



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PROPUESTA DE DISEÑO DE MEDIOS PARA UNA REVISTA MUSICAL EN
FORMATO WEB CON CINCO SECCIONES QUE IMPULSEN AL TALENTO
NACIONAL
“VDV”**



**Autora:
Godoy Aguillón, Verónikha Andreina**

**Profesor coordinador:
Bograd Lamberti, Sasha Marianne**

Caracas, 15 de marzo de 2018

Agradecimientos

El primero en mis agradecimientos es Dios, que me ha dado las fuerzas necesarias cada que lo necesito, me ha iluminado el camino protegiéndome de todo mal y ha permitido que llegue hasta este punto de mi vida. Gracias por siempre escucharme cuando te necesito y poner en mi vida a personas de bien que me han ayudado a crecer.

A mi mamá, que siempre me ha apoyado en todo, que ha celebrado hasta el mínimo éxito en mi vida, que ha dado todo porque yo sea feliz y que ha pasado su vida convirtiéndome en la mujer que ahora soy. A mi papá, que ha trabajado para que pueda ser una gran profesional. A mi Mimi, que siempre ha velado por mi bienestar y me ha dejado los recuerdos más bonitos de mi vida. A mi familia, que me ha apoyado en todo lo necesario para sacar mi carrera adelante y que ha sido mi piedra angular. A quien se quedó a mi lado cada día acompañándome en la realización de este Proyecto Final de Carrera aportando su sabiduría, sin ti no sé qué haría. Gracias a los que ya no están conmigo pero sé que desde el cielo me cuidan y guían mis pasos.

A mi tutora, Sasha Bograd, que aceptó acompañarme en este reto compartiendo conmigo sus conocimientos. Fuiste una gran ayuda para mí en este Proyecto, gracias por enseñarme cosas nuevas, gracias por cada corrección y gracias por tu tiempo. Siempre voy a agradecer el que hayas aceptado ser mi tutora cuando sabías que el tiempo me estaba ahorcando. Gracias.

Gracias a Vicente Corostola y Antonio Montilla, por darme una segunda oportunidad y aportarme sus conocimientos para la mejora de este proyecto. Gracias por sus críticas, gracias por la ayuda, sin duda han hecho que mi proyecto sea mil veces mejor. Espero no decepcionarlos y que esta vez "VDV" cumpla con las expectativas. Muchas gracias por hacer de mi caso una excepción, espero lo valga.

Gracias a mi hermosa y querida casa de estudio, la Universidad Monteávila, la pequeña en tamaño pero grande en conocimientos, la que ha sido mi casa en los últimos 5 años. Al personal, que día a día vela porque todo el alumnado se sienta como en casa. A los profesores, que me dieron la educación que cada alumno en el

mundo merece. Gracias por todos los conocimientos impartidos en mí y en mis compañeros, que hoy nos llenamos de orgullo al decir que somos UMAÍSTAS.

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
COORDINACIÓN PROYECTOS FINALES DE CARRERA

Estimado profesor Sasha Bograd,

En la Coordinación de los Proyectos Finales de Carrera, quisiéramos tener la confirmación de que usted será el profesor coordinador del proyecto que versará sobre una "Propuesta de diseño de medios para una revista musical en formato web con cinco secciones que impulsen al talento nacional", presentado por la alumna de V año de la Universidad Monteávila Verónikha Godoy, para optar al grado de Licenciados en Comunicación Social de esta casa de estudios. El proyecto fue aprobado por el Comité de PFC, por lo que los alumnos podrán continuar con el desarrollo de su trabajo, bajo su coordinación y el apoyo de la Escuela de Comunicación Social.

Algunas de las funciones del profesor coordinador son las siguientes:

1. *Su función es la de **hacer seguimiento al alumno en el cumplimiento del cronograma de trabajo y la estrategia planteada.***
2. ***Debe fijar el cronograma de entregas.** Una vez que lo haya hecho, debe comunicárselos al alumno.*
3. ***Debe reunirse constantemente** (se recomienda semanal o quincenalmente) con el alumno para ir asesorando los pasos y decisiones que va tomando en la ejecución de su Proyecto.*
4. *El coordinador deberá **dar reportes a la Coordinación general de PFC** sobre el desempeño de sus alumnos coordinados. La Coordinación, está a cargo de la profesora Reina Delgado*
5. *El coordinador debe hacer seguimiento al alumno con respecto a dudas que puedan surgir. Es favorable que el coordinador recomiende al alumno la **consultoría con otros asesores puntuales** que canalicen las inquietudes del estudiante con respecto a aspectos específicos de la temática o de la realización del PFC. Ejemplo: experto en planteamiento de proyectos, experto en elaboración de presupuestos, experto en realización del storyboard.*

Reina Delgado
Coordinador PFC

Sasha Bograd
Profesor coordinador del proyecto

Índice de contenidos

1. Resumen.....	1
2. Presentación del proyecto.....	2
3. Estrategia.....	6
3.1 Preproducción y producción.....	6
3.2 Estrategia de plan de medios.....	12
3.3 Justificación.....	13
4. Propuesta.....	14
4.1 Aspecto editorial.....	14
4.2 Contenido.....	17
4.2.1 Segmentos de navegabilidad de la revista.....	22
4.3 Aspectos gráficos.....	23
4.3.1 Teoría del color.....	23
4.3.2 Página principal.....	26
4.3.3 Tipografía.....	28
4.3.3.1 Títulos.....	28
4.3.3.2 Textos.....	28
4.3.4 Aspecto exterior.....	28
4.3.5 Materiales.....	29
4.3.6 Ubicación de la publicidad.....	29
4.4 Planificación estratégica.....	31
4.4.1 Resumen ejecutivo.....	31
4.4.2 Identificación del proyecto.....	32
4.4.3 Definir el target.....	32
4.4.4 Mercados y competencias.....	33
4.4.5 Ventajas competitivas y oportunidades en el mercado.....	33
4.4.6 Análisis DOFA.....	36
4.4.7 Estrategias de distribución.....	37
4.4.8 Publicidad y promoción.....	37
4.4.9 Modelo de negocio.....	39
4.4.10 Filosofía de gestión.....	39
4.4.11 Organigrama.....	40
5. Plataforma digital a utilizar para desarrollar el proyecto: Wix.....	42

6. Logotipo del proyecto.....	43
7. Maquetación del proyecto.....	45
8. Conclusiones.....	57
9. Recomendaciones.....	58
10.Referencias bibliográficas.....	59
11.Anexos.....	66
Anexo 1.....	66
Anexo 2.....	68
Anexo 3.....	70
Anexo 4.....	71
Anexo 5.....	78
Anexo 6.....	81
Anexo 7.....	82

1. Resumen

“VDV” consistirá en la propuesta de diseño de medios para una revista musical digital presentada en formato de página web, que se enfoca en incentivar el talento nacional y sus variados géneros musicales, esto no quita el mantener al público informado de noticias internacionales de la misma categoría. El lector podrá recurrir a VDV para leer entrevistas, información musical, próximos eventos musicales (que abarquen todo tipo de eventos que aúpen los movimientos musicales) y conocer sobre artistas emergentes venezolanos. A través de este Proyecto Final de Carrera se pretende mantener una ventana abierta a contenido emergente musical, conociendo talentos y proyectos, de modo que el público venezolano amante de la música pueda disfrutar del mismo y escuchar nuevos sonidos.

La Universidad Monteávila forma a sus alumnos de manera integral. Es por esto que sus egresados, en este caso en la carrera de Comunicación Social pueden desempeñarse en cualquier rama de la licenciatura. Es por esto que se decide tomar la herramienta de la web 2.0 como impulso para nuevos talentos nacionales, y en un futuro, internacionales. Esta generación ha tomado la tecnología como una necesidad, puesto que los medios impresos están casi obsoletos, es por ello que se quiere tener un contenido que se adapte a la llamada generación web 2.0. Por otra parte, crear una revista donde el lector tenga la posibilidad de informarse acerca de cualquier tipo de género musical, ampliando el target creando una fusión de gustos e instruyendo a muchos sobre todos tipos de categorías musicales.

Esta revista musical digital está dirigida principalmente a mujeres y hombres venezolanos, de edades comprendidas entre los 15 y los 30 años de edad, amantes de la música, con fácil acceso a internet, interesados en escuchar nuevos sonidos y en apoyar artistas emergentes que busquen promocionar su trabajo. Los jóvenes son los interesados en estar siempre actualizados los nuevos lanzamientos musicales y ser la mano que alza a los nuevos artistas, ayudándolos a surgir por su apoyo incondicional. La revista tendrá una frecuencia de refrescamiento de información semanal que mantenga actualizado al lector sobre el mundo musical nacional e internacional y sus nacimientos.

