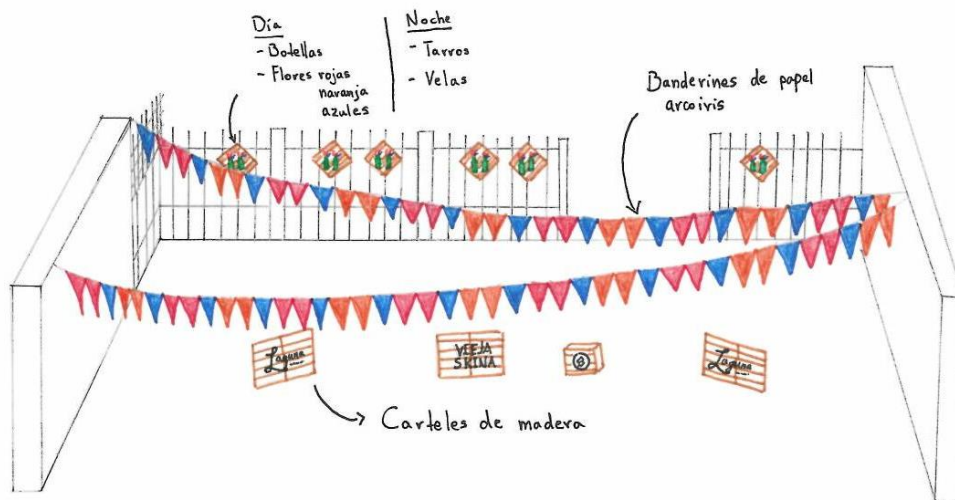
Para la elección de las bandas se tuvo que definir un perfil de estas, ya que si bien no queríamos que fueran artistas que ya tuvieran una trayectoria internacional, tampoco deseábamos que fueran amateurs. Las bandas que fueron seleccionadas eran proyectos musicales que ya tenían de dos años a más y se encontraban en constante movimiento; es decir, que la creación de su proyecto musical ya estuviera en una etapa avanzada y tengan una presencia en tocadas o festivales locales.

Debido a que las propuestas de arte de cada sesión eran indispensables para lograr la atmósfera adecuada de cada banda y canción, se requirió de un equipo de arte conformado por cuatro personas que se encarguen de todo el proceso creativo y que puedan trabajar en conjunto con el área de realización. Estas propuestas mantenían el mismo concepto de la laguna, entre campestre, agradable y fresca, y a la vez se logró agregar elementos representativos de cada banda para que se llegue a una armonía entre ambas estéticas. La propuesta de arte era el punto de partida, desde el cual el equipo de realización creaba una estrategia para el rodaje. Como cada sesión tenía un tratamiento y dinámica diferente, los recursos técnicos variaban de acuerdo a la puesta en escena de la banda y la interacción de esta con los elementos. (Anexo 2)

Cartel de Madera / Laguna Sessions



Arte Día y Noche / Vieja Skina / Laguna Sessions



Para conseguir todos los recursos técnicos que necesitábamos para lograr una producción audiovisual de calidad, tuvimos que recurrir al apoyo de nuestra alma máter⁹. Es así que, para presentar el proyecto como un producto sólido y atractivo, realizamos una sesión “piloto¹⁰” en la cual mostraríamos su potencial. En esta primera grabación utilizamos tres cámaras *Reflex* Semiprofesionales (Canon T5i), para el registro de sonido directo una consola de 8 canales, y como luminaria 2 reflectores industriales. Además de ello, necesitábamos proporcionar una extensa lista de exigencias técnicas a las bandas (*Contra Rider*¹¹), con el cual contábamos gracias al equipo de producción. (Anexo 3). Con el material listo, presentamos el primer episodio de *Laguna Sessions* (banda *K.Lagan*) junto con una carta dirigida al decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima (Anexo 4), en la cual solicitamos su apoyo para proporcionarnos los equipos mínimos indispensables para poder realizar una grabación y demostrar la calidad de nuestro trabajo. Recibimos la aprobación a la brevedad y de esta manera logramos completar todo nuestro equipo técnico. (Anexo 5)

2.2 Realización

2.2.1 Lenguaje Audiovisual

Para definir el lenguaje audiovisual hicimos una revisión de los diferentes productos que ya existían en el mercado para partir de una base e ir experimentando hasta encontrar el estilo ideal para el programa. Comenzamos utilizando un esquema de cámaras básicamente similar al que se utilizaría en un set de televisión, en el cual solo se tiene un eje de 180°. Para aplicar esta propuesta tuvimos que utilizar un mínimo de 3 cámaras (Sony a7s) para captar el mayor número de acciones de distinto ángulo, que posteriormente fueron sincronizadas en edición para ser trabajadas en el sistema

⁹ Expresión para designar metafóricamente a la universidad.

¹⁰ Primer capítulo o episodio que se registra de un programa.

¹¹ Relación de equipos e instrumentos que estarán a disposición de los artistas.

multicámara que ofrece el programa de edición *Adobe Premiere*.

Durante las primeras sesiones grabamos con planos cerrados, que permitían a los operadores de cámara más libertad para ejecutar los movimientos en el espacio, siendo estos más dinámicos, pero a la vez más accidentados, revelando notoriamente el uso de la cámara en mano. Ejemplo de esto son las sesiones de Hit La Rosa y Animal Chucki. Este modo de grabar tomaba en cuenta que los operadores de cámara también saldrían en ciertos planos. Punto que varió para la sesión de Perros Santos.



Hit La Rosa - La Montañita (Laguna Sessions)



Animal Chuki - Latido (Laguna Sessions)

Durante los rodajes, la dinámica de cubrir a las bandas dependía siempre de la propuesta de arte y los elementos que se encontraban en escena. Se decidió usar tres cámaras pues se pretendía mantener una armonía entre la locación para apreciar la Laguna La Molina y el desenvolvimiento de la banda en el espacio. Para esto último se decidió utilizar planos más cerrados, aunque ellos ya mantenían una composición mucho más definida y constante, en los que se ve también el manejo de los instrumentos musicales.

Las cámaras que utilizamos para la grabación de las sesiones fueron variando en búsqueda de una mejor calidad de imagen. Era indispensable que estas tengan un sensor adecuado para captar la luz suficiente que necesitábamos para que los integrantes de la banda y el fondo de la laguna se encuentren correctamente expuestos.

Los movimientos de cámaras se adecuaban también a la energía que la banda proyectaba en ese momento. Normalmente para las sesiones de día se planteaba un mayor dinamismo, que contrastaba con las de la noche, donde la atmósfera se tornaba un poco más íntima y calmada, guardando siempre el estilo de cada banda.

Con estos puntos determinados, los tipos de planos que más se adecuaban para cubrir las sesiones fueron:

2.2.2 Planos generales, planos conjuntos.

Estos planos nos permitieron mostrar de una manera amplia y precisa la puesta en escena de la banda, los elementos que el equipo de arte había propuesto y ubicar al espectador en la locación, contagiándolo e integrándolo en este ambiente relajado y divertido. Para su ejecución se utilizaron lentes angulares: 24mm, 35mm.



Es lo que hay - Perros Santos (Laguna Sessions)



La Árabe - Perros Santos (Laguna Sessions)

2.2.3 Planos medio, busto.

En las sesiones, los planos cerrados funcionan muy bien, pues permitían explorar un poco más de la faceta performativa de los integrantes de la banda. Este elemento es muy atractivo visualmente para los espectadores y seguidores.



