

**Sonidos del Dorado. Portafolio musical publicitario para el municipio de Sesquilé
Cundinamarca.**

Rafael Antonio Leal Bolaños

Asesor

Sebastián García

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH
Programa de Música

2025

Agradecimientos

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han sido parte de este importante capítulo en mi vida. En primer lugar, agradezco a Dios por guiarme y darme la fortaleza necesaria para alcanzar esta meta. Su luz ha sido mi inspiración en cada paso del camino.

A mi familia, gracias por su amor incondicional y su apoyo constante. Ustedes han sido mi pilar, siempre animándome a seguir adelante y recordándome la importancia de los valores y la perseverancia. Sin su respaldo, este logro no habría sido posible.

También quiero reconocer a la comunidad de Sesquilé, un lugar lleno de belleza y cultura, que me ha brindado experiencias inolvidables. La música y el turismo de esta región han enriquecido mi vida y me han enseñado a valorar nuestras tradiciones y el entorno que nos rodea.

A todos mis amigos y compañeros, gracias por compartir este viaje conmigo. Cada uno de ustedes ha dejado una huella en mi corazón y ha hecho de esta experiencia algo aún más especial.

Con gratitud y amor, celebro este logro y miro hacia el futuro con esperanza y entusiasmo. ¡Gracias a todos!

Resumen

El presente proyecto de investigación-creación consistió en realizar la musicalización para la marca turística del municipio de Sesquilé, Cundinamarca, mediante un portafolio musical publicitario, que consta de un audio-logo, tres cuñas para radio, tres jingles ad song y un jingle marca, con una duración total de diez minutos, que aborda ritmos de bambuco, carranga y fusión de vallenato carranga, que son propios y representativos del municipio. A través de una indagación, que permitió identificar los elementos característicos identitarios de Sesquilé, se logró que el producto musical fuera coherente con la marca y los fines turísticos del municipio. Para esto se seleccionaron instrumentos representativos de los géneros mencionados, buscando que estos reflejaran los valores y la identidad de la marca-municipio, haciendo especial énfasis en la creación musical con fines identitarios y turísticos, junto a técnicas de grabación para lograr la mejor captura del sonido y representación sonora de estos instrumentos. Esta atención a la producción permite plantear, como alternativa musical publicitaria, al sonido, géneros e instrumentos como vehículos de una memoria musical y representativa de un territorio.

Palabras clave. Portafolio publicitario, turismo, Sesquilé, vallenato, carranga, bambuco, géneros, técnicas de grabación.

Abstract

The present research-creation project consisted of creating music for the tourist brand of the municipality of Sesquilé, Cundinamarca, through an advertising musical portfolio, which consists of an audio-logo, three radio spots, three ad song jingles and a brand jingle, with a total duration of ten minutes, which addresses bambuco, carranga and vallenato carranga fusion rhythms, which are typical and representative of the municipality. Through an investigation, which allowed identifying the characteristic identity elements of Sesquilé, it was achieved that the musical product was consistent with the brand and the tourist purposes of the municipality. For this, representative instruments of the aforementioned genres were selected, seeking that they reflect the values and identity of the brand-municipality, placing special emphasis on musical creation for identity and tourism purposes, along with recording techniques to achieve the best capture of the sound and sound representation of these instruments. This attention to production allows us to propose, as an advertising musical alternative, sound, genres and instruments as vehicles of a musical memory and representative of a territory.

Keywords. Advertising portfolio, tourism, Sesquilé, vallenato, carranga, bambuco, genres, recording techniques.

Tabla de Contenidos

Agradecimientos	2
Resumen.....	3
Abstract	4
Tabla de Contenidos	5
Lista de Figuras.....	8
Lista de Tablas	9
Apéndices.....	10
Introducción	11
Planteamiento Temático.....	13
Justificación	15
Objetivos	17
Objetivo General.....	17
Objetivos Específicos.....	17
Marco Teórico.....	18
<i>Música y Publicidad: Una Breve Mirada</i>	18
<i>Audio-Logo</i>	18
<i>Cuña Radial o Institucional</i>	19
<i>Perifoneo</i>	19
<i>Jingle-Adsong</i>	19
<i>Jingle-Marca</i>	20
Descripción del Municipio de Sesquilé y Su Oferta Cultural y Turística.....	20
Identidades Culturales Desde La Música.....	21

Géneros Musicales	22
<i>Bambuco</i>	22
<i>Carranga</i>	22
<i>Vallenato Merengue</i>	23
Técnica De Micrófono Único	23
Técnicas De Grabación de Cuerdas Pulsadas	24
Grabación de Aerófonos	25
<i>Grabación De Percusiones</i>	26
<i>Grabación De Voces</i>	27
Desarrollo y Creación de Obra	29
Identificación y Análisis	29
Composición Musical	29
<i>Jingle Ad Song 1</i>	30
<i>Jingle Ad Song 2</i>	30
<i>Jingle Ad Song 3</i>	31
<i>Letra Jingles Ad Song</i>	31
<i>Audio-Logo</i>	34
<i>Jingle marca</i>	34
<i>Cuña Radial</i>	35
Grabación.....	38
<i>Recursos Humanos, Equipos, Espacio y Técnicas De Grabación</i>	38
<i>Jingle Ad Song y Jingle Marca</i>	38
<i>Audio-Logo</i>	45

<i>Cuñas</i>	46
Conclusiones	48
Referencias Bibliográficas	50
Apéndices.....	52

Lista de Figuras

Figura 1 – Técnica Grabación Cuerdas Pulsadas.....	25
Figura 2 - Técnica de Grabación de Aerófonos	26
Figura 3 - Técnica de Grabación Percusión	27
Figura 4 - Técnica de Grabación De Voces	28
Figura 5 – Logo Visual	34
Figura 6 - Presentador Festivales Culturales de Sesquilé	37
Figura 7 - Técnica Grabación Percusión Bambuco	39
Figura 8 - Técnica Grabación Cuerdas Pulsadas	40
Figura 9 - Técnica de Grabación Vientos	41
Figura 10 - Técnica de Grabación Voces.....	41
Figura 11 - Técnica de Grabación Guacharaca.....	42
Figura 12 - Técnica de Grabación Campanas y Platillos para Vallenato-Carranga	43
Figura 13 - Técnica de Grabación Caja Vallenata para Vallenato-Carranga.....	44
Figura 14 - Técnica de Grabación Bajo Eléctrico para Vallenato Carranga.....	45
Figura 15 - Técnica de Grabación Vientos Audio Logo.....	46
Figura 16 - Técnica de Grabación Voz Cuna Radial	47

Lista de Tablas

Tabla 1. Características Generales Jingle Ad Song 1	32
Tabla 2 - Características Generales Jingle Ad Song 2.....	33
Tabla 3 - Características Generales Jingle Ad Song 3.....	33

Apéndices

Apéndice 1 – Enlace Carpeta de Audios..... 52

Introducción

El presente proyecto de investigación-creación denominado *Sonidos del Dorado - Portafolio musical publicitario para el municipio de Sesquilé Cundinamarca*, tuvo como objetivo central la promoción y el fortalecimiento de la identidad cultural del Municipio de Sesquilé a través de un portafolio musical publicitario que combina la riqueza de sus tradiciones y biodiversidad. La música como vehículo de expresión, fue la herramienta clave para visibilizar los principales atractivos turísticos de la región, tales como la Laguna del cacique Guatavita y el Cerro de las Tres Viejas, sitios que no solo son de gran interés natural, sino que también poseen un profundo significado histórico y cultural para la comunidad local y alrededores.