2. Presentación del proyecto

Este Proyecto Final de Carrera desarrollará la creación de una propuesta digital para el diseño de medios multimedia para una revista musical llamada “VDV”, bajo el formato de página web y que abarcará distintos géneros musicales como el rock, pop, reggaeton, reggae, y todos aquellos que permitan, en un primer alcance, mostrar el talento nacional. Esta plataforma online contará con las secciones tendencias, covers, entrevistas, emergentes y eventos musicales.

Esta revista digital consta secciones en formato digital que responde a las necesidades de una comunicación 2.0 y a una audiencia que consume este contenido con frecuencia.

Este proyecto nace por amor a la música y de la afinidad de su autora una vez comienza en el mundo laboral como productora en una radio venezolana de frecuencia modulada donde, además de aprender sobre el mundo del entretenimiento y la música, se da cuenta de las pocas ventanas de exposición de los artistas emergentes; y de los elevados costos que implica darle visibilidad a lo que están haciendo estos nuevos talentos.

En Venezuela hay una gama de medios que apoyan el talento nacional musical. Sin embargo, “VDV” busca ser esa ventana para dar a conocer e impulsar a los artistas emergentes. Es por esto, que este proyecto pretende promocionar y protagonizar al talento venezolano que día a día sigue creciendo, fusionando en un solo medio todos los géneros musicales posibles para poder llegarle a un público más amplio. Y aunque se aborden algunos temas musicales o culturales internacionales, el peso mayor del contenido será enfocado en el talento nacional.

Muchos beneficios han surgido del nacimiento de la web 2.0, uno de ellos es el comienzo de una nueva generación de jóvenes que busca emprender en la creación de contenido web, bien sea como influencers, bloggers, community manager o youtubers. Así mismo, el intercambio informativo, de opiniones y la interacción entre usuarios que se ha generado gracias a la web 2.0 deja beneficios para el ser humano.

Salaverría (2005) define la interactividad como “la posibilidad de que el usuario interactúe con la información que le presenta el cibermedio” (p. 32). Y es desde este concepto donde nace la web 2.0 y en el que las redes sociales y toda la web actual ha tenido una incidencia fundamental para la evolución de la comunicación digital.

Por otro lado, el acelerado crecimiento de los medios digitales y del nacimiento de las redes sociales ha dejado como consecuencia que los usuarios desplacen a los medios tradicionales, debido a la facilidad de conseguir la información en sus teléfonos inteligentes o sus computadoras. Hoy en día la sociedad, sobre todo los jóvenes, viajan a una velocidad tecnológica sumamente alta lo cual ha hecho que medios impresos importantes en el mundo como por ejemplo: the Rolling Stones, The New York Times, The Daily Mirror, La Vanguardia, etc, hayan tenido que crear portales digitales para responder a las necesidades del mercado.

En el año 2010 Ross Dawson¹, líder futurista, orador, asesor de estrategia y autor de éxitos de ventas, realizó un informe llamado “Newspaper Extinction Timeline”, donde expone las causas del por qué los medios físicos estarán totalmente obsoletos para el año 2040, entre ellas el incremento en el consumo del teléfono celular y el costo de producción e impresión de periódicos y revistas.²

Una de las ventajas de tener un sitio web 2.0, es la posibilidad de adaptar el contenido al gusto del medio y no depender de los cambios tecnológicos que inciden en las redes sociales. Un ejemplo de ellos son los cambios en los algoritmos. Esto no significa que “VDV” pueda tener una vena adicional en redes sociales que ayude a potenciar el tráfico de los usuarios hacia el sitio web.

¹ Ross Dawson es autor de 4 libros, incluido el aclamado “Living Networks”, que previó la revolución de las redes sociales, el bestseller de Amazon.com “Developing Based Based Client Relationships”, ahora en su segunda edición, el altamente exitoso “Implementing Enterprise 2.0” y el más reciente “Getting Results From Crowds”, y ha publicado más de 100 artículos en importantes publicaciones de todo el mundo. Además, ha sido nombrado como una de las personas más influyentes en el mundo en el futuro del trabajo, Enterprise 2.0, y crowdfunding, y por la revista Digital Media como uno de los 40 jugadores más importantes en la era digital de Australia. (s.f). Sobre Ross Dawson. [online] Extraído de: <https://rossdawson.com>

² Dawson, Ross. (s.f). Newspaper Extinction Timeline .[online] Extraído de: http://www.futureexploration.net/Newspaper_Extinction_Timeline.pdf

Por todo esto, y para darle formalidad, se escoge la web como la plataforma ideal para este proyecto, pues el lector podrá conseguir toda la información necesaria en las distintas secciones sin tener que competir con un mar de contenidos, situación que atraviesan los medios dentro de las redes sociales.

Lo primero que conseguirá el visitante al abrir el portal de “VDV” será la página de inicio el cual tendrá un “slider” interactivo a lo ancho de la web y que contendrán la información de la semana de cada una de las secciones.

En la segunda pestaña, después de Inicio, el usuario encontrará noticias musicales actualizadas de cualquier género musical. Aunque el tema principal de la revista es el talento nacional, también podrán reseñarse las noticias más importantes de la música internacional como contenido complementario, previendo el ritmo de actualización de VDV. Para la redacción de esta sección es importante estar informado y actualizado en la movida musical, pues dicha información será extraída de redes sociales y portales web que sean expertos en el tema. Además se deberá conocer los distintos géneros periodísticos digitales para hacer atractiva la información dentro del sitio

Luego se podrá disfrutar de una sección dirigida a los mejores covers de distintos géneros musicales, conociendo a su vez información tanto de la canción de origen como la versionada. Asimismo, se colocará el videoclip de ambas canciones extraídas directamente del canal de Youtube del artista, evitando inconvenientes de derecho de autor.

En la siguiente pestaña, se podrá disfrutar de una entrevista con artistas principalmente venezolanos. Esta sección está totalmente abierta a la posibilidad de entrevistar a algún artista o banda internacional, con el fin de crear un espacio de recreación más amplio para el público.

La siguiente sección tiene por nombre “Emergentes”, donde se podrá leer semanalmente una reseña sobre un artista o banda que esté iniciando su carrera en la música. Por último, está la sección de eventos donde las personas podrán enterarse

del calendario de los próximos conciertos o cualquier tipo de evento musical (teatro musical, conciertos, eventos de otra índole que incluya la presencia de alguna banda o artista y más), así como la fecha, ciudad, compra de tickets y toda la información necesaria que el lector deba saber.

En cuanto a los recursos sociales, la revista se promocionará utilizando la red social “Instagram”, por ser una aplicación gratuita de gran afluencia de usuarios con un total de 400 millones de consumidores activos mensualmente³. Se harán campañas de intriga y publicaciones diarias con un adelanto de lo que el público podrá conseguir de manera extendida en la página web. Se realizarán encuestas, concursos, y otras interacciones con los seguidores para mantenerlos conectados con el contenido que proporciona la revista.

“VDV” va dirigida principalmente a mujeres y hombres venezolanos con edades comprendidas entre los 15 y 30 años de edad, que quieran estar informados sobre la movida musical. Por ser una página web, no se cierra a la posibilidad de que personas que no tengan las características del target se interesen en la misma.

Por otro lado, la revista contará con un refrescamiento semanal con actualizaciones de información en cada una de las secciones que la conforman.

³ S/A. (2017). Digital in 2017 Global Overview. [Online] Extraído de: <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-global-overview>

3. Estrategia

“VDV” se enfocará en un plan estratégico para una propuesta de diseño de medios de una revista musical digital presentada en formato de página web. Dicha revista contará con cinco (5) secciones a investigar antes de ser publicadas: tendencias, covers, entrevistas, emergentes y eventos. La intención de este Proyecto Final de Carrera es ofrecer una plataforma web con contenido musical que se refresque de forma semanal.