Hit La Rosa - La Riñonera (Laguna Sessions)

2.2.4 Color

El objetivo principal del trabajo de colorización era tratar de encontrar una estética particular que pueda conectar parte de la esencia de la banda y la propuesta por el equipo de arte. El color es un elemento expresivo sumamente importante para el lenguaje audiovisual, ya que es el responsable de producir sensaciones, refuerza significados y simbolismos. Los colores principales utilizados en los videos fueron los que predominaban en el espacio: verde, marrón y amarillo; de esta manera la paleta de colores de los demás elementos seleccionados buscaban complementar armoniosamente y generar fuertes contrastes.



En búsqueda por mantener visualmente una atmósfera calmada, que era la que transmitía el espacio, se decidió mantener una temperatura cálida y se optó por superponer un filtro al video con el fin de conseguir una imagen más suave y lavada.

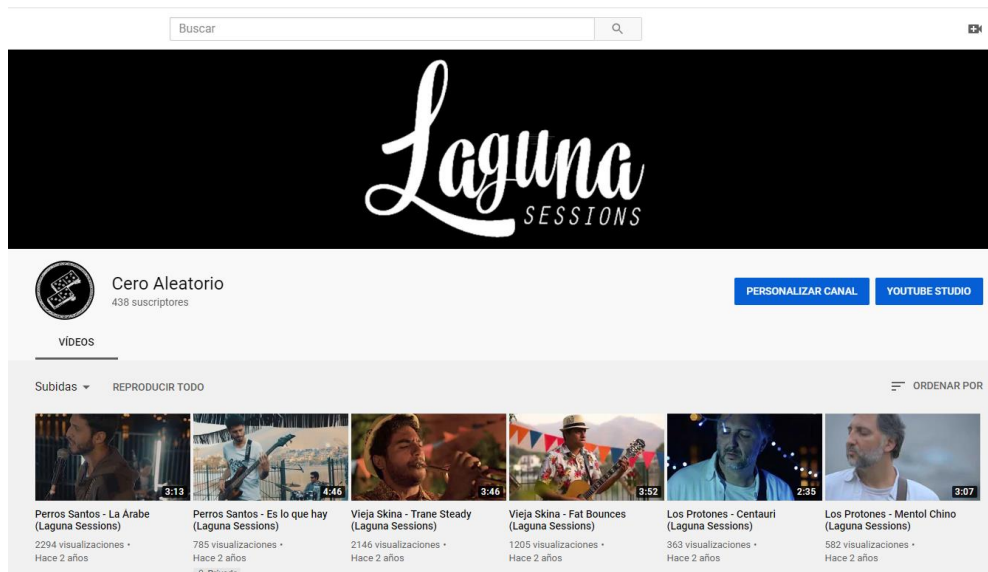
Para el trabajo de colorización se utilizó el software profesional especializado *DaVinci Resolve*.



Vieja Skina - Trane Steady (Laguna Sessions)

2.3 Difusión

La plataforma principal para alojar el material que estábamos produciendo era YouTube, bajo el nombre de CeroAletorio, como productores de las sesiones. Este medio nos daba la posibilidad de difundir con mayor facilidad el material publicado, mediante enlaces que pueden ser compartidos por diferentes canales de comunicación gracias a su compatibilidad con otros medios digitales. Asimismo, nos permitía mantener la calidad de los videos. Además, según la información recolectada, nuestro público objetivo manejaba con mayor destreza esta plataforma y compartía más enlaces de YouTube en sus redes.



Sin embargo, consideramos que utilizar solo este canal no era suficiente porque debíamos tener un medio “conductor” para poder difundir los enlaces generados. Facebook, al ser uno de los sitios web más visitados del mundo y teniendo una buena cantidad en seguidores en la *fanpage* de CeroAleatorio, nos sirvió como una herramienta de interacción entre nuestro público y permitió compartir más contenido sobre las sesiones.



En esta etapa, se optó por difundir los videos de cada banda en dos semanas. La primera semana realizábamos una campaña de intriga, sorteos de *merchandising*¹² de la banda, publicábamos fotos de la sesión, entre otros. Al final de la semana se publicaba uno de los videos: la sesión de día. La semana que seguía, las publicaciones se volvían informativas principalmente de la banda, como: fechas de sus presentaciones, *playlist* de sus canciones que el equipo realizaba, ganadores de los sorteos y entrevistas. Terminado la semana se publicaba la sesión de la noche como cierre.

DÍA	FORMATO	CONTENIDO
JUEVES	IMAGEN	¿Una imagen difuminada de la elaboración de la sesión preguntando sabes quiénes son?
VIERNES		
SABADO		
DOMINGO	IMAGEN	Como Post anunciando a la banda, con la que se comenzará la nueva campaña, se presenta con una foto de portada.
LUNES	IMAGEN	Se presentará a la banda con todos los links posibles
MARTES	GIF	La banda nos entrega un artículo para hacer un sorteo, este puede ser entradas, discos, merch, etc.
MIÉRCOLES	VIDEO	Sale un video como entrevista realizado en la sesión.
JUEVES	GIF	se hace un Post sobre todas las imágenes del Facebook de la banda con todas sus historias y se cuenta un poco del recorrido de ella.
VIERNES	FOTOS	Se sube un álbum de fotos de lo que fue la producción del video de día.
SÁBADO		
DOMINGO	VIDEO	Se comparte el video de sesión de día.
LUNES	IMAGEN	se hace un post con las tocaditas que vienen de la banda, en caso no hayan tocaditas. se preguntará en donde quisieran escuchar a esta banda.
MARTES	IMAGEN	Se elabora un Playlist en colaboración de la banda para compartirla y q se escriba un poco de los gustos musicales de la banda e influencias.
JUEVES	GIF	Se anuncia al ganador del sorteo.
VIERNES	FOTOS	Se sube un álbum de fotos de lo que fue la producción del video de noche.
SÁBADO		
DOMINGO	VIDEO	Se comparte el video de sesión de noche.

En la última sesión que realizamos con la banda Perros Santos, tomamos la decisión de no solo publicar los videos en el canal de YouTube, sino también difundirlo como video de Facebook directamente, adjuntando el enlace de la otra plataforma. Esta herramienta nos permitió una mayor viralización e interacción de la comunidad con el

¹² Productos publicitarios de una marca o artista.

contenido mediante los *likes*¹³, comentarios y *shares*¹⁴, esto gracias a que estas herramientas tienen la opción de reproducción automática en los videos. Además, la imagen previa se visualiza de mayor tamaño que los videos procedentes de enlaces externos. Resultado de esto, obtuvimos una mayor cantidad de visualizaciones en menor tiempo.



¹³ Comentario equivalente a “me gusta”.

¹⁴ El número de veces que se comparte una publicación.

3. SUSTENTACIÓN

Se realizó la validación del diseño de los logos, propuestas de dirección de arte, como también del concepto final, mediante entrevistas a músicos de la escena local, consumidores de este mercado, docentes universitarios y alumnos de Comunicación de la Universidad de Lima. Trabajamos tres propuestas de logo que se relacionaran con la temática de la Laguna y representaran la misma. La gráfica tenía que ser simple, fácil de reconocer y adaptable, ya que se iba a utilizar en varias piezas gráficas: Logos, posts, firmas, sellos de agua, careta. No debía tener muchos recursos para evitar que recargara los artes. Optamos por utilizar el mismo nombre de la sesión, con una tipografía curvada para representar el movimiento del agua, y le agregamos un detalle característico del lugar: el *sunset*¹⁵ que se reflejaba en la montaña frente a la locación.

Estos fueron los resultados que salieron:

Primera propuesta de logo



Segunda propuesta de logo



¹⁵ Atardecer.