Este proyecto buscó la apropiación musical de géneros como bambuco, carranga y fusión de vallenato carranga junto a la integración de la grabación y producción de instrumentos autóctonos como la guitarra, el tiple, la guacharaca y la caja vallenata, así como instrumentos de viento como la quena. Cada instrumento fue capturado de manera que resalte su timbre único, con una atención especial a las variaciones y texturas que los hacen característicos. Las técnicas de grabación se adaptaron para capturar la riqueza sonora de cada uno de estos instrumentos, desde su resonancia, sus componentes espectrales, hasta su dinámica interpretativa.

Lo anterior buscó, adicionalmente, que estos instrumentos pudieran interactuar desde la producción, con elementos naturales del municipio para aprovechar el poder evocador de la música, transportando al oyente a un viaje sensorial, conectándolo con la magia y el misterio de estos lugares, reflejando las leyendas y tradiciones ancestrales que han sido transmitidas de generación en generación. Así, este portafolio, pretendió, a través de la fusión de sonidos autóctonos y contemporáneos, crear una obra musical, dentro de un portafolio publicitario, que no solo resalte la diversidad cultural de Sesquilé, sino que también muestre la evolución y

riqueza sonora de la región. La integración de estos instrumentos tradicionales fue la base para lograr una sonoridad auténtica que captó la esencia de la música colombiana, tomando como referentes a destacados artistas y productores del país como Kaleth Morales, Jorge Veloza, Juan Eulogio Mesa y José Ricardo Torres.

Con una duración total de diez minutos, la producción musical de este portafolio musical publicitario consta de una propuesta que se componen de: un audio-logo, tres cuñas para radio, tres jingles ad song y un jingle marca, que abordan ritmos de bambuco, carranga y fusión de vallenato carranga y que exploran distintos estilos y sonoridades, creando una experiencia auditiva atractiva, que permita a los oyentes sumergirse en la historia, la cultura y el paisaje de Sesquilé.

Además, este portafolio albergará la posibilidad de difusión en medios locales como emisoras comunitarias y plataformas digitales de difusión, generando un alcance que permita dar a conocer la marca Sesquilé a nivel nacional.

En el siguiente documento, se presenta primero un marco teórico que expone los conceptos relacionados con la música publicitaria, identidad del municipio de Sesquilé, géneros musicales y técnicas de grabación. Posteriormente, en la sección de desarrollo, se detallan también los procesos de indagación sobre Sesquilé, el proceso de creación musical partir de los géneros abordados, creación de texto y grabación de instrumentos musicales, para alcanzar el producto deseado para la marca-municipio. Finalmente, se incluyen las conclusiones, donde se analizan los aciertos, desafíos y aprendizajes que emergieron a lo largo de todo el proceso creativo del portafolio musical publicitario *Sonidos Del Dorado*.

Planteamiento Temático

La música en la publicidad desempeña un papel importante, ya que genera una conexión emocional entre la marca y el consumidor. Desde jingles pegajosos hasta melodías que transmiten nostalgia, dejando una impresión duradera en el consumidor final, lo que ayuda a crear una identidad de marca sólida y de fácil recordación, lo que demuestra que los productos que incluyen música son más memorables que aquellos que no lo hacen. Esto se debe a que la música activa áreas del cerebro relacionadas con la memoria y las emociones (Colegio San Buenaventura, 2020, p. 2).

Por otro lado, en el ámbito de la promoción turística, la publicidad desempeña un papel crucial ya que nos permite conectar el municipio de Sesquilé, Cundinamarca con viajeros potenciales, para lograr así una comunicación efectiva, reduciendo la escasa promoción del turismo en Sesquilé, que representa un obstáculo significativo para su desarrollo económico y social. Aunque el municipio posee un valioso patrimonio natural, cultural y artístico, enfrenta la competencia de destinos turísticos cercanos que han logrado un mejor posicionamiento en el mercado. Este proyecto de investigación-creación surge como una respuesta creativa a este desafío, proponiendo el uso de la música como una herramienta clave para mitigar la tendencia de los turistas a preferir otros lugares cercanos.

Por esta razón se vio la necesidad de crear un portafolio publicitario, que respalde la marca Sesquilé, permitiendo a propios y visitantes reconocer de mayor manera al municipio como un gran destino turístico, a través de la grabación acústica de diversos instrumentos asociados a los géneros, de bambuco, carranga y vallenato, que permitieron resaltar la identidad sonora y cultural del municipio. Para esto es importante que la captura sonora de cada instrumento no sea procesada en la etapa de mezcla, preservando de esta forma los rasgos

sonoros y tímbricos que hacen parte de una tradición sonora. Lo que nos lleva a plantear la siguiente pregunta.

¿Cómo producir un portafolio musical publicitario para la marca turística del municipio de Sesquilé Cundinamarca, que integre géneros tradicionales de bambuco, carranga y vallenato-carranga, desde su adaptación musical y la apropiación de técnicas de grabación de los instrumentos representativos de estos géneros, que permita resaltar la identidad cultural y geográfica del municipio, a través de una composición sonora y textual?

Justificación

La falta de impulso turístico en Sesquilé representa un desafío significativo para el desarrollo económico y social del municipio. A pesar de contar con una riqueza natural, cultural y patrimonial, Sesquilé enfrenta la competencia de destinos turísticos cercanos que han logrado posicionarse mejor en el mercado. Este proyecto de investigación-creación se plantea como una respuesta creativa a esta situación, utilizando la música como herramienta estratégica para mitigar la tendencia de los turistas a preferir otros destinos.

La música tiene un poder transformador, no solo por su capacidad para conectar emocionalmente con las personas, sino también por su influencia en la creación de una identidad cultural. En este contexto, la musicalización y producción musical de la marca Sesquilé se presentan como una estrategia innovadora en el municipio para generar un vínculo emocional duradero entre los turistas y Sesquilé. A través de composiciones originales, que reflejan la esencia del municipio, se busca despertar la curiosidad de los visitantes y que deseen conocer y valorar el destino.

El componente musical de este proyecto tiene un impacto directo en la identidad de Sesquilé, posicionándolo como un lugar memorable y lleno de vida. Al incorporar sonidos representativos de la región, fusionados con elementos de la cultura local y de la tradición musical, se logra una propuesta impactante. Esta música no solo atraerá la atención de los turistas, sino que también contribuirá al sentido de pertenencia de la comunidad local, promoviendo la integración de los habitantes en la conservación de este recurso cultural.

Como productor musical, el rol desempeñado en este proyecto va más allá de la simple creación de composiciones; implica la construcción de una identidad sonora que será el vehículo para transmitir la esencia de Sesquilé a través de la música, la cual tiene la capacidad de evocar

emociones y recuerdos, lo que convierte a este proyecto en una oportunidad para transformar la percepción de Sesquilé en la mente de los visitantes.

Además, la colaboración del programa de Música de la UNAD y los talentos locales, fortalece el tejido social y cultural del municipio, fomentando la participación de los ciudadanos en el proceso creativo. Esta colaboración también promueve el desarrollo de nuevos talentos y ofrece a los estudiantes y artistas locales una plataforma para dar a conocer su trabajo.

Las estrategias publicitarias que acompañan este proyecto son fundamentales para garantizar la visibilidad y el impacto de la música creada, al mismo tiempo que resaltan los atractivos turísticos del municipio. La utilización de la música en campañas publicitarias y en plataformas digitales ayudará a posicionar a Sesquilé como un destino turístico llamativo, cuyo atractivo principal no solo reside en sus paisajes y tradiciones, sino también en la autenticidad de su propuesta cultural.

Por lo tanto, este proyecto de investigación-creación se basa en la convicción de que la música, como medio de expresión artística y cultural, puede contribuir al desarrollo turístico de Sesquilé, mediante el flujo de turistas, que valoren la autenticidad, el patrimonio y la comunidad local.