Para la creación de esta propuesta web, deben llevarse a cabo algunos pasos de preproducción, producción y edición, tales como:

3.1. *Preproducción y producción*

- **Creación del nombre de la revista:** El nombre debe ser corto y conciso para que así pueda llamar la atención y ser recordado fácilmente. En este caso, se eligió como nombre “VDV”, que une el contenido de la revista con la vida personal de la autora. Se explicará a profundidad en el apartado 3.4.
- **Establecer el diseño del logotipo:** El logotipo es una parte muy importante a la hora de crear la imagen de un nuevo proyecto, gracias a él es que las personas podrán reconocer y crear una identidad hacia la marca. Es por esto, que es indispensable elegir colores y tipografías que se adapten y que representen al proyecto.
- **Creación de las secciones de la revista:** Las secciones son las que le darán cuerpo a la misma. Para “VDV”, se eligieron cinco (5) secciones de contenido musical para la recreación del público: tendencias, covers, emergentes, entrevistas y eventos. Estas secciones fueron seleccionadas pensando en impulsar al talento musical, principalmente venezolano. Cada una de ellas promueve el potencial que se ve actualmente en el mundo de la música tanto en Venezuela y el mundo.

- **Elección de la plataforma a utilizar:** En este caso, se eligió una página especializada en la creación de páginas web llamada “Wix” donde se pueden encontrar distintas categorías como: música, fotografía, restaurantes, y más, con una gran variedad de plantillas dentro de cada categoría que puedan satisfacer al creador de contenido. En Wix se pueden crear páginas web sin la necesidad de comprar un dominio, pero en un futuro deberá adquirirse para poder generar ingresos a través de ella⁴. Asimismo, al entrar al mercado musical es bueno tenerlo para facilitar cualquier tipo de promoción y una identidad más profesional.
- **Crear cuenta de correo en Google:** La cuenta de Google permite ingresar a cualquier plataforma que envuelva a este servidor con el mismo usuario y contraseña, como por ejemplo: “Gmail” que servirá para el link de contacto en la web, mediante el cual el público podrá comunicarse con “VDV” en caso de preguntas o sugerencias con respecto a la página. Además, gracias a ella se puede ingresar al formato de página web elegida para la revista, en este caso “Wix”, sin tener que crear una cuenta distinta.
- **Diseño de la web:** Con esto se busca crear la identidad de lo que sería la revista web y darle un aspecto distintivo, generando fidelidad entre el público y la marca, teniendo un sitio atractivo y fácil de leer. Es decir, que el consumidor de solo ver imágenes referentes a la revista lo asocie directamente a “VDV”.
- **Contenido antes del lanzamiento de la página web:** Antes del lanzamiento se debe tener producido el contenido de cada uno de los apartados de la revista. En el caso de las secciones de “entrevistas” y “emergentes” se tendrá un mínimo de 3 artistas elegidos para cada sección, para luego proceder a la decisión de quién será el que aparecerá en el lanzamiento.
- **Creación de RRSS:** La red social elegida será Instagram y tiene como objetivo ser la palanca de promoción de la revista. Por ser una de las plataformas

⁴ Ver anexo 7 que se muestra la explicación del dominio. Wix.com. (2018). Dominios. [Online] <https://es.wix.com/domain/names>

sociales más utilizadas hoy en día (más del 80% según Tendencias Digitales), la misma podrá generar el mayor tráfico hacia la página y generar promoción. La propuesta de publicaciones para esta red social son campañas de intriga y fotos de cada refrescamiento de la revista con un lead interesante, que invite a las personas a dirigirse a la página. Más adelante de desarrolla este apartado con profundidad.

- **Investigación de noticias musicales:** Para la sección de “tendencias” es importante hacer una investigación previa sobre lo nuevo del mundo musical venezolano y estar al día de las noticias internacionales más relevantes. Es importante hacer énfasis en que la revista no contendrá, al menos para sus inicios, ningún tipo de información sobre la farándula musical.
- **Selección de artistas a entrevistar:** Para las “Entrevistas” es necesario realizar una investigación previa acerca del artista o banda. Una vez elegido, se debe realizar un formato de preguntas personalizadas para el/los artista/s. Realizar la entrevista dependiendo de la ubicación o agenda del entrevistado, por lo tanto puede ser presencial o vía correo electrónico.
- **Selección de artistas emergentes:** Para la sección de “Emergentes” es necesario estar informados acerca de aquellos artistas o bandas que estén comenzando en la música y quieran darse a conocer. Seguido de la investigación, se deberá contactar al artista para coordinar el contenido que aparecerá en la revista.
- **Elección de covers musicales:** En la pestaña de “Covers”, el público podrá disfrutar de canciones versionadas con la respectiva información de ambos temas musicales. Será una sección variada con covers de diferentes épocas y géneros para que el público disfrute de una diversidad musical. Para esto, se debe realizar una investigación acerca de la canción original y la versionada para así crear el contenido de “VDV”.
- **Búsqueda de eventos musicales:** Para el contenido de “Eventos” se debe realizar una búsqueda de todo tipo de evento musical, ya sean conciertos,

teatro musical, eventos culturales que incluyan presentaciones musicales, entre otros. En esta sección el lector obtendrá la información necesaria: compra de boletos, lugar, fecha y hora. Así mismo, contendrá información de eventos realizados a nivel mundial, no solo venezolanos.

A continuación, se listan los elementos necesarios a contemplar para la creación del material a utilizar en la web/RRSS de "VDV" y como consecuencia, su posicionamiento:

- **Cámara:** Se necesita una cámara semi profesional/profesional o un teléfono inteligente que contenga una cámara con buena resolución (y así no poner en riesgo la calidad del producto) para documentar los eventos musicales que formarán parte del contenido de la revista o las fotos de artistas cuyas entrevistas sean presenciales.
- **Edición:** Tiene como objetivo consolidar de forma atractiva todo el contenido gráfico de la revista, es importante que el público no solo disfrute de la información musical proporcionada, sino que deje una marca gráfica agradable para el ojo del mismo. En la edición también entra el elemento diferenciador de la revista, viéndolo desde el punto gráfico, que son los "doodles"⁵ cuya tendencia se vuelve cada vez más fuerte. Actualmente, se puede disfrutar de los doodles en redes sociales (en fotos más que todo) y en videos musicales. Una vez obtenidas las imágenes que formarán parte de la propuesta gráfica semanal, se deberán editar con pequeñas animaciones que le darán vida y originalidad a la página. Los programas a utilizar para las ediciones e identidad gráfica de la revista serán Adobe Illustrator y Adobe Photoshop, que son elementales para la edición fotográfica y creación ilustrativa. Igualmente, en caso de utilizar videos de las entrevistas, deben editarse en Adobe Premiere y Adobe Audition, permitiendo una mayor calidad.

⁵ Doodle es una palabra de lengua inglesa, que traducida al español significa "Garabato". Esta palabra ha sido utilizada por Google para definir el elemento más popular de la página del famoso buscador. (s.f) ¿Qué es un doodle? [Online] Extraído de: <http://pixel-creativo.blogspot.com.es/2011/03/que-es-doodle.html>

- **Locación:** No existe una locación puntual para llevar a cabo cada refrescamiento de “VDV”, solo hace falta una computadora y un sitio con conexión a Internet. En el caso de las entrevistas, se elegirá la locación dependiendo del artista (solo si son presenciales).
- **Música:** La música es el elemento principal de la revista. Es por esto que es indispensable crear un contenido musical de calidad que el público pueda disfrutar al visitar la página. La información de los artículos será extraída de diferentes sitios web con reconocimiento musical o notas de prensa, posteriormente se creará un artículo para “VDV” a partir de la información encontrada. Sin embargo, existirán eventos, ruedas de prensa, videoclips a los que la autora podría asistir como prensa por lo que no serán necesarias fuentes externas. Por otro lado, todas las canciones, videos y álbumes que aparezcan en el sitio web estarán ancladas con su link principal, es decir, se compartirá la música directamente desde la URL de su página de origen (YouTube, Soundcloud, iTunes, etc...) respetando los derechos de autor de cada proyecto.
- **Buena descripción para cada noticia en RRSS:** A la hora de publicar en redes sociales (en este caso en Instagram) es importante captar la atención del público con ideas cortas y precisas, de manera que se pueda crear un buen feedback⁶ acerca de la información que se desea transmitir. Asimismo, las publicaciones en Instagram de “VDV” tienen como objetivo crear interés en el lector para que éste vaya a la página web a leer la versión extendida de la noticia.
- **Publicar periódicamente:** Permite mantener una continuidad en el proyecto, y a su vez generar contacto y fidelidad con los seguidores. Además, mantiene informada a la audiencia sobre las actualizaciones del contenido de la revista. Por ende, ayuda a que el flujo de lectores de “VDV” crezca.