Tercera propuesta de logo



La recolección de las opiniones que recibimos tras las primeras visualizaciones que tuvo nuestra propuesta, dieron las siguientes conclusiones:

- Idea *innovadora* puesto que en el Perú no hay ninguna propuesta con un valor diferencial (como la temática del lago de fondo), además de que proyecta bandas emergentes más que a bandas con alta trayectoria.
- Idea *necesaria* para crear más plataformas focalizadas a transmitir el escenario emergente de proyectos que busquen formalizarse para forjar una industria musical peruana.
- Idea *práctica* gracias al proceso de selección y transmisión que sigue el código de las redes sociales en las cuales se tiene un producto que ofrece al público y se pone a su disposición totalmente libre, sin necesidad de inscripción, pago, etc.
- El *valor* diferencial del proyecto era positivo.
- *Buena e interesante* propuesta conceptual con un arte sobrio y acertado.
- Se coincidió en que la 3era propuesta del logo se utilice para material audiovisual, como la careta y la 2da para el material gráfico por tener menos elementos.



Cartea - Laguna Sessions

(https://drive.google.com/a/ulima.pe/file/d/0B_khSwNJtYjaVXplSkY5SVJ3VIU/view?usp=sharing)



Material Gráfico de Laguna Sessions

Desde las primeras semanas de publicación de los videos, recibimos muchos comentarios positivos acerca del resultado del proyecto. También críticas constructivas, pero siempre reconociendo el valor del contenido que se estaba produciendo. Las bandas que participaron en los programas, semana a semana, compartían el material con mucho entusiasmo y agradeciendo la oportunidad que tuvieron.



Los Protones
3 de septiembre de 2017 · 🌐

Acaba de salir... calientiiiiito el rico "mentol chino" para tutilimundi....
#lagunasessions la lleva!!! a ver quien dijo yo?!! Rayo de Lima Gonzalo AV
Tito Cha Andres Gonzales Balarezo Rodrigo Wangeman Jear Chien Haller
CeroAleatorio .. como para cortarla domingo 8pm .. Saluuuú!!!

CeroAleatorio
3 de septiembre de 2017 · 🌐

● LAGUNA - SESSIONS ●

Les dejamos la primera #LagunaSessions de Los Protones!
¡COMPARTAN!

🟡 Sesión día: Mentol Chino



YOUTUBE.COM
Los Protones - Mentol Chino (Laguna Sessions) Más información

👍👎👤 Diego Bedoya y 49 personas más 3 comentarios

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir 🌐

Muchas otras agrupaciones locales y extranjeras se pusieron en contacto a través de las redes de CeroAleatorio, interesadas en grabar sesiones para sus proyectos musicales, esperando que llegara una segunda temporada y aplaudiendo la calidad del resultado.

Hansel Car
Asignar conversación ▼ 🗑️ ⚠️ ✉️

17/1/18 16:46

Hola que tal quisiera saber como podriamos participar de su programa somos una banda de reggae y nos gustaria poder grbar con ustedes saludos

 To Más
Asignar conversación ▼

4/3/18 22:06

Hola, amigos de CeroAleatorio, tengo una banda llamada The Bluefoes y hemos lanzado nuestro primer single a nivel profesional hace unos días. Hemos notado que tienen ciertos artículos de reseñas y que comparten música nueva y hacen sesiones en vivo, lo que nos parece muy interesante y estaríamos agradecidos si nos consideran para una de estas.





Les compartimos el link de la fan page y de la canción en Youtube. En caso tengan alguna otra plataforma streaming de preferencia también pueden encontrar la canción en cualquiera de estas, sea Apple Music, Spotify, Deezer, etc.

Fan Page: <https://m.facebook.com/thebluefoes/>
Youtube: <https://youtu.be/TSxfqwqYv-E>

Archivo adjunto no disponible

 Es posible que este archivo adjunto se haya eliminado o que la persona que lo compartió no tenga permiso para compartirlo contigo.

 de antemano, muchas gracias!


 Sergio Solano Martinez
Asignar conversación ▼   

3/12/17 20:59

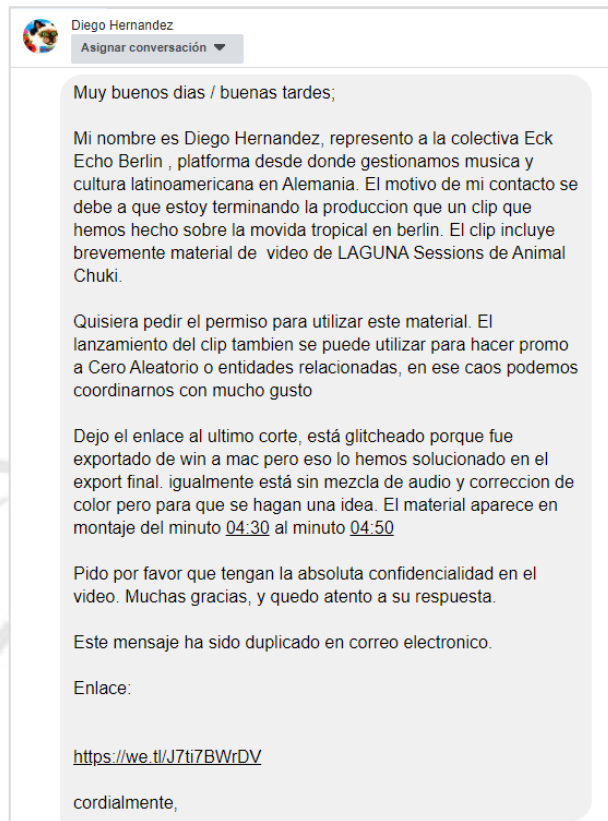
Hola!

Soy miembro de la banda CURLY (Pop Rock Alternativo). Acabamos de lanzar nuestro primer EP "THIS IS CURLY" consta de 4 temas y nos gustaría que lo pudieran escuchar.

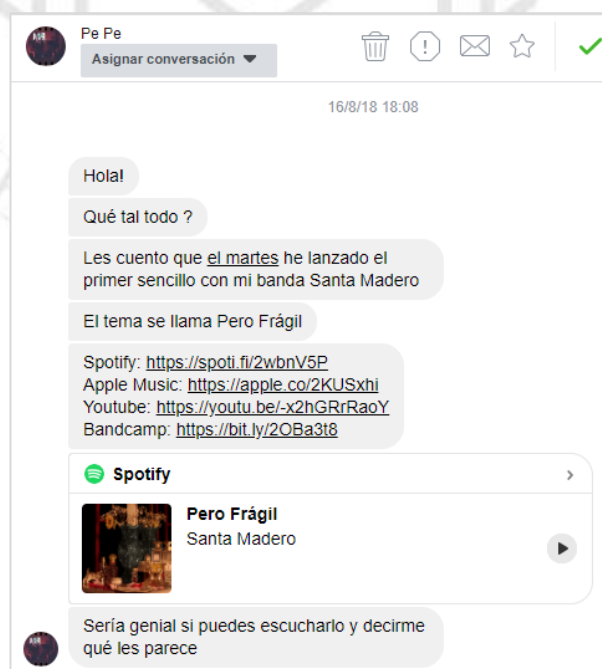
A su vez, hemos visto el formato de sus sesiones y sería bravaso poder ser parte de alguna colaboración. Les dejo nuestra fanpage y ep



Asimismo, realizadoras nacionales e internacionales comenzaron a utilizar nuestro material como recurso para la promoción de su contenido digital.