Objetivos

Objetivo General

Crear un portafolio musical publicitario para la marca turística del municipio de Sesquilé Cundinamarca que integre y fusione los géneros tradicionales de bambuco, carranga y vallenato-carranga, desde su adaptación musical y la apropiación de técnicas de grabación de los instrumentos representativos de estos géneros, con el fin de promover la identidad cultural del municipio, resaltando sus paisajes, tradiciones y costumbres a través de una composición sonora y textual que evoque tanto la serenidad de su entorno natural como la alegría y el dinamismo de sus festividades.

Objetivos Específicos

Recopilar información sobre las leyendas, tradiciones y eventos históricos que serán la inspiración para las composiciones musicales y textos, asegurando una representación auténtica y fiel de la cultura del municipio.

Apropiar en forma de portafolio musical publicitario los géneros musicales bambuco, carranga y vallenato-carranga, desde la composición y selección de instrumentos, para la producción musical de las piezas audio logo, cuñas radiales, jingle adsong y jingle marca, reflejando la importancia cultural de Sesquilé para preservar y proyectar la identidad cultural, conectando su historia con el presente de forma atractiva.

Experimentar y aplicar diversas técnicas de grabación para capturar con precisión los sonidos característicos de los instrumentos de los géneros bambuco, carranga y vallenato-carranga, que representan la identidad sonora y cultural de Sesquilé.

Marco Teórico

Para el desarrollo de este proyecto, desde la etapa de creación, se fundamentó en diversos aspectos clave. En primer lugar, se exploraron los conceptos de música y publicidad, analizando cómo estos dos campos pueden entrelazarse para crear un impacto significativo. Además, se realizó una descripción detallada del municipio de Sesquilé, haciendo énfasis en su identidad cultural y en la diversidad de géneros musicales que lo caracterizan. Asimismo, se consideraron las técnicas de grabación, las cuales constituyen el pilar fundamental del presente proyecto, orientado a la creación de un portafolio musical publicitario. Estas técnicas no solo permiten capturar la esencia de la música local, sino que también contribuyen a la elaboración de contenidos atractivos y profesionales que resalten la singularidad de Sesquilé.

Música y Publicidad: Una Breve Mirada

El uso de la música en la publicidad se centra en influir en las emociones y mejorar la experiencia del consumidor. Se emplea para reforzar el mensaje de una campaña, hacerla más memorable y establecer una conexión emocional con el público. A través de jingles, canciones populares o composiciones originales, la música puede destacar un producto, crear sensaciones positivas o asociar la marca con determinados valores. Su uso adecuado puede aumentar el impacto de un anuncio y facilitar la recordación de la marca (Sánchez, 2015, p. 87).

Audio-Logo.

Breve secuencia de sonidos o música que representa a una marca o empresa. Su objetivo es crear una asociación instantánea entre el sonido y la identidad de la marca, facilitando su reconocimiento. Generalmente dura solo unos segundos y se utiliza en publicidad, comerciales y plataformas digitales. Un buen audio logo evoca emociones y refuerza la presencia de la marca en la mente del consumidor (“Qué es un audiólogo”, 2023, párr. 3).

Cuña Radial o Institucional

Anuncio breve que se transmite por la radio, diseñado para promocionar productos, servicios o eventos. Generalmente dura entre 15 y 60 segundos y utiliza un lenguaje atractivo y persuasivo para captar la atención del oyente. Las cuñas radiales suelen incluir música, efectos de sonido y un llamado a la acción, buscando generar interés y motivar al público a realizar una compra o participar en una actividad (Medina, 2014, p. 1).

Perifoneo.

Técnica de comunicación y publicidad que consiste en la difusión de mensajes a través de altavoces o megáfonos, generalmente en espacios públicos. Esta práctica se utiliza para promocionar productos, servicios, eventos o campañas, y suele realizarse en vehículos que recorren calles y plazas, atrayendo la atención de las personas mediante anuncios sonoros. Es una forma efectiva de llegar a un gran número de personas de manera directa y rápida (Gm, 2008, p. 1).

Jingle-Adsong.

Composición musical diseñada para anuncios comerciales, que tiene como objetivo captar la atención del público y facilitar la recordación de una marca, producto o servicio. Estas canciones suelen tener una melodía pegajosa que se queda en la mente del oyente, con letras claras y concisas que destacan los beneficios del producto o mensaje. Además, buscan reafirmar emociones positivas para crear una conexión más fuerte con la audiencia. La repetición en los anuncios ayuda a reforzar el mensaje y a que los consumidores lo recuerden con mayor facilidad (Chartuni, 2007, p.12).

Jingle-Marca

Un jingle de marca es una breve melodía o canción que se utiliza en publicidad para promocionar un producto, servicio o empresa. Su objetivo es ser pegajoso y memorable, de manera que los consumidores lo asocien fácilmente con la marca. Los jingles suelen incluir el nombre de la marca y algún mensaje clave, creando una conexión emocional con el público. Muchos jingles se vuelven icónicos y son recordados mucho después de haber sido transmitidos, lo que ayuda a fortalecer la identidad de la marca en la mente de los consumidores (Almeida, 2024, p.1)

Descripción del Municipio de Sesquilé y Su Oferta Cultural y Turística

Sesquilé es un municipio colombiano ubicado en el departamento de Cundinamarca, en la provincia de Almeadas, a 45 km al noreste de Bogotá, fundado en 1600, su territorio es diverso, con zonas de planicie y áreas montañosas, donde se practica la agricultura y ganadería, especialmente la producción de papa. Con una rica historia cultural diversos atractivos turísticos, como lo son el cerro de las tres viejas y la laguna del cacique Guatavita, ubicada en la vereda tierra negra. Conocido por su clima frío y paisajes naturales, su visión turística se enfoca en la combinación de naturaleza y herencia cultural, ofreciendo a los visitantes la oportunidad de explorar paisajes imponentes y tradiciones ancestrales. Los rasgos culturales identitarios incluyen la influencia Muisca, la arquitectura colonial y la calidez de su gente, mientras que sus rasgos musicales se manifiestan en el bambuco, la carranga y el vallenato, adoptado en la región desde hace muchos años, por lo cual ya podemos incluir este género musical como parte de nuestra identidad, que si bien, no es de la región, hace parte de la cultura colombiana (J. Acero, comunicación personal, 15 de abril de 2025).

Sesquilé se presenta como un destino turístico ideal para aquellos que buscan naturaleza

y cultura. Se destaca la posibilidad de visitar la laguna de Guatavita, restos arqueológicos muiscas y la belleza de sus paisajes. La hospitalidad de su gente y la riqueza de su historia cultural son también elementos importantes, que se conjugan con las festividades que suelen incluir celebraciones religiosas, culturales de carácter local, que reflejan las tradiciones y costumbres de la región. Entre las festividades más importantes, que brindan la oportunidad de conocer la riqueza cultural del municipio tenemos el Festival cultural convites de la india infiel y el festival y concurso nacional de danzas, llamado Al compás de tominejos (J. Acero, comunicación personal, 15 de abril de 2025).

Identidades Culturales Desde La Música

La identidad cultural reconoce la riqueza y diversidad del patrimonio desde sus tradiciones ancestrales hasta sus expresiones contemporáneas. Se propone preservar, promover y revitalizar esta identidad cultural a través de la música como un medio de conexión y expresión que mediante la creatividad y originalidad en la composición musical, desarrolle un repertorio inédito que refleje la esencia y los valores, fomentando la experimentación y la innovación musical como vías para transmitir emociones y contar historias que resuenen con la audiencia, también es importante resaltar la importancia de la colaboración entre diferentes disciplinas, como la música, la antropología, el turismo y la gestión cultural, para abordar de manera integral los desafíos y oportunidades relacionados con el impulso turístico y la promoción cultural, generando accesibilidad y difusión artística a través de medios y plataformas que lleguen a una amplia audiencia, permitiendo emplear estrategias de difusión tales como; eventos en vivo, colaboraciones con medios de comunicación y transmisiones en línea para maximizar el impacto y la visibilidad del proyecto (Identity, 2007, p.3).