⁶ Feedback es la capacidad de un emisor para recoger reacciones de los receptores y modificar su mensaje, de acuerdo con lo recogido. (s.f). Diccionario Google. [Online] Extraído de: <https://www.google.co.ve/search?sa=X&biw=1366&bih=647&q=Diccionario#dobs=feedback>

- **Branding:** Es la gestión inteligente, estratégica y creativa de los elementos diferenciadores de la identidad de una marca, según la Asociación Española de Empresas de Branding⁷. Es decir, crear una marca para la página web de “VDV” permite establecer la identidad de la misma. En los siguientes puntos se nombrarán algunas características que deberá poseer “VDV” como marca:
 - La marca debe ir de la mano con el contenido publicado en la página web de la revista, es por esto que es importante transmitir la esencia que la audiencia espera.
 - La marca debe ser distinta, relevante, completa y sostenible en el tiempo. Debe quedar claro lo que se desea transmitir con la revista y que cada proyecto publicado fuera de la revista represente el estilo de “VDV”.
 - Para Kevin Roberts, una de las figuras más importantes de la publicidad y el marketing, el principal elemento para que una empresa tenga éxito es el amor. Asimismo, expresa que una marca debe causar emociones en el consumidor porque la misma le pertenece a ellos, principalmente; término definido como “Lovemark”.
 - Se deben crear etiquetas (hashtags) que ayuden a la marca a surgir en las redes sociales, en este caso Instagram, además de crear interacciones con el público para poder medir el crecimiento de la marca.
- **Colaboraciones:** Pueden tomarse en cuenta contribuciones con otras personalidades musicales o periodistas, ya sea redactores expertos en el tema que quieran participar en el proyecto o acuerdos con artistas influyentes, creando un beneficio para ambos.

⁷ González, Rubén. (2016) ¿Qué es para ti el branding? [Online] Extraído de: <http://www.branderstand.com/que-es-para-ti-el-branding/>

3.2. Estrategia de plan de medios

Cualquier idea de negocio requiere de un plan estratégico, de un análisis de mercado, publicidad, formas de venta, conocimiento legal, entre otros puntos. Uno de los más importantes es la creatividad, innovación e imaginación que ataque a un público que esté interesado en consumir esa idea. Además, debe estar dirigida con una visión a futuro desde sus inicios.

“VDV” está centrada en el planteamiento y visualización de la idea, poniendo en mesa una estrategia de medios que permita que el proyecto pueda llevarse a cabo en un futuro cercano.

Este proyecto está enfocado en una visión a corto, mediano y largo plazo. De igual forma, se busca estudiar y llegar a la conclusión de qué medios son los apropiados para llevarlo a cabo con el menor costo posible y logrando que llegue al público objetivo.

Una estrategia de medios se enfoca en la comercialización de los objetivos que tiene una marca. Al trazar dichos objetivos, se deben realizar diferentes procedimientos para lograr un resultado relativamente esperado, definiendo el posicionamiento de la marca. Asimismo, se debe identificar al consumidor, deben darse a conocer sus necesidades, atender sus deseos y definir la ventaja que se tiene ante la competencia en el mercado.

Según la RAE, una “estrategia” es una serie de acciones meditadas, encaminadas hacia un fin determinado. Al comenzar una idea para una futura marca siempre se deben tener en cuenta diferentes puntos, uno de los más importantes a realizar es un plan de medios donde se exponga el marketing que se le dará al proyecto.

“VDV” es una propuesta que al llevarse a cabo tiene como objetivo darse a conocer como marca, crear una fidelidad con el público e impulsar a artistas venezolanos emergentes. Por lo mismo, se decidió llegarle a un target joven/adulto contemporáneo que esté interesado en estos temas, utilizando la web como medio de comunicación,

y una de las redes sociales de preferencia juvenil (Instagram) como canal para promocionar la marca ya creada.

Esta propuesta será puesta a prueba con el fin de que, en un futuro, se pueda hacer de ella una fuente de ingresos. Como el canal de comunicación en este caso es la web, la fuente de ingresos sería a través de publicidades en las diferentes secciones de la página a través de banners⁸. No se generarían ingresos que devengan de los artistas, ya que el objetivo es que tengan un espacio en el cual puedan promocionar su material de manera gratuita.

3.3. Justificación

¿Por qué “VDV”?

Al momento de crear este proyecto, la autora quiso incluir en el nombre algún elemento representativo para ella que pudiese fusionarse con elementos musicales, en este caso la elegida fue la letra “V” que es la inicial de su nombre, y a partir de ella se fue agregando el resto. Entre diferentes opciones como: Voces de hoy, Vokhal, VVD (Verdadera Voz Digital) y VDV (V de V...), la ganadora fue la última, que engloba varios significados: V de Voz, V de Volumen, V de Vibras, V de Venezuela y V de Verónikha.

El nombre fue elegido por su practicidad ya que es corto, fácil de memorizar, tiene “punchline” y posee las características que se quería plasmar. Además, podría ser utilizado de manera estratégica en las RRSS.

⁸ El término Banner es un vocablo en inglés que al ser traducido al español quiere decir Banderola. Una Banderola o Banner es una especie de publicidad que se realiza en Internet, la cual consiste en introducir un segmento publicitario dentro de una página web. (2015). Definición de banner. [Online] Extraído de: <http://conceptodefinicion.de/banner/>

4. Propuesta

“VDV” es una propuesta de diseño para un medio digital, es por esto que deben tomarse en cuenta los siguientes puntos:

4.1. Aspecto editorial:

Los enfoques comunicativos son sumamente importantes en el diseño estratégico de la comunicación, se refieren a cómo usar las técnicas, géneros, métodos y medios para tratar temas específicos de una manera más efectiva. Los enfoques y medios de comunicación ayudan a determinar la dirección a tomar al momento de comunicar, para así obtener mejores resultados. Por esto, existen distintos tipos de direcciones comunicativas que plantean, qué tipo de información desea enviarse y de qué modo:

Modo de diseño de mensajes⁹:

- Información: Transmitir datos que proporcionen cierto tipo de información de manera específica sobre un tema en concreto.
- Persuasión: Proceso de comunicación que busca influenciar a otros.
- Promoción: Busca informar a la audiencia creando la adopción de ideas, conceptos o conductas.
- Cabildeo: Se adopta dicho enfoque para crear un ambiente favorable que genere sensibilidad a cierto tema.

Modo de diseño didáctico¹⁰:

⁹ S/A. (s.f). Los principios para el diseño de una estrategia de comunicación. [Online] Extraído de: <http://www.fao.org/tempref/docrep/fao/011/y5794s/y5794s01.pdf>

¹⁰ S/A. (s.f). Los principios para el diseño de una estrategia de comunicación. [Online] Extraído de: <http://www.fao.org/tempref/docrep/fao/011/y5794s/y5794s01.pdf>

- Educación: Aumentar conocimiento, comprensión y cambio de actitudes a través del aprendizaje. Puede darse tanto a nivel individual como a nivel grupal.
- Capacitación: aumentar las destrezas de la persona dando la oportunidad de experimentar. Se centra en una destreza práctica, más que en el conocimiento teórico, como en la educación. Por ello, se busca experimentar para permitir que se adopte una nueva idea al finalizar el proyecto.

Tras analizar cada forma comunicativa, se puede concluir que “VDV” desea crear y mantener a través del tiempo una comunicación informativa, buscando transmitir temas de interés sobre un asunto en concreto que en este caso es la música. Por otro lado, se buscará desarrollar a través de un modo comunicativo de diseño didáctico, un sistema educativo con respecto a las cinco (5) secciones que posee la revista, teniendo como objetivo -en un futuro lejano- aumentar el aprendizaje de aquellos que visiten la página web, al mismo tiempo que disfrutan del contenido recreativo.

La línea editorial, según las secciones de la revista, se guiará por las siguientes características:

- **Tendencias:** Contará con artículos noticiosos del género informativo que se caracterizan por transmitir datos y hechos concretos de interés para el público (sin opiniones personales), ya sean nuevos o conocidos de antemano¹¹. Las noticias contendrán todo lo nuevo que vaya sucediendo semanalmente en el mundo de la música (conciertos importantes, premios, nuevas canciones/álbumes, etc...). Esta sección tendrá información de artistas tanto nacionales como internacionales pero, siempre será prioritario incentivar el talento venezolano.
- **Covers:** Artículos interpretativos que le proporcionen al lector conocimientos a modo comparativo acerca de la canción de origen y la

¹¹ abc.com.py. (2008). Los géneros periodísticos. [Online] Extraído de: <http://www.abc.com.py/articulos/los-generos-periodisticos-1049232.html>

versionada, se colocarán los puntos más importantes a conocer de ambos temas con sus respectivos videos para que las personas puedan elegir su favorito. A futuro, podrían incluirse colaboradores (expertos en el tema) que quieran participar en esta sección, creando un artículo de opinión sobre algún cover de su preferencia.