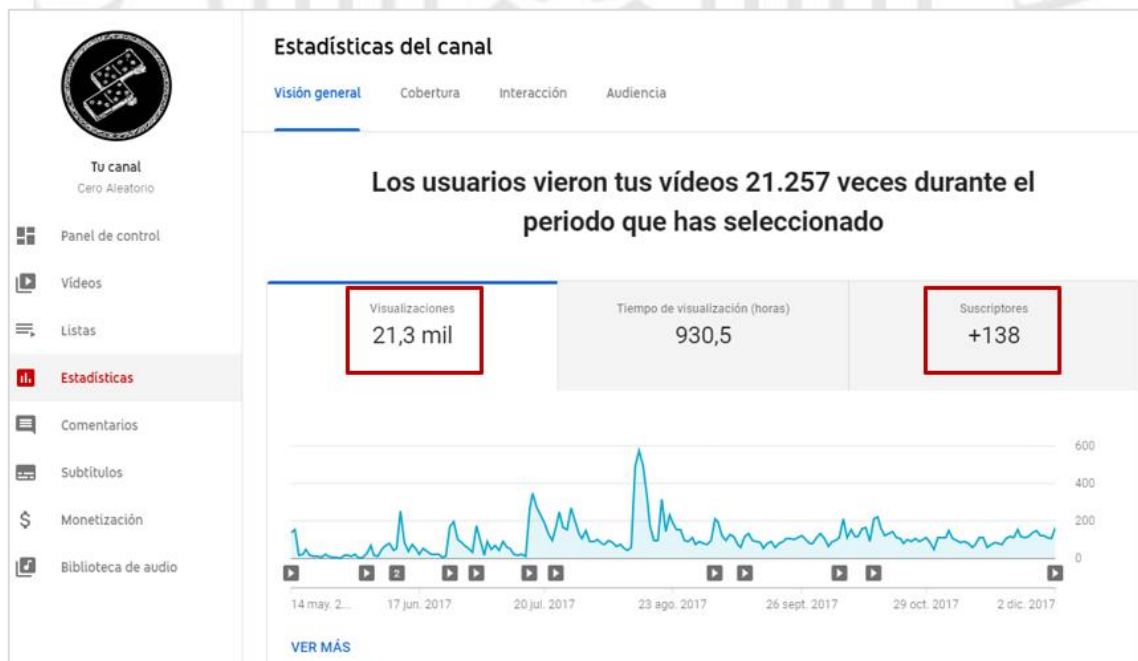


Por otro lado, estaban los seguidores que compartían con nosotros sus nuevos lanzamientos o canciones, ya sea para recibir una simple opinión y generar una amena conversación sobre música, como para pedir que los compartamos en nuestras redes.



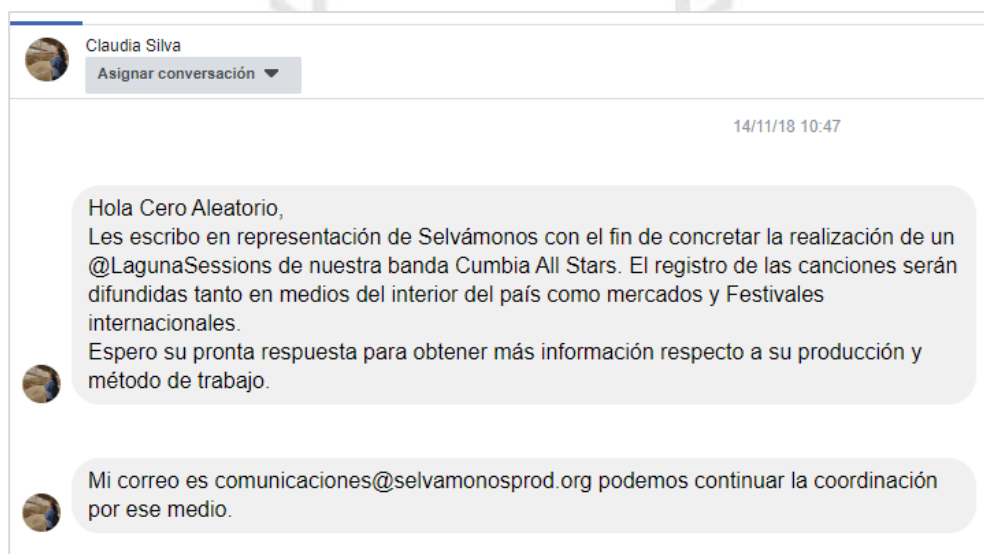
4. LOGROS Y RESULTADOS

La validación del producto final fue mediante el análisis del alcance de las redes sociales entre los periodos de mayo y diciembre del 2017. Los resultados de este estudio evidenciaron la buena acogida del producto y cómo este representaba una propuesta diferente y de valor para la comunidad de la industria musical. En el periodo en el que se publicaron las sesiones y había un movimiento constante en la plataforma (mayo – diciembre 2017), se llegó a más de 21,3 mil visualizaciones y alrededor de 138 suscriptores al canal de CeroAleatorio. Además, en el proceso se ha logrado una optimización constante en la calidad del material y las bandas recibieron comentarios positivos de sus seguidores con mucha frecuencia. Gracias a la promoción por parte de las bandas, la difusión que hacían los fans mediante sus redes sociales y proyectos similares a nosotros, el video de Hit La Rosa – La Montañita alcanzó un número total de 51.483 visualizaciones hasta el momento (2020).





Gracias al potencial del proyecto, luego de la publicación de las primeras sesiones que se grabaron, bandas como Los Protones -un grupo ya consolidado en la escena local- estuvieron gustosos en participar en el programa. De igual manera, bandas extranjeras y productoras como Selvámonos Producciones - franquicia internacional - se interesaron en realizar sesiones a bandas que ellos representaban como: Alejandro y Maria Laura o Cumbia All Star. Lamentablemente, no se llegó a concretar.



 Frida Milagros
Asignar conversación ▼

Hola,

Te escribe Frida, coordinadora de comunicaciones de Selvamonos Prod.
Te cuento que nosotros estamos trabajando con Alejandro y Maria Laura, una pareja que expone la música dentro y fuera del escenario, a través de canciones entrañables, románticos y bizarros. Quería saber si estarían interesados en sacar una sesión para ellos en el mes de febrero.

Aquí te dejo más información de Alejandro y Maria Laura.
Web: www.alejandroymarialaura.com


Facebook: <https://goo.gl/xbwynm>





Videoclip: <https://goo.gl/7yfqKG>

Live: <https://goo.gl/HGHX5R>

Spotify: <http://bit.ly/aymlspotify>

Estaré atenta a tu respuesta.
Saludos.

 Yeimmy Viviana Valencia
Asignar conversación ▼

29/9/17 09:39

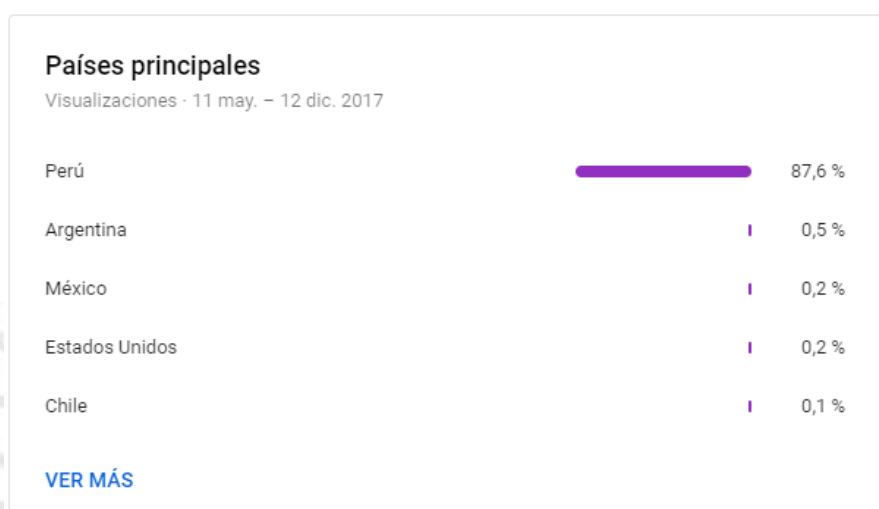
Saludos, buenos días!

Cómo están?

Mucho gusto, les hablo desde Bogotá Colombia...