La musicalización se concibe como un medio poderoso para encapsular la identidad cultural, la selección y creación de composiciones musicales se abordan desde una perspectiva que refleje la historia, las tradiciones y la diversidad cultural, buscando crear obras musicales que conecten emocionalmente con el público y transmitan su esencia, por lo cual la producción musical se considera un elemento fundamental para elevar la calidad y el impacto de las composiciones creadas, priorizando la técnica y artística en todas las etapas del proceso de producción, desde la grabación de instrumentos y voces hasta la mezcla y masterización final. Utilizando tecnologías y recursos apropiados, que garantizan un resultado sonoro de alta calidad, permitiendo así atraer a una audiencia diversa (Jaramillo, 2013, p. 2).

Géneros Musicales

Bambuco

El bambuco es un género musical y danza tradicional de Colombia, especialmente en la región andina. Con influencias indígenas, africanas y españolas, el bambuco es un símbolo de identidad cultural colombiana y un patrimonio inmaterial del país. Se caracteriza por su ritmo sincopado en compás de 6/8 y melodías alegres. Se toca con instrumentos como la guitarra, el tiple y la caja, y sus letras abordan temas de amor, naturaleza y vida cotidiana (Suarez, 2009, p. 2).

Carranga

La carranga es un género musical folclórico de Boyacá, Colombia, caracterizado por su ritmo alegre en compás de 6/8. Se interpreta con instrumentos como la guitarra y el tiple. Sus letras abordan temas de la vida rural y tradiciones campesinas, creando una conexión con la cotidianidad. Además, incluye danzas festivas que invitan a participar. La carranga es un símbolo

de identidad cultural boyacense y refleja la rica herencia musical de Colombia (Lopez, 2021, p. 4).

Vallenato Merengue

La palabra Merengue se remonta a la época de la colonia y proviene del vocablo muserengue, nombre de una de las culturas africanas que, traída desde las Costas de Guinea, llegó a la Costa Atlántica (Ministerio de cultura, 2013, p. 13).

El Merengue Vallenato tradicional, tiene una cuadratura de compás de seis por ocho, un compás derivado, ya que los compases originales son los de 4 tiempos, el de tres y el de dos; desde este punto de vista el Merengue Vallenato es el aire más complejo y a la vez más original entre los cuatro tradicionales (Ministerio de cultura, 2013, p. 13).

El Merengue se diferencia de los demás aires en la interpretación y marcación de los bajos de 3 x 1 y a veces de 1 x 3, de acuerdo con la estructura propia de la melodía. Aunque si el intérprete lo desea puede tocarlo más rápido. Melódicamente es el aire o ritmo más rico del vallenato y su ejecución permite, al intérprete, desplegar todas sus habilidades y hacer un verdadero alarde de cadencia y armonía (Ministerio de cultura, 2013, p. 13).

Técnica De Micrófono Único

Este método es clásico y sencillo. El uso de un solo micrófono enfatiza la captura de la esencia y el sonido crudo de las guitarras según su posicionamiento, que consiste en comenzar con el micrófono a unas 12-14 pulgadas del traste 12. Este punto a menudo captura una mezcla equilibrada de los graves, medios y agudos de la guitarra. Sin embargo, el ajuste fino es clave, el cual se logra acercando el micrófono a la boca, para enfatizar las frecuencias graves, mientras que moverlo por el mástil acentúa los agudos. Es importante escuchar y ajustar la posición del micrófono hasta lograr el tono deseado (Testa, s.f.).

Esta distancia suele combinar el sonido directo de la guitarra y un toque de ambiente envolvente. A medida que el micrófono se acerca, captura más sonido directo del instrumento, que da como resultado un tono más prominente en los graves debido al efecto de proximidad (un aumento en las frecuencias graves a medida que un micrófono se acerca a una fuente de sonido). Por el contrario, si se aleja más, se captura más sonido de la habitación, lo que puede añadir una sensación de espacio a la grabación.

La simplicidad de esta técnica nos da una ventaja significativa, ya que se reducen los posibles problemas de fase de varios micrófonos, requiriendo menos trabajo de postproducción. También es ideal para actuaciones en directo en las que es primordial una configuración limpia.

Esta técnica de micrófono único fue la que se usó para el desarrollo de todo el trabajo de producción del presente trabajo, puesto que funciona para todos los instrumentos con sus respectivos registros, grave, medio y agudo (Testa, s.f.).

Técnicas De Grabación de Cuerdas Pulsadas

Grabar una guitarra acústica puede ser tanto un arte como una ciencia. Dominar los matices de este proceso es esencial para cualquier ingeniero de audio o músico. La elección del micrófono es crucial para que la captura realizada sea de buena calidad, siendo una herramienta fundamental en el proceso de grabación, ya que actúa como interfaz principal entre el instrumento y el sistema de grabación, coloreando el sonido de una manera agradable, agregando calidez y riqueza. Esta coloración puede llenar el cuerpo de una guitarra acústica, haciendo que suene más completa en una mezcla (Testa, s.f.).

Figura 1 – Técnica Grabación Cuerdas Pulsadas

Técnica de Grabación Cuerdas Pulsadas



Nota. Tomado de *Tips para grabar una guitarra acústica* (Benjamin D'urso, 2021) Musicapod.

Grabación de Aerófonos

La grabación de aerófonos tradicionales, como flautas, trompetas u otros instrumentos de viento, requiere un enfoque especial para capturar su timbre y expresividad. Los micrófonos de condensador son generalmente preferidos por su sensibilidad y capacidad para captar los matices del sonido, aunque en entornos más ruidosos también se pueden usar micrófonos dinámicos. La colocación del micrófono es fundamental; para instrumentos como flautas o clarinetes, se recomienda posicionarlo a una distancia de 15-30 cm y ligeramente hacia un lado para evitar distorsiones por el aire directo, mientras que para trompetas o saxofones puede ser necesaria una distancia mayor. Grabar en un espacio tratado acústicamente ayuda a reducir el eco y los ruidos no deseados, y se sugiere utilizar un micrófono de ambiente para captar la resonancia natural del instrumento y el espacio. Es crucial ajustar correctamente los niveles de entrada, ya que los aerófonos pueden tener picos de volumen significativos, lo que hace importante evitar la saturación en el medidor durante la grabación. La técnica del intérprete también juega un papel vital; instruir al músico sobre técnicas de respiración y dinámica puede influir en la calidad del

sonido grabado, además de animarlo a experimentar con diferentes estilos y expresiones para enriquecer la grabación. Posteriormente, es recomendable editar el material para eliminar ruidos no deseados y ajustar la ecualización, resaltando las frecuencias características del instrumento para lograr un sonido más profesional. Realizar pruebas de sonido antes de la grabación final permite ajustar todos los parámetros necesarios y garantizar la mejor calidad posible (Duvan Pierce, 2018).

Figura 2 - Técnica de Grabación de Aerófonos

Técnica de Grabación Aerófonos



Nota. Tomado de Selección de un micrófono para saxofón (earpro , 2015).

Grabación De Percusiones

La grabación de percusión es un proceso que requiere especial atención a diversos factores para capturar el sonido de manera efectiva, por esta razón es recomendable utilizar un micrófono dinámico para instrumentos como tambores, campanas y platillos, ya que es resistente y maneja altos niveles de presión sonora, también es ideal para captar la sensibilidad y los matices del sonido.