- **Entrevistas:** Las entrevistas en “VDV” podrían ser noticiosas o de opinión (o una combinación de ambas), proporcionándole al lector no solo información relevante sino opiniones y juicios que desee compartir el artista invitado, recogiendo a través de la veracidad la personalidad del mismo¹². El consumidor podrá enterarse de curiosidades que quizás no conocía sobre el entrevistado y entretenerse leyendo datos curiosos y escuchando su música. En un principio, esta sección contará con artistas venezolanos pero se estima que en un futuro se puedan incluir artistas internacionales, sin la necesidad de cerrarse a nuevas oportunidades.
- **Emergentes:** Esta sección será escrita en formato de “nota de prensa” mediante un artículo noticioso. El lector podrá conseguir toda la información necesaria sobre los artistas emergentes que conformen esta sección, al mismo tiempo que disfrutan de su música. Al igual que en la categoría de entrevistas, se espera poder incluir artistas emergentes internacionales pero siempre dándole prioridad al talento nacional.
- **Eventos:** Artículos descriptivos e informativos (fecha, hora, lugar, descripción y más) sobre todo tipo de eventos musicales (teatro musical, conciertos, festivales y más) que se lleven a cabo a nivel nacional e internacional, dándole prioridad a los eventos de artistas venezolanos tanto en Venezuela como en el mundo.

¹² abc.com.py. (2008). Los géneros periodísticos. [Online] Extraído de: <http://www.abc.com.py/articulos/los-generos-periodisticos-1049232.html>

4.2. Contenido

“We are social”¹³ y “Hootsuite”¹⁴ publicaron un reporte sobre la conexión y el uso del internet en el mundo. Este reporte dio como resultado que el 50% de la población mundial es usuario de Internet y una de cada tres (3) personas accede a alguna red social. Por otro lado, el portal “Internet World Stats” (IWS)¹⁵ tras un estudio estadístico sobre la penetración mundial de Internet realizado el pasado mes de diciembre del año 2017, dio a conocer que Venezuela cuenta con una penetración del 53,1%, es decir, 17.178.743 personas tienen ingreso a Internet. Esto coincide con lo planteado por Tendencias Digitales. Dichos resultados demuestran el uso frecuente del internet por parte de los venezolanos, es por esto que se eligió la web como medio para la realización de “VDV”.

Wix: Wix.com es una plataforma para creación de páginas web, posee plantillas para cualquier idea que se desees plasmar y es totalmente gratuita excepto al momento de la compra del dominio. Según estadísticas de la página, poseen noventa (90) millones de usuarios en ciento noventa (190) países y un aproximado de cuarenta y cinco mil (45.000) nuevos usuarios diarios. Esta plataforma contiene todo lo que se necesita para crear un sitio web personalizado, gratuito y de alta calidad.¹⁶

Como en todo, existen ventajas y desventajas que deben tomarse en cuenta antes de elegir esta plataforma:

Ventajas:

¹³ We are social es una agencia global que entrega ideas creativas de clase mundial a marcas con visión a futuro y que cree en el poder de la visión social para impulsar el valor del negocio. (2018). Latest global 'Digital in 2018' report from Hootsuite and We Are Social reveals 80% of the world's internet users are active on social media. [Online] Extraído de: <http://www.campaignbrief.com/2018/01/latest-global-digital-in-2018.html>

¹⁴ HootSuite es un tipo de aplicación web y móvil que sirve para gestionar redes sociales por parte de personas u organizaciones. HootSuite permite gestionar, por ejemplo, las siguientes redes sociales: Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, Instagram, YouTube, Foursquare, lo que la diferencia a otros clientes que ofrecen servicios similares de gestión de medios sociales. (s.f). Quiénes somos. [Online] Extraído de: <https://iiemd.com/hootsuite/que-es-hootsuite>

¹⁵ Internet World Stats es un sitio web internacional que presenta el uso mundial actualizado de Internet, las estadísticas de población, las estadísticas de las redes sociales y los datos de investigación del mercado de Internet, para más de 243 países individuales y regiones mundiales. (s.f). Internet World Stats. [Online] Extraído de: <https://www.internetworldstats.com/>

¹⁶ S/A. (S.F). Sobre nosotros. [Online] Extraído de: <https://es.wix.com/about/us>

- **Es fácil y rápido de utilizar:** Solo hay que registrarse, elegir una plantilla y comenzar a editar. Asimismo, no es necesario tener conocimientos técnicos en cuanto a programación web ya que no es necesario emplear ningún tipo de código.
- **Tiene una opción gratuita:** Es ideal para aquellos proyectos que están comenzando y no quieren tener preocupaciones económicas. Sin embargo, si el objetivo es crecer, en un futuro se debe adquirir alguna de las opciones Premium que ofrece la página.
- **Diseños atractivos con HTML 5:** Wix ofrece un gran campo de posibilidades respecto al diseño de la web, ofrece cientos de plantillas que sirven para darle vida al proyecto, sin ningún impedimento a la hora de organizar las plantillas.
- **Plantillas responsive:** Esta plataforma ofrece plantillas responsive las cuales se adaptan a cualquier dispositivo inteligente.

Desventajas:

- **No hay control sobre el servidor ni la web:** Con el paquete gratuito que Wix ofrece, no es posible obtener tu propio dominio. Es importante resaltar que esta página es útil para aquellas personas que quieren comenzar en la web, como es el caso de “VDV”. Sin embargo, en un futuro se estima poder comprar el dominio para así poder generar ingresos a través de ella y hacer de “VDV” un sitio más profesional.
- **Las opciones de SEO son muy limitadas:** Es más complicado que la página tome un buen posicionamiento en buscadores web.
- **Publicidad Wix:** En la versión gratuita, aparecen banners publicitarios de la plataforma para que las personas se animen a crear un sitio Wix que a efectos de Branding y profesionalismo, son inapropiados. Esto solo desaparece si se obtiene la versión Premium.

Los diarios impresos siempre han sido un principal medio de comunicación pero los medios han migrado. Hoy en día, toda información que se desee conocer está a un “click” de distancia y es por esto que muchos medios impresos han tenido que viajar al mundo digital. Según el “Bureau of labor Statistics”¹⁷ (BLS), en el año 1990 había casi 500.000 personas en la industria editorial de periódicos, luego en el 2016 esa cifra bajó casi un 60% con un aproximado de 183.000 personas. Así mismo, en este período de tiempo el empleo web aumentó de 30.000 empleados a casi 200.000¹⁸.

El sitio “vanguardia.com” que es la versión web del periódico “Vanguardia” de Colombia, ofrece a sus lectores tres razones por las cuales los medios impresos han tenido que emigrar a la web. La primera de ellas es la inmediatez que ofrece el internet, en la actualidad un porcentaje alto de personas posee un dispositivo inteligente, lo que hace que pueda utilizarlo para cualquier tipo de búsqueda de información, cosa que un medio impreso no puede lograr. La segunda razón es la pérdida de anunciantes, a pesar de que las publicidades siguen vigentes en los medios impresos, la web muestra un campo mucho más favorable para todo aquel que quiera promocionar su marca, donde se tiene la posibilidad de invertir menos por más, es un campo segmentable y se puede medir la efectividad del anuncio. Y la tercera razón es la selección de contenido, en la web existen combinaciones de información pensada en las diferentes necesidades de cada lector, en cambio, los medios impresos sólo poseen un resumen/análisis de hechos específicos.¹⁹

¹⁷ La Oficina de Estadísticas Laborales (BLS) del Departamento de Trabajo de los EE. UU. Es la principal agencia federal responsable de medir la actividad del mercado laboral, las condiciones de trabajo y los cambios de precios en la economía. Su misión es recopilar, analizar y difundir información económica esencial para apoyar la toma de decisiones públicas y privadas. Como agencia de estadísticas independiente, BLS sirve a sus diversas comunidades de usuarios al proporcionar productos y servicios que son precisos, objetivos, relevantes, oportunos y accesibles. (2018). About the U.S. Bureau of Labor Statistics. [Online] Extraído de: <https://www.bls.gov/bls/infohome.htm>

¹⁸ Kierz, Andy. (2016). This chart shows the generational shift that's taking place in media. [Online] Extraído de: <http://www.businessinsider.com/internet-publishing-vs-newspaper-employment-2016-6>

¹⁹ Delgado, Alexander. (2016). Periódicos impresos en la era digital, ¿crisis u oportunidad? [Online] Extraído de: <http://www.vanguardia.com/mundo/tecnologia/377471-periodicos-impresos-en-la-era-digital-crisis-u-oportunidad>

Tomando en cuenta lo nombrado anteriormente, se decidió tomar la web como medio de comunicación e información, eligiendo a Wix como la página que le dé vida a “VDV”, creando un portal web de calidad para así poder llegar a un número mucho más grande de personas, sin dejar de lado que a futuro se deberá comprar el dominio, para crear un portal de mayor renombre.