Soy la Representante de una agrupación Llamada SeverOreves de Ska Fusión Colombiano, y está año vamos a estar en el Limas Ska Festival, vamos a estar una semana mas en Perú, y nos gustaría mucho poder estar en las Sesiones de CeroAleatorio.

Recibimos mucha acogida de diferentes sectores de la industria, por ello otras *fanpages* y blogs relacionadas a la música compartían nuestro material en sus plataformas, con lo cual llegamos a un mayor porcentaje de visualizaciones a nivel nacional; sin embargo, se logró obtener vistas en otros países como Argentina, México, Estados Unidos, Chile y Colombia.



También se llegó a coordinaciones para que *Laguna Sessions* sea transmitido por el canal de televisión Movistar Música en el 2018, pero como el proyecto llegó a su fin antes de ello, no se concretó la transmisión. Sin embargo, fuimos invitados al programa Acceso Total del mismo canal, para conversar sobre el contenido que habíamos producido y el impacto que estaba teniendo.

Uno de los logros del equipo de producción fue conseguir el auspicio de la Universidad de Lima, quienes proporcionaron todas las herramientas técnicas que estaban en su disponibilidad, con lo cual reducíamos el presupuesto del programa a una inversión mínima. (Anexo 5)

5. LECCIONES APRENDIDAS

Como todo proyecto y experiencia de vida, te deja lecciones positivas y oportunidades de mejora para el futuro. Si bien para el mayor porcentaje del equipo era usual realizar grabaciones y aceptaban todo lo que conlleva, un grupo pequeño, tuvo que adaptarse y aprender a trabajar con un gran grupo humano y con artistas que no estaban acostumbrados a tantas horas de grabación y repetición de las escenas. Es así que, las principales lecciones aprendidas de esta experiencia fueron las siguientes:

1. Fue un desafío para el equipo de producción mantener la comunicación entre todas las partes del proyecto, es decir, entre el equipo de realización como de la banda misma que era un grupo ajeno a todo el rubro audiovisual y muchas veces no entendían el proceso de un rodaje, lo cual generaba incomodidad entre las personas. Era necesario dialogar en algunas oportunidades y explicar el proceso de un rodaje, los tiempos que toma siempre con mucha amabilidad, tratando de que ellos comprendan nuestro trabajo y el beneficio que traería al producto final. Tener un cronograma con los horarios y acciones durante el día del rodaje fue fundamental para que los artistas puedan distribuir bien sus tiempos y no impacientarse en los momentos muertos.

2. Desde la producción general, fue un reto manejar esta cantidad de personas y lograr crear cierta armonía entre todos, así como lidiar con sus diferencias de opiniones y dar soporte a los equipos para conseguir realizar la propuesta planteada de cada uno. Sin embargo, cuando todas las partes tienen un mismo propósito y compromiso para ejecutar las cosas, se puede lograr mucho más de lo imaginado.

3. Debido a que teníamos práctica con la generación y manejo de contenido, no consideramos tener un equipo especializado en *social media* que se enfocara en la estrategia de medios y promoción de la marca. Sin embargo, mientras el proyecto avanzaba, nos dimos cuenta de la importancia de tener un buen manejo de las cuentas y la correcta optimización de los objetivos digitales. Con una mejor gestión pudimos haber logrado un mayor posicionamiento en el sector y mayor cantidad de seguidores.

De igual manera, no se consideró buscar más auspiciadores para el programa porque el apoyo de otras marcas era bastante escaso y en algunos casos no cumplíamos con las condiciones requeridas. Este apoyo económico o material nos habría ayudado a tener más *backups*¹⁶ de recursos y mantener un proyecto sostenible.

4. Teníamos conciencia de que en proyectos como este se debe solicitar la cesión de derechos a todos los “actores” que salieran o produjeran el proyecto. No obstante, por falta de tiempo, recursos y asesoramiento legal en su momento, no llegamos a solicitar los derechos de autor de los artistas para poder utilizar su imagen y canciones en nuestros medios, punto que era sumamente importante para tener poder único sobre el material. Esto último originó que algunas de las bandas solicitaran retirar su material de las redes en el momento que ellos quisieran, a lo cual era imposible oponerse. Ejemplo de este caso fue el de Banana Child, la banda sintió que no había realizado su mejor performance y pidió retirar los videos a las semanas de publicados. Caso similar fue el de la canción Es lo que hay de Perros Santos, quienes, a unos meses del estreno de su sesión, lanzaron su primer videoclip de esta canción y solicitaron retirar el video. Felizmente no tuvimos ninguna petición similar de las otras bandas.

5. Al elegir el nombre de *Laguna Sessions*, nos vimos obligados a plantear un concepto del proyecto que no era adaptable a otra locación. Lo que forzó a no poder continuar con las grabaciones cuando ya no tuviésemos el permiso para utilizar el lugar, que se había vuelto el “estudio de grabación”. Aunque tuvimos la intención de retomar el proyecto y replantear el concepto de este, no encontramos el lugar que encajara y adaptara a nuestros recursos.

6. Aunque en su momento no lo vimos con la misma intensidad, ya que estábamos “detrás de las cámaras”, el proyecto impactó de una manera muy positiva a la escena musical y audiovisual, creando oportunidades para artistas y comunicadores que tenían un interés en común: la música. Cuando dejamos de difundir el contenido, constantemente los seguidores escribían a la *fanpage* lamentándose de que ya no continuara el programa. Una vez más el talento y potencial musical se quedaba sin un espacio en el cual mostrar sus productos musicales.

¹⁶ Respaldo de información o recursos.

REFERENCIAS

- Balcony TV. (2016, 11 mayo) *MUNDAKA - INSOMNIO (BalconyTV)* [Video]. YouTube.
<https://youtu.be/fV9wqLBibTk>
- Cero Aleatorio. (2017, 16 julio) *Hit La Rosa - La Montañita (Laguna Sessions)*. [Video].
YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=aDIM9_c7snM
- La Caja Network. (2017, 3 enero). *Ximena Vasquez - Night & Day @ La Caja* [Video]. YouTube.
<https://youtu.be/BJ1tBoh2PzY>
- La Cuerda Azul. (2016, 19 diciembre). *Perros Santos / Live Sessions / La Cuerda Azul #7* [Video].
YouTube. <https://youtu.be/dyX0ZF98pso>
- Macedo, E. (2016). *Desarrollo de la escena rock en Comas entre la década de 1990 y la década del 2000*. Pontificia Universidad Católica del Perú. 10.13140/RG.2.2.33969.38249
- Mendoza, J. (2018). Los cambios en la industria de la música y el rol de las sociedades de gestión colectiva. *Revista de ciencias de la gestión*, 360(3), 113-118.
- Montero, F. (2018). La música fusión, ¿verdadera inclusión? Una exploración de la escena fusión en Lima. *Anthropologica*, 36 (40), 201801.005
- Playlitz.pe. (2015, 1 julio). *Playlitz+ Música peruana para el mundo* [Video]. YouTube.
<https://youtu.be/Cyog3v2Q-h4>
- Riveros, C. (2012). *Formas de organización de las escenas musicales alternas en Lima. El caso de las bandas ska del bar de Bernabé* (Tesis para optar el Título de Licenciado en Antropología). Pontificia Universidad Católica del Perú.
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14129/RIVEROS_VASQUEZ_CESAR_CAMILO_FORMAS_ORGANIZACION_ESCENAS_MUSICALES.pdf?sequence=1&isAllowed=y