Colocar el micrófono cerca del instrumento (técnica de micrófono cercano) captura detalles específicos, mientras que un micrófono de ambiente, situado a una distancia mayor del instrumento (técnica de micrófono lejano) recoge la resonancia y el sonido general del conjunto.

Esto permite mezclar diferentes elementos en la postproducción para obtener un sonido más completo y equilibrado.

El tratamiento acústico del espacio donde se graba es esencial para minimizar el eco y el ruido no deseado. Usar paneles acústicos o trampas de bajos puede mejorar significativamente la calidad del sonido. Por último, experimentar con diferentes técnicas de golpe y dinámicas al tocar los instrumentos puede aportar variaciones interesantes que enriquecerán la grabación final (Audio-Technica usa, 2015).

Figura 3 - Técnica de Grabación Percusión

Técnica De Grabación de Percusión



Nota. Tomado de *Grabación y mezcla de percusión latina* (Vicente frias, 2024) Almavi.

Grabación De Voces

Existen varias técnicas de grabación de voces que pueden mejorar la calidad del audio y la claridad de la interpretación. La grabación cercana, que consiste en colocar el micrófono a 15-30 cm de la boca del interprete, ayuda a captar detalles sutiles y crea una sensación de intimidad. El uso de filtros antipop, colocados frente al micrófono, reduce los estallidos de sonido causados por consonantes explosivas como "p" y "b", evitando así distorsiones en el audio. Además, el

posicionamiento del micrófono puede variar según el estilo deseado; experimentar con diferentes ángulos y distancias es clave para encontrar la mejor captura del sonido. Es fundamental controlar los niveles de entrada para evitar distorsiones, manteniéndolos en un rango seguro sin llegar al rojo en el medidor. Utilizar micrófonos adecuados es igualmente importante: los micrófonos dinámicos son ideales para entornos ruidosos, mientras que los de condensador son excelentes para captar voces con detalle en ambientes controlados. Grabar en un espacio tratado acústicamente reduce el eco y el ruido de fondo, mejorando significativamente la calidad del audio. Instruir al interprete sobre técnicas de respiración puede ayudar a evitar ruidos molestos y mejorar la fluidez en la entrega del texto. La edición posterior también es crucial; eliminar ruidos no deseados y ajustar ecualizaciones y compresiones contribuye a lograr un sonido más profesional. Realizar pruebas de sonido antes de la grabación final permite ajustar todos los parámetros necesarios y garantiza que todo esté listo para obtener la mejor calidad posible. Finalmente, animar al interprete a expresar emociones y variaciones en su tono puede hacer que la grabación sea más atractiva y cautivadora para la audiencia (Hiphop360now, 2013).

Figura 4 - Técnica de Grabación De Voces

Técnica de Grabación de Voces



Nota. Tomado de *Una ayuda para grabar voces* (music, 2019), cronos music blog.

Desarrollo y Creación de Obra

Este portafolio musical publicitario se desarrolla mediante una metodología de investigación y creación, que permite generar nuevo conocimiento a partir de diversas áreas, con un énfasis especial en las técnicas de grabación. Para lograrlo, se establecieron las siguientes etapas clave:

Identificación y Análisis

Los resultados de la entrevista realizada, y socializada anteriormente en el marco teórico (J. Acero, comunicación personal, 15 de abril de 2025), determinó que los valores fundamentales son la solidaridad, el respeto, la cooperación y la empatía, identificados en un público objetivo compuesto por hombres y mujeres de 18 años en adelante. Además, se identificaron las expectativas por parte de la Oficina de Turismo, Cultura y Patrimonio del municipio de Sesquilé, buscando con esto desarrollar un portafolio musical publicitario capaz de conectar con las personas desde su sensibilidad e impacto, con el fin de generar en los visitantes una experiencia satisfactoria que fomente el turismo.

Composición Musical

El vallenato, la carranga y el bambuco son géneros musicales que, aunque no sean originarios de una región específica, como es el caso del vallenato, han sido adoptados y adaptados por las comunidades locales, lo que demuestra cómo la música puede trascender fronteras geográficas y convertirse en parte de la identidad regional. La música en Colombia es un claro ejemplo de la mezcla de diferentes tradiciones indígenas, africanas y europeas. Al incluir géneros como el vallenato en la identidad cultural de una región, se reconoce esta fusión y se celebra la diversidad musical del país. Además, al afirmar que el vallenato forma parte de la identidad regional, se está reconociendo que la cultura es dinámica y está en constante evolución. Las comunidades han incorporado diversas influencias musicales a lo largo del tiempo,

enriqueciendo su patrimonio cultural. También es importante mencionar que estos géneros han sido reconocidos como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por parte de la UNESCO, lo que subraya su importancia no solo a nivel local sino también nacional e internacional. Finalmente, la adopción de estos géneros musicales genera un sentido de pertenencia entre los habitantes de una región, fortaleciendo los lazos comunitarios a través de festivales, danzas y celebraciones que incorporan estas expresiones artísticas.

Con base en aspectos musicales, geográficos, del público objetivo, tendencias actuales y sonoridades influenciadas por otras regiones, se crea la letra de los jingles. Teniendo esta información y lo investigado con relación al impacto de la música en el sector turístico, la geografía del sector y el logotipo existente, se definieron los ritmos y géneros a trabajar para el portafolio musical publicitario, posteriormente se empiezan a crear ideas melódicas que puedan conducir a la construcción de la letra. Esto lleva a la producción de una maqueta inicial, la cual sirve de base para el proceso creativo.

Jingle Ad Song 1

Este jingle ad song se encuentra en la tonalidad de Sol mayor, utilizando una progresión armónica típica el bambuco con el propósito de transmitir una sensación de tranquilidad y paz, por lo tanto, no se incluyen disonancias ni tensiones en la composición.

Jingle Ad Song 2

Este jingle ad song se encuentra también en la tonalidad de Sol mayor, utilizando una progresión armónica típica de la rumba campesina, con el propósito de transmitir una sensación fiestera que invite e impulse las festividades del municipio, por lo tanto, no se incluyen disonancias ni tensiones en la composición, pero sí se marca bastante la sonoridad del tiple para darle una mayor identidad al tema.

Jingle Ad Song 3

Este jingle ad song se encuentra en la tonalidad de Si mayor, teniendo la particularidad de fusionar dos ritmos representativos como lo son el vallenato y la carranga, la parte percusiva se realizó con la caja vallenata y la guacharaca, con una métrica de 6/8 típica del merengue vallenato, para las cuerdas pulsadas se inició con el bajo, en ritmo de merengue vallenato para acompañar la caja, mientras el tiple y la guitarra conservan el ritmo típico de la carranga,

Letra Jingles Ad Song

En la creación de la letra, la cuál es la misma para los tres jingles ad song, se utilizan frases y rimas sencillas que logren facilitar la finalidad del mensaje, pero dando un corte o realce en el coro en su primera frase “Sesquilé tierra querida”, esto con el fin de lograr una recordación en el oyente y resaltar el nombre de la marca. Los tres jingles ad song llevan por nombre “Sesquilé Tierra Querida”

Verso 1

*En tus montañas verdes,
el sol empieza a brillar
Sesquilé refugio eterno,
donde el alma puede sonar.
Ríos susurran secretos
Con aguas de cristal
Cada paso en tus senderos
Es un viaje sin igual*

Coro

*Sesquilé tierra querida
Quiero estar en tu amor
Bajo el cielo que nos guía
Palpita mi corazón (bis)*

Verso 2

*Fiestas llenas de alegría
Cultura en cada rincón*

coro

*Sesquilé tierra querida
Quiero estar en tu amor
Bajo el cielo que nos guía
Palpita mi corazón (bis)*

Verso3

*Nuestra tierra siempre te recibe
Y la riqueza de nuestro folklore
Es la cuna del Dorado, orgullo de mi región
Sesquilé de mis recuerdos, tierra de amor y*

paz

*Son la esencia en mi camino
Y mi luz al caminar*

Coro

*Sesquilé tierra querida
Quiero estar en tu amor
Bajo el cielo que nos guía*

*Cada nota es melodía Cada abrazo
un corazón
En sus montañas verdes
laguna del cacique
Cuentan historias viejas y
Un legado que aún sigue*

*Verso 4
Nuestra tierra siempre te recibe y la
riqueza de nuestro folklore, es la cuna del
Dorado orgullo de mi región
Sesquilé de mis recuerdos, tierra de amor
paz, son la esencia en mi camino, y mi luz al
caminar*

A continuación, se condensan en las siguientes tablas la información musical de los tres jingles ad song.