Contenido musical

Según la RAE, el Copyright es un derecho que la ley reconoce al autor de una obra intelectual o artística para autorizar su reproducción y participar en los beneficios que esta genere²⁰. “VDV” por ser una revista musical contará con contenido multimedia mediante el cual el público podrá disfrutar de videos, canciones y álbumes de los diferentes artistas que aparecerán en la revista. El contenido que le genera a dichos artistas el tráfico de usuarios, será re direccionado desde “VDV” mediante el link directo de su página de origen para no infringir ninguna ley relacionada con los derechos de autor del material a exponer. A continuación, se colocarán algunas de las páginas desde donde se podría re direccionar contenido multimedia de “VDV”. Es importante resaltar que podrían agregarse más portales web dependiendo del artista, pero las siguientes probablemente sean las más frecuentes:

- **YouTube:** YouTube es un sitio web dedicado a compartir vídeos. Presenta una variedad de clips de películas, programas de televisión y vídeos musicales²¹.
- **Soundcloud:** Como la mayor plataforma de audio y música del mundo, Soundcloud permite descubrir y disfrutar de la mejor selección de música más diversa²².

²⁰ Real Academia Española. (2017). Derecho de autor. [Online] Extraído de: <http://dle.rae.es/?id=CGv2o6x>

²¹ Youtube.com (s.f). Información. [Online] Extraído de: <https://www.youtube.com/intl/es/yt/about/>

²² Soundcloud.com (s.f). Quiénes somos. [Online] Extraído de: <https://soundcloud.com/pages/contact>

Asimismo, todo lo que sea publicado sobre el artista invitado para la sección de “entrevistas” (material audiovisual e informativo), será previamente aprobado por el mismo a través de una autorización de contenido que se mostrará a continuación:

AUTORIZACION DE CONTENIDO

Yo, _____ identificado con cédula de identidad # _____, en mi condición de entrevistado, autorizo a la revista digital “VDV” para que incluya en cualquier soporte audiovisual y/o escrito para efectos de reproducción y comunicación pública, la entrevista realizada el día _____ de _____ del año _____, así como para utilizar mi imagen en el proyecto para los fines y dentro de los propósitos establecidos por “VDV”.

Por virtud de este documento el suscrito entrevistado declara que es propietario integral de los derechos sobre el contenido de la entrevista y en consecuencia garantiza que puede otorgar la presente autorización sin limitación alguna. En todo caso responderá por cualquier reclamo que en materia de derecho de autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a “VDV”.

La autorización que aquí se concede sobre este material, es exclusivo para los artículos en mención, el cual tendrá un uso de carácter comercial/cultural y será difundido en la página web de “VDV” y sus redes sociales.

Verónikha Godoy
(Editora en jefe)

(Nombre del entrevistado)
(Entrevistado)

4.2.1. Segmentos de navegabilidad de la revista

Tendencias: Semanalmente contendrá las noticias musicales más resaltantes del momento, estas noticias pueden contener información sobre: nuevos lanzamientos musicales (discos, canciones), premiaciones, colaboraciones, información de conciertos importantes que se hayan llevado a cabo y más. Todo lo publicado en esta sección será previamente investigado y cada artículo contará con los créditos del portal de donde se extrajo la información de referencia para “VDV”. En este segmento, el público podrá conseguir noticias tanto de artistas nacionales como internacionales pero siempre se le dará prioridad al talento nacional, evitando que la página se quede sin contenido publicado.

Covers: Con el pasar de los años, muchos artistas se han dedicado a versionar sus temas favoritos ya sea para rendirle tributo a una banda o simplemente por entretenimiento, y en esta sección el público podrá disfrutar semanalmente de esos covers que se han vuelto virales por críticas positivas, o por el contrario, por las críticas negativas que generaron. Habrá covers de artistas de todo el mundo y de cualquier género musical (rock, pop, reggae, jazz, etc...).

Entrevistas: Cada semana “VDV” traerá un artista o banda como invitado para esta sección, tendrá un formato de entrevista que cambiará dependiendo del músico, también incluirá la información básica del artista, próximos proyectos y presentaciones y un link directo donde las personas podrán escuchar al talento. Principalmente este segmento contará con invitados de la movida musical venezolana, ya sean compositores, solistas, bandas, productores, dj’s, entre otros, de cualquier género musical pero en un futuro se estima incluir también al talento internacional.

Emergentes: Como el principal objetivo de “VDV” es impulsar al talento nuevo, se creó esta sección para aquellos artistas que están comenzando su carrera y necesitan un espacio donde las personas puedan conocer su trabajo. Este segmento tendrá un formato de nota de prensa colocando una pequeña biografía del artista en la cual se incluirán futuros proyectos y conciertos. Asimismo, se colocará un link directo de la página donde estén expuestos los trabajos del artista para que los

lectores puedan disfrutarlos. Al igual que en la sección de entrevistas, se comenzará con artistas emergentes venezolanos pero un futuro se espera expandir el segmento con artistas emergentes internacionales. Sin embargo, siempre se le dará prioridad al talento nacional.

Eventos: Esta sección está creada para ser una agenda musical donde el público pueda estar informado acerca de todo tipo de eventos musicales, ya sea teatro musical, conciertos, festivales y más, que vayan a ocurrir en Venezuela y el mundo. Cada evento tendrá la información necesaria que el lector deba conocer, en caso de querer asistir el evento (fecha, hora, lugar, información de entradas, sinopsis).

4.3. Aspectos gráficos

4.3.1 Teoría del color

La teoría del color es un grupo de reglas básicas en la combinación de colores para crear un efecto deseado. Es muy importante a la hora de vender un producto porque subliminalmente se puede manejar la decisión del público con los colores. Dominar la teoría del color ayuda a regular el flujo y reflujo de las emociones de los clientes.

El color es la traducción visual de los sentidos, despertándolos mediante sensaciones frías, calientes, apetecibles y más. En cuanto a la identidad de las empresas, el color es un elemento principal de personalidad. Un mismo color permite innumerables lecturas, un mismo tono puede tener varios valores y matices si su fondo es diferente.

Existen dos formas básicas compositivas del color: la armonía y el contraste. La primera se refiere a la coordinación de los distintos valores que el color adquiere al componerse con los demás elementos de la imagen. En cuanto al contraste, se produce cuando en una composición los colores no se relacionan ni tienen algo en común.

Hay distintas aplicaciones que se le dan al color, las mismas son: el color denotativo, el color connotativo y el color esquemático; términos muy usados para ediciones gráficas.²³

Color denotativo: se refiere al color como atributo realista o natural de los objetos o figuras. Puede expresarse su función de identificación (vegetales verdes, cielo azul), como también su exaltación de la realidad, aportando un color más brillante y luminoso, dando como resultado una imagen más apasionada y triunfal, mostrando mayor atractivo del mundo que nos rodea.

Color connotativo: es la acción de factores psicológicos que corresponden a la subjetividad de las imágenes. Además, afecta a las sutilezas perceptivas de la sensibilidad, por ende, cada color posee su propio significado.

- **Blanco:** paz, felicidad, pureza, inocencia.
- **Negro:** silencio, misterio, maldad, elegancia.
- **Gris:** neutro, pasivo, indecisión, duda, melancolía.
- **Amarillo:** calidez, ardor, expansión, luz, oro, intensidad, agudeza.
- **Naranja:** fuerza activa, radiante, expansiva, carácter acogedor, calidez, estimulante.
- **Azul:** profundidad, frío, plácido, armonía, amistad, fidelidad, sosiego, optimismo.
- **Morado:** templanza, lucidez, reflexión, místico, melancólico, introversión.
- **Rosado:** majestuosidad, sensual, feminidad, sociable, potente.
- **Rojo:** fuego, sangre, pasión, peligro, deseo, excitación, calidez.
- **Verde:** tranquilidad, vegetación, frescos, naturaleza, calma indiferente (no transmite alegría, tristeza o pasión).