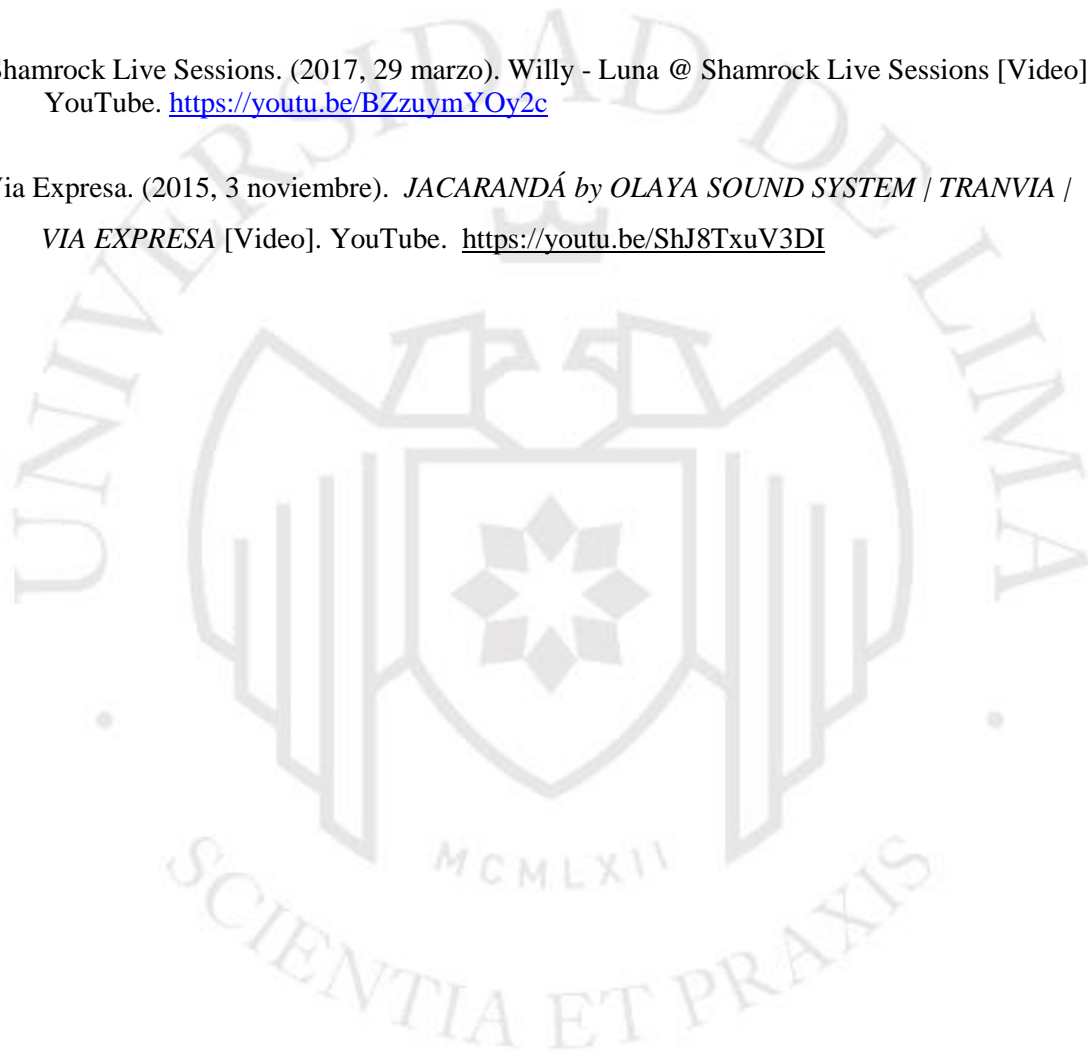
Sesión Andex's. (2017, 30 abril). *Olaya Sound System - Agua de Manantial (Sesión Andex's)* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/CH-8ax3A4Y>

Sesiones Beach party. (2016, 5 febrero). *Veo Gente Muerta - Desestresado // Sesiones Beach party* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/zkTmYxyIVy0>

Sesiones PUCP. (2017, 27 marzo). *Mundaka - Eterno (Sesiones PUCP)* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/oikBs4I3OZo>

Shamrock Live Sessy. (2017, 29 marzo). *Willy - Luna @ Shamrock Live Sessions* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/BZzuymYOy2c>

Via Expresa. (2015, 3 noviembre). *JACARANDÁ by OLAYA SOUND SYSTEM | TRANVIA / VIA EXPRESA* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/ShJ8TxuV3DI>



ANEXOS



ANEXO 1: Brief del proyecto

BRIEF. – LAGUNA SESSIONS

1. DESCRIPCION DEL PROYECTO

Las sesiones de la “Laguna Sessions” son videos de bandas en vivo con la temática de capturar toda la esencia de estas a la hora de ejecutar conciertos; ya sean en conciertos acústicos o en conciertos en los que manejan un set completo de instrumentos. Con esta finalidad una sesión está compuesta por 2 videos:

- a. Video de día: Este video mostrará a la banda completa con todos los instrumentos que usan comúnmente en un concierto. El video constará de una canción.
- b. Video de noche: Con el cambio de luz se presenta un ambiente propicio para poder presentar a la banda en un video más íntimo y mostrando una canción en formato acústico.

2. RETO O PROBLEMA A RESOLVER

El 2016 fue el lanzamiento de CeroAleatorio como comunidad, sin un horizonte determinado se emprendió la búsqueda de identidad de la marca, analizando la industria emergente de rock nacional en la que se encuentra; se está redireccionando la *fanpage* dejando de lado la idea de ser un Blog de música para poder ser la fan page que se ha puesto como finalidad ser el referente principal de conciertos de las escenas de rock nacional coyunturales.

Las sesiones tienen el papel de poder reafirmar esta posición a través de los videos que presentemos acompañados de su propia campaña enfocada en la creación de conciencia por parte de los fans hacia los conciertos y sensibilizar a las personas con respecto a la asistencia de estos.

3. OBJETIVO DE NEGOCIO

CeroAleatorio como organización brinda servicios enfocadas a las bandas:

- Campañas de Mkt digital
- Servicios de Community Management Permanentes
- Producción elaboración de Videos

El objetivo central de las sesiones sería comenzar a trabajar con las bandas a las que recurramos para realizar las sesiones y comenzar a divulgar a través de diferentes escenas la presencia de esta nueva propuesta, CeroAleatorio.

4. OBJETIVO DE LA MARCA

El objetivo principal de la marca como “Laguna Sessions” es reforzar la campaña de CeroAleatorio, “Por más asistentes y menos likes”.

5. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Los objetivos de comunicación con los videos serían:

- Resaltar que los videos son una producción de CeroAleatorio
- Reconocer el esfuerzo de CeroAleatorio y su participación en el apoyo de la formación de una industria emergente de rock nacional.
- Dar a conocer de manera secundaria los productos que se manejan.
- Como se ven y suenan las bandas en vivo ya sea en formato clásico o acústico.
- Dar a conocer más de las bandas y las opiniones acerca de la coyuntura musical.