Tabla 1. Características Generales Jingle Ad Song 1

Características Generales Jingle Ad Song 1.

Género	Bambuco
BPM	147
COMPAS	6/8
TONALIDAD	G
INSTRUMENTOS REALES	Guitarra electroacústica, tiple, saxofón, quena, bombo, voces.
DURACION	2:39

Tabla 2 - Características Generales Jingle Ad Song 2*Características Generales Jingle Ad Song 2*

Género	Carranga
BPM	170
COMPAS	6/8
TONALIDAD	B
INSTRUMENTOS REALES	Guitarra electroacústica, Bajo tiple, guacharaca, caja vallenata, campana, voces.
DURACION	3:04

Tabla 3 - Características Generales Jingle Ad Song 3*Características Generales Jingle Ad Song 3*

Género	Vallenato - Carranga
BPM	147
COMPAS	6/8
TONALIDAD	G
INSTRUMENTOS REALES	Guitarra electroacústica, tiple, bombo, guacharaca, caja vallenata, campana platillo, voces.
DURACION	3:06

Audio-Logo

Se abordó la creación de esta breve secuencia de sonidos o música, que representa a una marca o empresa, buscando respaldar la marca Sesquilé sumergiendo al oyente en los sitios más representativos del municipio con sus tradiciones y sonidos ancestrales. La inspiración del audio-logo parte del logo visual, ya existente para el municipio, que está basado en las ondas de agua que se forman en la laguna del Cacique Guatavita, para recrear esta sensación del soplar del viento y sonidos ancestrales se utilizaron instrumentos de viento como la flauta y la ocarina e instrumentos de percusión como el palo de lluvia.

Desde decisiones de mezcla, gracias al paneo realizado, se da la sensación del ir y venir de las olas cuando pegan en la orilla y forman las ondas que dan origen al logo visual. También gracias a estos instrumentos grabados se usó una melodía característica de la región, presente en el ritmo de carranga, que nos da una identidad con tan solo escucharlo.

Figura 5 – Logo Visual

Logo Visual



Jingle marca

La melodía fue realizada basada en el audio-logo, en ritmo de carranga, utilizado su formato tradicional, tiple guitarra y guacharaca. Además, se adicionó una flauta con el fin de

relacionar su sonido con los sonidos indígenas, tiene una letra muy corta, de fácil recordación y un coro pegajoso para crear una rápida sensación en el oyente. En términos de la creación textual, se crearon unas letras cortas que abordarán los valores de identidad ya mencionados.

Verso

*Es una tierra muy popular llena de paz y
tranquilidad (bis)*

Coro

*Ven a explorar, ven a soñar, que Sesquilé, te
invita a gozar (bis)*

Cuña Radial

Las cuñas radiales son de gran importancia para el municipio. Partiendo del texto, este se diseñó para dar a conocer e impulsar dos de sus eventos más importantes como son el Festival Cultural de la India Infiel y el Concurso Nacional de Danzas. Para ello se utilizó la melodía que también está presente en el audio-logo, para reafirmar la identidad de la región, con ritmo de carranga, usando instrumentos de cuerda como el tiple, con un sonido muy orgánico desde la captura. Para darle una mayor recordación, también se utilizó la voz del locutor que ha presentado los eventos por más de 15 años consecutivos.

Cabe resaltar que estas cuñas diseñadas específicamente para las festividades más importantes del municipio antes mencionadas, se usaron para dar a conocer las fechas de realización por medio de perifoneo en las veredas más alejadas del municipio, donde no llega la señal de la emisora comunitaria, por esta razón la duración de dichas cuñas se hizo más extensa alcanzando los 60 segundos de duración. También se tiene un convenio entre la emisora comunitaria de Sesquilé y la oficina de turismo cultura y patrimonio, donde no afecta la duración de dichas cuñas.

A continuación, se presentan los textos para las tres cuñas trabajadas.

Cuñá Festival De Danzas.

¡Atención, Sesquilé y toda Cundinamarca! Este fin de semana ¡no te pierdas el esperado Festival 'Al Compás de Tominejos'!

Ven a celebrar la riqueza de nuestras tradiciones en un evento lleno de música, color y alegría.

Disfruta de presentaciones de grupos locales y artistas invitados, además de deliciosos sabores de nuestra tierra.

Ven a Sesquilé y déjate llevar por el ritmo de 'Al Compás de Tominejos'. ¡Celebremos juntos nuestras raíces y vivamos un día inolvidable!

Para más información, síguenos en nuestras redes sociales. ¡No faltes! ¡Te esperamos!

Cuñá Festival cultural.

¡Atención, Sesquilé y toda Cundinamarca! Este próximo fin de semana ¡no te pierdas el increíble festival cultural 'Convites de la India Infiel'!

Una celebración de música y arte que resalta la riqueza cultural de nuestro municipio. Disfruta de presentaciones de grupos de diferentes partes del país, y artistas locales, además de muestras de las escuelas de formación que hacen de Sesquilé un lugar único.

Ven a Sesquilé y vive el festival cultural 'Convites de la India Infiel'. ¡Celebremos juntos el arte y la cultura de nuestra tierra!

Para más información, síguenos en nuestras redes sociales. ¡No faltes! ¡Te esperamos con entusiasmo!

Cuña Municipio De Sesquilé

¡Hola aventureros! ¿buscas un escape inolvidable? ¡Ven a Sesquilé! Imagínate explorar paisajes de ensueño, con montañas que abrazan el cielo, un clima perfecto todo el año.

Desde senderos emocionantes hasta la mágica laguna del cacique Guatavita. Cada rincón te espera para ser descubierto, disfruta de la cultura local, prueba la deliciosa gastronomía y conecta con la calidez de su gente ¿listo para la próxima aventura?

Visita Sesquilé y vive la experiencia que siempre soñaste.

Para más información, síguenos en nuestras redes sociales y descubre todo lo que este paraíso tiene para ofrecer. ¡Te esperamos! Sesquilé, cuna de la leyenda del Dorado.

Asimismo, se contó con la participación para las grabaciones de las cuñas, que se abordará más adelante, con el presentador Jorge Casallas.

Figura 6 - Presentador Festivales Culturales de Sesquilé

Presentador Festivales Culturales de Sesquilé



Grabación

Recursos Humanos, Equipos, Espacio y Técnicas De Grabación.

Como interpretes participaron músicos pertenecientes a las escuelas de formación musical del municipio: cantantes Crisóstomo Mogollón y Felipe Diaz, bajista Alejandro Prieto, guitarristas y vionistas Felipe Diaz y Fernando Acero. En todas las demás grabaciones como algunas percusiones fueron interpretados por el presente productor de este proyecto. Por otro lado, algunos instrumentos fueron facilitados por los intérpretes, mientras que los equipos utilizados son propios del productor de este proyecto invirtiendo en dichas compras.