Color esquemático: es el color extraído de su contexto y se analiza sólo como materia cromática. Es infinitamente combinable en un color plano²⁴. El color es un

²³ (S.A). (2014). Importancia de la teoría del color. [Online] Extraído de: <https://es.slideshare.net/ypena431/importancia-de-la-teoria-del-color>

²⁴ S/A. (2013). El color - significado connotativo y denotativo. [Online] Extraído de: <https://phoinixpublicidad.wordpress.com/2013/05/28/el-color-significado-connotativo-y-denotativo/>

factor determinante y crucial al momento de originar una mayor captación y percepción positiva por parte del público hacia la página web.

Todos los usuarios y consumidores web se presentan impresionables ante una gran diversidad de colores. Por este motivo, el color es pieza fundamental para la comunicación audiovisual ya que designa y dota de significado a las cosas. Es importante hacer énfasis en todo lo que tenga que ver con el proceso de creación del diseño de la revista.

Cada color posee un significado que expresa distintas sensaciones al ojo del espectador. Los elementos gráficos no solo adornan una pieza, también deben atraer, crear una representación de la realidad y proporcionar información de una manera más evidente que escrita, pues no solo debe hacer que algo “se vea bien”, también debe generar una estructura, orden e impacto visual. Es por esto, que para “VDV” se decide crear una propuesta web minimalista con colores neutros como el blanco y el negro que representan la unión de todos los colores, en este caso, la combinación de todos los géneros musicales en una sola revista. Hoy en día es muy utilizada la tendencia del “menos es más”, mejor conocida como “minimalista”; esta tendencia además de transmitir elegancia y luminosidad, es perfecta para proporcionarle al lector tranquilidad. Asimismo, para darle un poco de vida a la página y en representación de la pasión hacia la música, se agregan detalles con color rojo en forma de doodles sin ningún tipo de decoración extra para no salir del movimiento minimalista.

La luminosidad o brillo de un color se refiere a la claridad u oscuridad que el mismo posee, la cantidad de blanco o negro. Los colores más claros, o puros, reflejan mayor cantidad de luz y se tienden a ver más brillantes, mientras que un color de valor bajo en cuanto a brillo, es más oscuro y absorbe mayor luz. Todos los colores pueden reflejar la luz con un tono muy alto de luminosidad (y llegan a ser blancos) y todos los colores tienden a absorber mayor luz si tienen un tono de brillo bajo (y llegan a ser negros). Por esto, “VDV” elige los dos tonos neutros como principales, blanco y negro, pues son los que siempre están presentes en todos los colores, simbolizando a todos los géneros musicales que tienen la misma característica para “VDV”: su talento, su

voz, ser emergentes y más. Así mismo, se hace uso de dos tonos complementarios que reflejan elegancia y fuerza como lo son el gris y el rojo, respectivamente.

A continuación, se explicará el desarrollo de la página principal de la web:

4.3.2. Página principal

Contará con la imagen del logo en la esquina superior izquierda, seguido de los nombres de cada una de las secciones que el público puede visitar colocadas de manera horizontal en la parte superior del sitio. En el centro de la web se encuentra una franja interactiva en forma de diapositiva en todo el ancho de la página, donde el lector podrá observar los titulares de los temas de la semana con la posibilidad de acceder directamente a la de su preferencia.

Seguidamente, se dará lugar a un recuadro con la noticia más importante de la semana. Al final de la página, el público conseguirá tres (3) recuadros que contendrán tendencias musicales nacionales, y abajo, tres (3) recuerdos más con noticias musicales internacionales, haciendo referencia a las noticias más recientes de estos dos tópicos.

En la parte inferior de la web se encuentra el pie de página, que se mantiene en todas las pantallas, que contiene: en el lado izquierdo un recuadro de suscripción a la página donde las personas pueden ingresar su email y nombre, en caso de querer recibir las actualizaciones semanales de “VDV”. A su lado, se encuentra el logo de Instagram y Facebook que con un click re direcciona a la red social de la revista para las personas que deseen seguirla, más un link de contacto (logo de mensaje) en caso de que los lectores quieran dejar algún comentario o sugerencia, o algún artista quiera comunicarse con el staff de la revista. Por último, en el lado derecho, se encuentra una lista vertical con cada una de las secciones que contiene la web.



EMERGENTE DE LA SEMANA

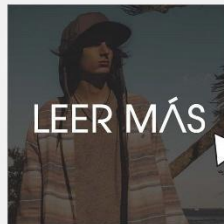
Jean Paul Faouen a.k.a Atípico, es un rapero venezolano nacido en la ciudad de Caracas el 20 de diciembre de 1995. Se inicia en la música cuando tenía 14 años al producir sencillos de manera empírica. Posteriormente, comienza a trabajar con un Dj de música electrónica quien realizó los beats, produjo, grabó y diseñó los primeros artes de temas como: "total", "besos pesados", "B2B", entre otros.

Más adelante, comienza a trabajar con Juan Obregón que también forma parte de la movida electrónica y junto a él ensambla dos temas: uno de corte comercial llamado "Qué haría sin ti", y por otro lado, un rap conciencia llamado "Banzai".

[Leer más](#)



MUERE MAESTRO
JOSE ANTONIO ABREU



DANNY OCEAN PUBLICA
VIDEO DE SU TEMA
"DEMBOW"



BIG SOTO ESTRENA SU
TEMA "SOLO TU"



ASI FUE EL PRIMER
FIN DE SEMANA DE
COACHELLA 2018



ATERCIPELADOS VUELVE
A LOS ESCENARIOS CON
"PLAY"



THE KILLERS EN EL
PASEO DE LA FAMA 2018

QUIERO MÁS INFO

NOMBRE *

EMAIL *

SUSCRIBIRME



INICIO
TENDENCIAS
COVERS
ENTREVISTAS
EMERGENTES
EVENTOS

4.3.3. Tipografía

4.3.3.1 Títulos

La tipografía seleccionada para los títulos de la página web es “Adam”²⁵. Es una tipografía Sans Serif que tiene una apariencia clara y limpia, lo que la hace adecuada para títulos, además promueve la elegancia y seriedad²⁶. Al igual que el texto, los títulos se expondrán en color gris oscuro para hacer más fácil la lectura y hacer una correcta combinación utilizando la teoría del color.

4.3.3.2 Textos

La tipografía seleccionada para el contenido de la página, es decir, los textos de cada noticia e información es “Century Gothic” que pertenece a la familia Sans Serif, lo que hace que sea de fácil lectura para textos en web. Es una tipografía versátil, uniforme y sin contrastes que transmite elegancia, luminosidad y minimalismo; es perfecta porque va con el estilo de “VDV”. Al igual que los títulos, tendrán un color gris oscuro para facilitar la lectura del público y para combinar utilizando la teoría del color.

4.3.4 Aspecto Exterior

Las publicaciones de los artículos de la revista se harán en formato digital, pues la plataforma a usar será Wix (en el apartado 5 se explica detenidamente este portal web). Para dar a conocer la página y el contenido proporcionado en ella cada semana, se usarán las redes sociales como medio de difusión de información. Las publicaciones se harán en formato digital por ser un medio gratuito y de amplio crecimiento y difusión.

²⁵ Dafont.com. (2016). Adam de Adam Ericsson. [Online] Extraído de: <https://www.dafont.com/es/adam.font>

²⁶ S/A. (2017). 22 tipografías modernas gratis para descargar y usar en diseño gráfico. [Online] Extraído de: <https://beatrizxe.com/es/blog-diseno-ilustracion/blog-diseno-grafico/tipografias-modernas-para-descargar-gratis.html>

4.3.5 Materiales

- Una (1) computadora con Adobe Premiere para la edición de videos como material para las redes sociales; Adobe Photoshop y Adobe Illustrator para la edición de imágenes para la página web y redes sociales. Es la herramienta de mayor uso por tener acceso directo a la página web como administrador para crear y editar el contenido.
- Una (1) cámara o teléfono inteligente con buena resolución para documentar contenido de calidad tanto para la revista como para las redes sociales.
- Una (1) grabadora de voz.
- Un (1) teléfono inteligente para crear contenido para Instagram.