6. TARGET / PÚBLICO OBJETIVO – (a quien le estamos hablando)

Peruanos de 15 - 35 que consideren que el rock nacional es una alternativa que está al nivel de la música internacional

Radios: BBVA, Doble 99, Oxygeno, Oasis, Mágica

Blogs: Rock Achorao

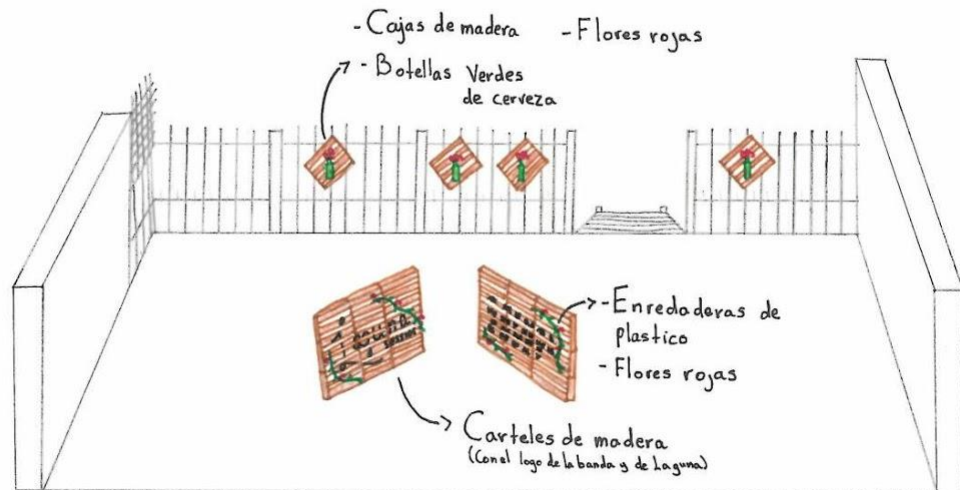
Bandas: todas las bandas que participen en los festivales emergentes del Perú

7. INSIGHTS DEL CONSUMIDOR

- a. Me gustaría escuchar más música en español, pero no conozco
- b. Cada vez que voy a un festival siempre grito con esta canción
- c. En las radios siempre pasan la misma música
- d. Siento que no promueven la cultura en mi país
- e. Me gustaría que mis amigos escuchen más música nacional
- f. Siento que no hay una industria musical en mi país
- g. Las bandas peruanas solo existen en Facebook
- h. Las bandas peruanas nunca van a sonar en la radio
- i. No habrá un próximo “Libido”
- j. Solo veo videos porque son gratis
- k. siempre pienso que la versión en vivo suena mejor que el disco
- l. No necesito un Sony para sacar un buen producto
- m. No tengo que cantar en inglés para suene bien
- n. Siempre veo a las mismas bandas en los festivales
- o. Prefieren mi música fuera que dentro de mi país

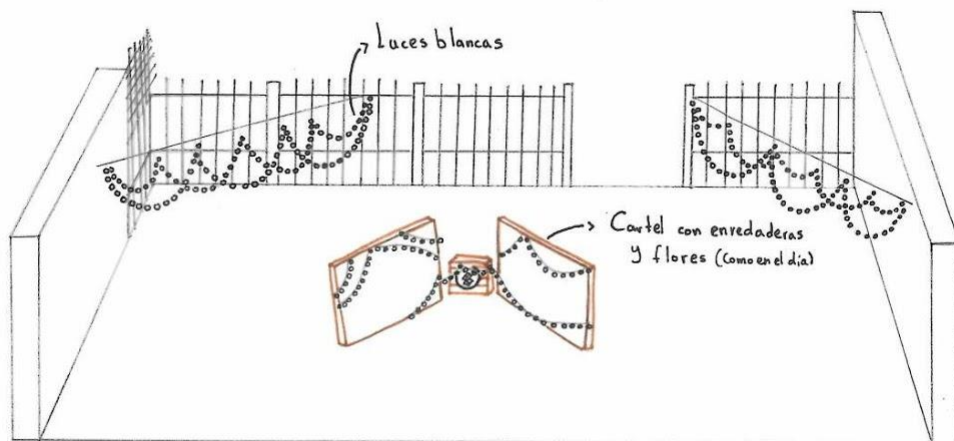
ANEXO 2: Bocetos - Dirección de Arte

Arte Día / Animal Chuki / Laguna Sessions



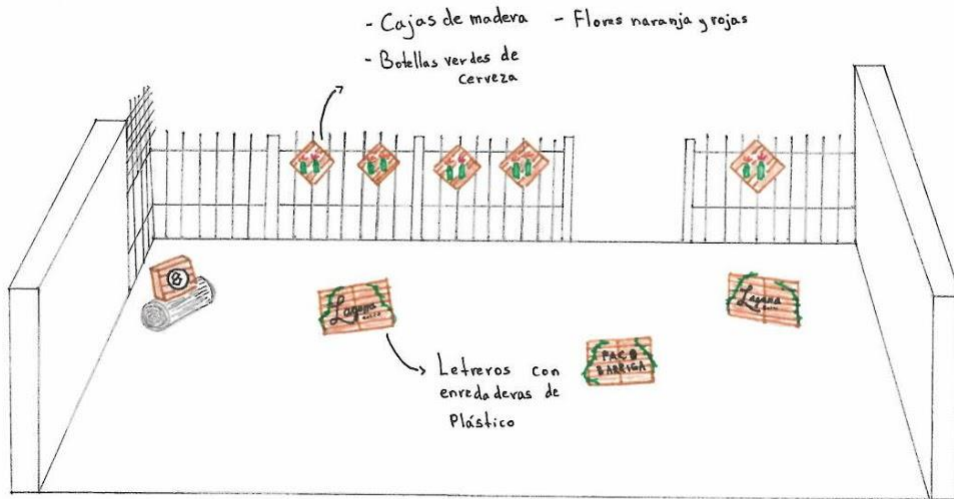
Rodrigo Panta 13/02/17

Arte Noche / Animal Chuki / Laguna Sessions



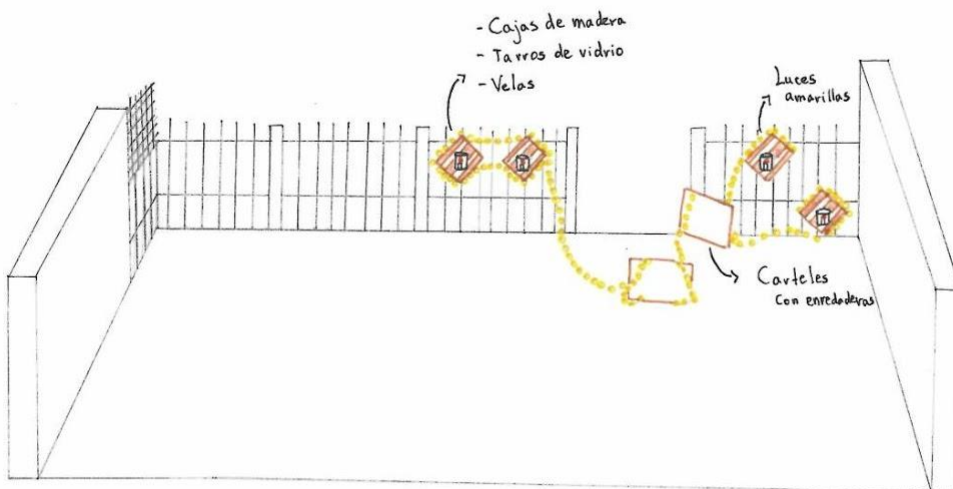
Rodrigo Panta 13/02/17

Arte Día / Paco Barriga / Laguna Sessions



Rodrigo Panta 20/03/17

Arte Noche / Paco Barriga / Laguna Sessions



Rodrigo Panta 20/03/17

ANEXO 3: Contra Rider

LAGUNA SESSIONS

CONTRA RIDER

INSTRUMENTACION

- Amplificador de bajo - Hartke A70
- Amplificador de guitarra - Vox VT50
- Amplificador de guitarra Vox AC30
- Batería – Mapex Mbirch
 - Bombo de 20´
 - Tarola de 14´
 - Tom 12´
 - Napoleon 16´
 - Atril de HiHat
 - Atril de Tarola
 - Atril Recto (Crash)
 - Atril con Boom (Ride)
 - Pedal de Bombo
 - Tom Holder

*la batería no incluye platillos

SONIDO

- Consola de 32 canales Allen & Heath – GL 2800
- - Retorno amplificador de bajo Hartke A50
- - 1 microfono de condensador
- - 5 microfones Sure 57
- - 2 microfones Sure 58
- - 7 parantes de micrófono
- - 2 microfones (Pecheros) – Para entrevista

MISCELANEOS

- Red de cableado AC de acuerdo a las necesidades de la Banda

ANEXO 4: Carta al decano

Lima, 25 de enero del 2017

Señor

Walter Neira Bronttis

Decano académico

Facultad de Comunicación

Universidad de Lima

Junto con saludarlo cordialmente, nos dirigimos a usted con el fin de solicitar un préstamo de equipos que requerimos para la grabación de nuestro proyecto profesional llamado “Laguna Sessions”, que se realizará en siete sábados, en las siguientes fechas: 18 de febrero; 4, 18 y 25 de marzo; 8 y 22 de abril; y el 6 de mayo. El horario para todas las grabaciones es a partir de las 11 am hasta las 9 pm.