Todo fue grabado y producido en Home Studio, el cual cuenta con los siguientes equipos: Computador Lenovo Ideapad 330s, con procesador Intel Core i5 de 8GB de RAM, DAW FL Studio 20, interfaz Behringer U-Phoria UMC 22 de 2 canales, audífonos de diadema audio-Technica ATH-M20, micrófono condensador cardioide Presonus M7, guitarra electroacústica con cuerdas de nylon, caja vallenata de madera y base de micrófono.

Jingle Ad Song y Jingle Marca

Estos jingles ad song surgen con la idea de mostrar la identidad cultural de Sesquilé, Cundinamarca, sus paisajes y sitios representativos, con el objetivo de conectar con el público, creando la expectativa por conocer este destino turístico. Para la instrumentación y producción del bambuco, tanto para el Jingle Adsong como para el Jingle marca, se tuvo como referente el grupo kjarcas de Bolivia, quienes interpretan música latinoamericana muy allegada a nuestro territorio principalmente por su sonoridad, instrumentación y uso de vientos andinos, transmitiendo una sensación de calma.

Primero se realizó la grabación de la percusión del jingle ad song 1, el cual lleva bombo andino, utilizando la técnica frontal cercana con el micrófono condensador Presonus M7. Se

realizaron varias capturas como prueba, en las posiciones frontal cercana y frontal lejano, hasta obtener resultado deseado, el cual se logró a 15 pulgadas de distancia, ya que se quería que el sonido del bombo fuera profundo, sin contrarrestar la madera, para obtener una buena marcación del ritmo.

Figura 7 - Técnica Grabación Percusión Bambuco

Técnica Grabación Percusión Bambuco



Posteriormente se grabó la armonía realizada con la guitarra de cuerdas de nylon, con la técnica de posicionamiento cercano a 15 pulgadas del mástil entre los trastes 10 y 12, y el micrófono condensador Presonus M7. Esto permitió que la coloración y el cuerpo de la guitarra sonara más completa, haciendo más sencillo proceso de mezcla.

Figura 8 - Técnica Grabación Cuerdas Pulsadas

Técnica Grabación Cuerdas Pulsadas



Luego se grabó la melodía de la introducción la cual estuvo a cargo del tiple. Para darle brillo y protagonismo a esta parte se usó la técnica de posicionamiento cercano a 15 pulgadas del mástil entre los trastes 10 y 12, usando el micrófono condensador Presonus M7. Esto le dio carácter y contundencia al inicio del tema, con el ánimo de capturar la atención del oyente desde el inicio.

Posteriormente se grabaron los vientos, los cuales fueron flauta y saxofón, grabados con la técnica de posicionamiento frontal cercano. Especialmente en estos instrumentos varía ese posicionamiento según emisión del sonido. Para la flauta el posicionamiento del micrófono condensador Presonus M7 se hizo hacia arriba, ya que ahí está la emisión del sonido, mientras que el saxofón se posicionó en la campana.

Figura 9 - Técnica de Grabación Vientos

Técnica de Grabación Vientos



Por último, se grabaron la voz principal y luego los apoyos en el coro, usando la técnica de posicionamiento cercano y el filtro antipop frente al micrófono, para reducir los estallidos de sonido causados por consonantes explosivas como "p" y "b", evitando distorsiones en el audio.

Figura 10 - Técnica de Grabación Voces

Técnica de Grabación Voces



Para la grabación del jingle ad song 2, en ritmo de carranga, se tuvo como referente al Maestro Jorge Veloza para su sonido. Utilizando los mismos parámetros ya mencionados, primero se grabó la percusión, la cual estuvo a cargo de la guacharaca de madera, usando la técnica de posicionamiento frontal cercano, con el micrófono condensador Presonus M7, esta técnica permitió capturar su brillo característico.

Figura 11 - Técnica de Grabación Guacharaca

Técnica de Grabación Guacharaca



Luego, se grabó la armonía a cargo de la guitarra y el tiple, con la técnica de posicionamiento cercano a 15 pulsadas del mástil entre los trastes 10 y 12, y el micrófono condensador Presonus M7, tal cual se ilustra en la figura 8.

Después se grabó la voz principal y los apoyos en los coros, usando la técnica de posicionamiento cercano y el filtro antipop frente al micrófono, bajo los mismos procedimientos del jingle ad song 1 y como se ilustra en la figura 10.

Para el jingle ad song 3, el cual es la fusión del merengue vallenato y la carranga, se tuvo como referente al maestro Juan Eulogio Mesa, quien en su propuesta artística amalgama muy

bien el bajo, la caja vallenata y la guacharaca, con los instrumentos de cuerdas utilizados en la carranga. Grabando bajo los mismos parámetros para las cuerdas pulsadas y voces mencionados anteriormente, se realizaron estos registros en su respectivo orden de percusión: guacharaca, caja vallenata, campanas y platillo, usando la técnica de posicionamiento frontal cercano, y con el micrófono condensador Presonus M7. Cabe resaltar que para las campanas y el platillo esta técnica logró ser muy eficiente, ya que permitió manejar los altos niveles de presión sonora y, a su vez, permitió captar la sensibilidad y los matices del sonido.

Figura 12 - Técnica de Grabación Campanas y Platillos para Vallenato-Carranga

Técnica de Grabación Campanas y Platillos para Vallenato-Carranga



En el caso particular de la caja vallenata se realizaron varias tomas utilizando la técnica frontal cercana y técnica frontal lejana, en la parte superior e inferior del instrumento, presentando varios desafíos, ya que el cuarto generaba eco y, al alejar el micrófono, la profundidad del sonido no era contundente. Por el contrario, al acercarlo demasiado surgían muchos armónicos que, si bien hacen parte de la naturaleza del instrumento, no permitían obtener una captura clara. Así que la decisión tomada fue la técnica de posicionamiento frontal

cercano en la parte superior a 12 pulgadas del instrumento. También fue necesario mejorar el golpe sobre el instrumento desde la interpretación, haciéndolo más suave, para contrarrestar la saturación de algunos golpes.

Figura 13 - Técnica de Grabación Caja Vallenata para Vallenato-Carranga

Técnica de Grabación Caja Vallenata para Vallenato-Carranga



Para la grabación de la armonía, especialmente con el bajo eléctrico, este fue conectado directamente a la interfaz Behringer U-Phoria UMC 22 de dos canales sin ningún tipo de mediación acústica por micrófonos.

Figura 14 - Técnica de Grabación Bajo Eléctrico para Vallenato Carranga

Técnica de Grabación Bajo para Vallenato Carranga



Audio-Logo

La inspiración del audio-logo parte del logo visual, ya existente para el municipio y mencionado líneas arriba, que está basado en las ondas de agua que se forman en la laguna del Cacique Guatavita. Por lo cual se utilizaron instrumentos de viento como la ocarina y flauta, para dar la sensación del soplar del viento y de sonidos ancestrales. Desde decisiones de mezcla, gracias al paneo realizado, se da la sensación del ir venir de las olas cuando pegan en la orilla y forman las ondas que dan origen al logo visual. También gracias a estos instrumentos grabados se usó la melodía característica de la región, presente en el ritmo de carranga, que nos da una identidad con tan solo escucharlo. Se utilizó la técnica de posicionamiento frontal cercano, utilizando el micrófono condensador Presonus M7.

Figura 15 - Técnica de Grabación Vientos Audio Logo

Técnica de Grabación Vientos Audio Logo



Cuñas

Para la grabación de las cuñas radiales se utilizó la técnica de grabación cercana, que consiste en situar el micrófono a 15-30 cm de la fuente sonora, en este caso la voz del locutor, para captar detalles sutiles y crear un sonido más íntimo. Fue esencial preparar adecuadamente el espacio acústico, seleccionar un micrófono adecuado, para lo cual se utilizó el micrófono condensador Presonus M7, que controla muy bien los niveles de entrada para evitar distorsiones. Durante la grabación, se animó al locutor a hablar con claridad y variaciones en su tono. Posteriormente, se editó el material para eliminar ruidos no deseados y ajustar ecualizaciones, asegurando que todos los elementos se integren bien y suenen equilibrados, lo que mejora la calidad del audio y crea una conexión más cercana con la audiencia.