Somos un grupo de estudiantes de Comunicación y Administración de la Universidad de Lima y confiamos en que este proyecto reforzará nuestra experiencia en el ámbito profesional. Éste consiste en crear, producir, grabar y editar un programa de música con 14 episodios a 7 bandas nacionales diferentes, con la finalidad de entrar al mercado y ser considerados una opción más; como una organización productora de material de este tipo.

Sin embargo, nuestros recursos técnicos son limitados, por eso se le agradecería el apoyo de la Universidad con los siguientes equipos: de iluminación (tres divalight (Kino), de video (monopie) y de audio (Una consola de 8 canales, cuatro micrófonos dinámicos, cuatro parantes de micrófonos, cuatro cables XLR para micrófonos dinámicos, una caja directa (Snake)).

Aquí le adjunto la relación de alumnos con los que estamos participando en este proyecto y que nos haríamos responsables de todo el equipo que nos pueda prestar nuestra Casa de estudios: Diego Bedoya, Sergio Ramirez, Fiorella Tapia, Atuel Merino, Rodrigo Panta, Carolina Lomniczi, Alvaro Osco y la que le escribe, Jagoda Vasquez Ochoa con código de alumno: 20122294.

Sin más que agregar y agradeciendo su buena acogida y pronta respuesta, saluda atentamente,

Jagoda Dagmara Vasquez Ochoa

Productora General

dagmara09@hotmail.com

956565749

ANEXO 5: Presupuesto estimado de una Laguna Sessions

	ITEM	CANTIDAD	COSTO	TOTAL INVERSIÓN	INVERSIÓN REALIZADA	AUSPICIO
VIDEO	Alquiler Monopie	2	S/. 100.00	S/. 200.00	S/. -	UL
	Alquiler sony a7s	3	S/. 300.00	S/. 900.00	S/. -	
	Alquiler Típode	2	S/. 60.00	S/. 120.00	S/. -	
	Alquiler claqueta	1	S/. 5.00	S/. 5.00	S/. -	
LENES	Alquiler 50mm	1	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00	-
	Alquiler 24 -85 mm	1	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. -	Equipo
	Alquiler metabones	1	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00	-
ILUMINACIÓN	Alquiler fresneles 1000w	3	S/. 150.00	S/. 450.00	S/. -	UL
	Alquiler fresneles 650w	2	S/. 90.00	S/. 180.00	S/. -	
	Alquiler fresnel 300w	1	S/. 70.00	S/. 70.00	S/. -	
	Alquiler kinos diva	3	S/. 300.00	S/. 900.00	S/. -	
	Alquiler Dolly	1	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. -	
	Alquiler extensiones en caja	6	S/. 10.00	S/. 60.00	S/. -	
	Alquiler extensiones simples	6	S/. 5.00	S/. 30.00	S/. -	
	Alquiler dimmer	6	S/. 15.00	S/. 90.00	S/. -	
	Alquiler bolsas de arena	12	S/. 10.00	S/. 120.00	S/. -	
	Alquiler kit filtros de color	1	S/. 35.00	S/. 35.00	S/. -	
	Alquiler kit filtros de temp.	1	S/. 35.00	S/. 35.00	S/. -	
SONIDO	Alquiler Shure sm 57	4	S/. 50.00	S/. 200.00	S/. -	UL
	Alquiler Shure sm 58	4	S/. 55.00	S/. 220.00	S/. -	
	Alquiler parantes de micrófonos	4	S/. 80.00	S/. 320.00	S/. -	
	Alquiler cables XLR	14	S/. 10.00	S/. 140.00	S/. -	
	Alquiler consola de 32 canales	1	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. -	
	Alquiler Pecheros	3	S/. 25.00	S/. 75.00	S/. -	
	Alquiler cables plug plug	2	S/. 10.00	S/. 20.00	S/. -	
	Alquiler Batería	1	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00	
Día dels onidista	1	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 100.00	-	
ARTE	Diveros	1	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 100.00	-
MOVILIDAD	Para el equipo	26	S/. 15.00	S/. 390.00	S/. -	Equipo
	Para la banda	2	S/. 25.00	S/. 50.00	S/. 50.00	-
ALIMENTACIÓN	Diverso	1	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00	-
				S/. 6,510.00	S/. 900.00	

ANEXO 6: Carta de Presentación

CeroAleatorio® - Música Infinita



Presentación

Laguna Sessions

¿Quiénes Somos?

Somos un grupo humano de jóvenes apasionados por la música peruana y por las bandas que trae consigo. A través de ésta organización pretendemos difundir el arte de nuestro país, con la ayuda de nuestros conocimientos, en diferentes especialidades que van desde la administración, marketing, ciencias de las comunicación, etc.

Descripción del proyecto

Desde febrero del presente año hasta diciembre, estaremos cubriendo una campaña a través de nuestras redes sociales, con el fin de viralizar el contenido original de nuestra página. Esta campaña tiene como propósito concientizar y sensibilizar a los “fans” virtuales de las bandas (con las cuales se llevará a cabo el proyecto) para que éstos asistan con más concurrencia a las presentaciones en vivo de los artistas. Dentro de este contenido se encuentran la “Laguna Sessions”. Proyecto que tiene como fin secundar dicha campaña con la ayuda de 2 videos que serán colgados en la cuenta de Youtube de CeroAleatorio. Cada video tiene como objetivo mostrar a la banda en una faceta diferente. El video de la “Laguna Session” que se grabará de día, pretende mostrar a la banda en su formato original. Mientras que la sesión de noche mostrará un lado más íntimo y cálido, ésta será acompañada de una canción acústica de la banda.

Objetivos

El objetivo principal del proyecto es lograr sensibilizar al público peruano acerca de cómo la música es un experiencia que se debe vivir en vivo y en directo y que no es un arte que solo se deba quedar en el acto de escuchar.

Fechas

Las grabaciones de la “Laguna Sessions”, se realizarán en siete sábados de 15:00 a 20:00 horas, en las siguientes fechas:

- Febrero: 18
- Marzo: 4, 18 y 25
- Abril: 8 y 22
- Mayo: 6

Links:

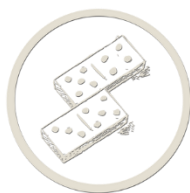
Con el fin de mostrar la calidad del producto de CeroAleatorio, dejamos adjunto el link del producto final.

Sesión de día:

<http://bit.ly/2DeDia>



ANEXO 7: Ficha de información de las bandas



FICHA – Laguna Sessions

Marzo, 2017

A. **BANDA:** _____

B. **FECHA DE GRABACIÓN:** __/__/__

C. **INTEGRANTES:**

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____

D. **ACOMPañANTES (máximo 2 personas):**

1. _____
2. _____

E. **CANCION PARA LA SESION DE DÍA:**

1. _____

F. **CANCION PARA LA SESIÓN DE NOCHE:**

1. _____

G. **BACKLINE:**

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____

H. **NOTA:**

1. Las sesiones de “Laguna Sessions” se graban y mezclan en vivo. Contando con 60 minutos para poder instalar y ensayar. Este tiempo es tanto para los músicos como para el sonidista.