Figura 16 - Técnica de Grabación Voz Cuna Radial

Técnica de Grabación Voz Cuna Radial



Posterior a esta etapa de grabación, se procedió a una etapa de mezcla. Si bien, se emplearon compresores para los instrumentos de percusión, como el bombo y la caja vallenata, y se utilizó reverberación para el saxofón y la voz, lo cual enriqueció significativamente el producto final, la técnica de micrófono único permitió obtener capturas de excelente calidad, ya que se pretendió aplicar la menor cantidad posible de efectos en la mezcla. De esta manera, se logró resaltar el registro sonoro desde la grabación y el carácter original de cada interpretación.

Conclusiones

El proceso de creación y producción del portafolio musical publicitario, de la marca turística del municipio de Sesquilé, involucró una planificación, indagación y recopilación de información detallada sobre las leyendas, tradiciones y eventos históricos, que fueron usados como inspiración para las composiciones y escritos de los géneros musicales abordados, permitiendo hacer la selección de instrumentos representativos con la implementación de técnicas de grabación como el micrófono único.

En la recopilación de información, mediante entrevista personal a Jorge Acero, se resaltaron valores arraigados en la historia, como las costumbres, el folklore y las leyendas locales, estableciendo una identidad que permitió construir los textos para el portafolio musical publicitario. Estos textos reflejaron a Sesquilé como un destino turístico que conecta con la tradición cultural del país.

Asimismo, fue un acierto la articulación sonora y textual, entre el portafolio musical y los valores de Sesquilé, apropiando los géneros musicales bambuco, carranga y vallenato-carranga, los cuales reflejan los hábitos de escucha del municipio, especialmente en el ámbito cultural y turístico, algo que resalta el valor fundamental de Sesquilé como un lugar que preserva y promueve su herencia cultural, conectando su historia con el presente de forma atractiva. De esta forma, amalgamar ritmos, textos que reflejan la tradición e instrumentos como la guitarra, el tiple, la flauta, la ocarina, la quena, el bombo andino, la guacharaca de madera y la caja vallenata, no solo se crea una identidad sonora distintiva, sino que también busca fortalecer los lazos entre comunidades que comparten raíces musicales, con un enfoque creativo y colaborativo, como modelo innovador para impulsar el turismo y la identidad local.

El apropiarse géneros representativos de regiones específicas de Colombia, como lo son Boyacá, Costa Atlántica y región Andina, hizo que este portafolio musical publicitario se viese como un puente entre diferentes comunidades, resaltando la diversidad cultural del país. Este enfoque no solo reflejó el orgullo de Sesquilé, sino que también podría lograr un posicionamiento de la marca, presentándola como un símbolo de unión.

Frente al proceso de grabación, como productor musical, se planteó la colaboración de músicos del municipio que permitió crear una red de trabajo creativo, no solo en el ámbito publicitario si no también discográfico, por lo que este proyecto también aporta en el reconocimiento de sus músicos a nivel artístico y laboral.

Por otro lado, y como resultado técnico de las grabaciones, el empleo de la técnica de único micrófono cercano mostró aciertos en el registro sonoro evitando correcciones exhaustivas en la etapa de mezcla. Si bien es una técnica simple, al emplear un micrófono de condensador, el desafío radicó en su ubicación que permitiera un balance entre el sonido cercano de los instrumentos, sin el efecto de proximidad, y las reflexiones propias del cuarto. Esto permitió un acierto en el color y balance tonal de los instrumentos como también el enfocarme en los detalles más sutiles de las interpretaciones, desde las inflexiones vocales hasta los matices instrumentales. Esta atención al detalle no solo enriqueció la grabación, sino que también ayudó a comprender la importancia de una buena captura dentro de la cadena de producción musical en términos sonoros y estéticos.

Referencias Bibliográficas

- Almeida, A. C. (2024). *Tipos de Jingles*. <https://es.scribd.com/document/792321657/TIPOS-DE-JINGLE>
- Audio-Technica usa. (2015). *Técnicas básicas de grabación: percusión latina* [video].
<https://www.youtube.com/watch?v=C10DDV2GeJQ>
- Benjamin D'urso. (22 de 02 de 2021). *Musicapod [imagen]*. <https://musicapod.com/tips-para-grabar-una-guitarra-acustica/>
- Chartuni, R. J. (2007). *El poder de los Jingles*. México.
<https://ru.dgb.unam.mx/bitstream/20.500.14330/TES01000627080/3/0627080.pdf>
- Colegio San Buenaventura. (2020). *La música en la publicidad [versión pdf]*.
<https://colegiosanbuenaventura.es/images/pdf/Secundaria/4/M%C3%BAsica/La%20m%C3%BAsica%20en%20la%20publicidad.pdf>
- Duvan Pierce. (2018). *Técnicas de Grabación estero* [video].
https://www.youtube.com/watch?v=_BmqgTR7258
- Earpro. (02 de 12 de 2015). *earpro [imagen]*. <https://www.earpro.es/blog/seleccion-de-un-microfono-para-saxofon-n27>
- Gm, L. (2008). *El perifoneo*. <https://es.scribd.com/document/325449567/EL-PERIFONEO-docx>
- Hiphop360now. (2013). *Grabación de voces: Técnicas básicas*.
<https://www.youtube.com/watch?v=LuUU5U-pbTg>
- Identity, S. C. (2007). *La cultura popular y la música como identidad creativa*
<https://www.redalyc.org/pdf/3713/371336239004.pdf>

Jaramillo, L. G. (2013). *La musica como patrimonio: identidad y mestizaje*.

<https://cienciassociales.uniandes.edu.co/opca/en/articulo/la-musica-como-patrimonio-identidad-y-mestizaje/>

Lopez, K. (2021). *La carranga como identidad cultural local y regional del departamento de Cundinamarca y Boyaca-Colombia*.

https://vc.bridgew.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1484&context=honors_pro

Medina, L. M. (2014). *La cuña radial*. <https://es.scribd.com/document/378423061/La-Cuna-Radial>

Ministerio de cultura. (2013). *Plan especial de salvaguardia para la musica vallenata tradicional del caribe colombiano*.

<https://www.mincultura.gov.co/direcciones/patrimonio-y-memoria/Documents/16-la-musica-vallenata-tradicional-del-caribe-colombiano-PES.pdf>

Music, c. (10 de 2019). *una ayuda para grabar voces [imagen]*. <https://www.futuremusic-es.com/grabacion-de-voz-consejos-vitales-para-tu-mezcla/>

Suarez, S. S. (2009). *Reflexion historica de las formas de la escritura musical del bambuco, entre el colonialismo y la republica de Colombia*.

<https://conservatoriodeltolima.edu.co/storage/2021/04/Musica-cultura-y-pensamiento01-K.pdf>

Testa, M. (s.f.). *TheAudiopod.com*. Grabación de guitarras acústicas: técnicas, micrófonos y espacios acústicos — TheAudioPod.Com®

Vicente frias. (19 de 06 de 2024). *grabacion y mezcla de percusion latina [imagen]*.

<https://topaudioprofesional.blogspot.com/2024/06/grabacion-y-mezcla-de-percusion-latina.html>

Apéndices

Apéndice 1 – Enlace Carpeta de Audios

En el siguiente link se encuentra la carpeta con los audios correspondientes.

[01. Entrega Final Proyecto](#)