4.3.6 Ubicación de la publicidad

Las publicaciones encargadas de darle promoción a la página web se llevarán a cabo por medio de:

Instagram: es la red social que cada vez se vuelve más grande, y es una gran elección para aquellos que quieran promocionar alguna marca. Según un estudio hecho por Pew Research²⁷, jóvenes entre 18 y 29 años poseen el 55% de uso en esta red social (gran parte del target de “VDV”), seguido por un 28% con un rango de edades entre los 30 y 49 años y un 11% para los usuarios desde los 50 hasta los 64 años.²⁸

²⁷ Pew research es un tanque de hechos no partidista que informa al público sobre los problemas, las actitudes y las tendencias que dan forma al mundo. Llevan a cabo encuestas de opinión pública, investigación demográfica, análisis de contenido y otra investigación de ciencias sociales basada en datos, sin posiciones políticas. (s.f). About Pew Research Center. [Online] Extraído de: <http://www.pewresearch.org/about/>

²⁸ Parker, Sidney. (2016). Top Instagram Demographics That Matter to Social Media Marketers. [Online] Extraído de: <https://blog.hootsuite.com/instagram-demographics/>

Según datos recopilados en mayo 2017, en América Latina hay más de 60 millones de usuarios en Instagram, de los cuales 28% son hombres y 32% son mujeres. Hasta esa fecha, Venezuela contaba con un aproximado de 5.200.000 usuarios con un estimado de 3.000.000 de cuentas femeninas y 2.100.000 masculinas²⁹. Es por esto, que se eligió dicha red social para la futura promoción de la marca.

La estrategia de medios para este proyecto estaría basada en una campaña de intriga que permita a los seguidores conocer cuándo se hará cada refrescamiento de “VDV”, más un adelanto del contenido que podrán disfrutar en la revista. Posteriormente, habrá una serie de publicaciones diarias con información musical para que los seguidores estén siempre actualizados e interactúen a través de las redes sociales. Además, se harán encuestas y concursos con el fin de crear afinidad con el público a la vez que se crea interacción tanto en la página como en las redes sociales.

Actualmente, Instagram posee algoritmos que hacen que las publicaciones tengan un mejor o un peor rendimiento, todo depende de cómo se manejan las publicaciones. La última actualización de algoritmos de esta red social fue en enero de 2018, está basada en el rendimiento que tengan las publicaciones en cuanto a me gustas y comentarios para así generar un mayor alcance³⁰. Por esto, es importante que se logre una alta interacción en cada post, para así crear una cuenta con un alcance bastante alto entre los seguidores de la marca.

En la descripción del perfil de “VDV en Instagram, se colocará el link de la revista tener un tráfico de ingreso directo a la web. Además, también se colocará el link en la descripción de cada publicación para acceder al portal fácilmente.

Es fundamental marcar la diferencia con contenido visual de calidad en las redes sociales, es por eso que deben tomarse en cuenta los siguientes puntos:

²⁹ S/A. (2017). Estadísticas de INSTAGRAM 2017 (América Latina) con imágenes TO Share. [Online] Extraído de: <https://www.latamclick.com/estadisticas-de-instagram-2017/>

³⁰ S/A. (2018). Novedades del nuevo algoritmo Instagram 2018 rumor o verdad? [Online] Extraído de: <http://www.melodijoadela.com/nuevo-algoritmo-instagram-2018/>

- Centrar los íconos, ilustraciones o gráficos ya que, hoy en día el contenido se consume a través de múltiples dispositivos. Esto creará un punto de enfoque que hará que el trabajo realizado luzca igual en cualquier dispositivo.
- Al momento de diseñar publicaciones, se debe utilizar más de una fuente o color para el texto. En caso de que las imágenes contengan información, el uso de distintas fuentes, colores e incluso diferentes tamaños de texto ayudará a destacar los datos más relevantes.
- Se deben implementar los colores de la marca en cada imagen. Es fundamental crear una identidad visual y que las personas identifiquen la marca al ver las imágenes, es por esto, que se deben utilizar los colores corporativos en la mayoría de las piezas gráficas.

4.4. Planificación estratégica

4.4.1. Resumen ejecutivo

“VDV” consiste en la creación de una propuesta para el diseño de medios multimedia de una revista digital especializada en música, que contará con 5 secciones: tendencias, covers, entrevistas, artistas emergentes y eventos; las cuales abarcarán la mayor cantidad de géneros musicales posibles y ayudarán a fomentar el talento nacional y los nuevos artistas que quieran llegar a más. Todas las secciones se actualizarán cada semana proporcionando al público material de su interés. Este proyecto está enfocado en impulsar al talento nacional, sobre todo al emergente, además, tiene un elemento diferenciador gráfico que son los “doodles”, que le dan vida y originalidad a la página. Por otro lado, va dirigida a mujeres y hombres principalmente venezolanos, entre los 15 y 30 años que deseen estar actualizados en la movida musical (más que todo la venezolana) y que estén interesados en obtener información constante de artistas emergentes.

4.4.2. Identificación del proyecto

“VDV” es un proyecto piloto para una revista digital especializada en música con cinco (5) secciones pensadas para el entretenimiento del público y promoción de artistas emergentes principalmente venezolanos (tendencias, covers, entrevistas, artistas emergentes y eventos). Este proyecto busca ofrecer información sobre el mundo musical, al mismo tiempo de crear una ventana abierta para el talento emergente que desee surgir gracias a su potencial, dirigiéndose a un público mixto entre los 15 y 30 años de edad, de los estratos A, B y C, principalmente venezolanos. Aun así, por ser un portal web, “VDV” no se cierra a que personas que no estén dentro del target establecido consuman la información que ahí se genere.

4.4.3. Definir el target

Se da inicio a una segmentación por medio de tres características o categorías: la primera es la distribución geográfica, la segunda se refiere a las características psicográficas y finalmente, una segmentación demográfica³¹. Cada una de estas cumple un objetivo específico que clasifica al mercado en distintos segmentos:

Segmentación geográfica: se refiere a dividir al mercado según locación, lo que ayuda a visualizar (en un ámbito un tanto general) la cantidad de integrantes de un nicho y sus características como componentes de esa sección. Este proyecto va dirigido principalmente a ciudadanos venezolanos, ya que la mayoría de los temas a tratar en la revista se enfocan en el talento nacional. Sin embargo, por ser una página web cualquier persona alrededor del mundo puede acceder a ella, por ende, una persona fuera de esta segmentación también podrá disfrutar del contenido de “VDV” aunque no sea el target principal.

Segmentación psicográfica: se caracteriza por estudiar el comportamiento, estilo de vida y actitudes de los consumidores de un mercado específico. Hay que

³¹ Simian, Horacio. (2013). 5 tipos de segmentación de mercado. [Online] Extraído de: <https://larueding.com/2013/08/28/5-tipos-de-segmentacion-de-mercado/>

conocer a quién se está dirigiendo el mensaje, para esto mismo, el significado de lo que se comunica debe acercarse a los códigos de ese público objetivo y así, hablar el mismo lenguaje del consumidor. Es por esto, que la autora de este proyecto ha decidido plasmar su aprendizaje como productora radial en la revista, reflejando la información que el público desee leer ya sea por diversión o aprendizaje.

Segmentación demográfica: se enfoca en estudiar al consumidor por medio de su sexo, edad, ingreso, educación e incluso religión, estimando un rubro mucho más específico de quién es el que consume dicho producto. Se orienta a determinar las características bases de ese segmento³².

En el caso del piloto de la revista digital musical “VDV”, se decidió direccionar el contenido a un target de mujeres y hombres con edades comprendidas entre los 15 y los 30 años, pertenecientes a la clase A, B y C, que sean amantes de la música, con acceso a internet y que estén interesados en apoyar al artista emergente que busca promocionar su talento. Por otro lado, es importante resaltar nuevamente que, aunque la segmentación demográfica está conformada por las características anteriormente nombradas, “VDV” no es una web limitativa. Cualquier persona que esté fuera del rango de edad ya expuesto, sin duda alguna puede ser también un consumidor.

4.4.4. Mercados y competencias

Competidores Directos: son competencias que ofrecen los mismos atributos, canales y atacan al mismo target.

Competidores Indirectos: se dirigen al mismo target, poseen los mismos canales de distribución, satisfacen las mismas necesidades pero de forma diferente y con productos sustitutos.³³

³² Ayala, Sofia. (S.F). Tipos de segmentación de mercados. [Online] Extraído de: <http://www.todomktblog.com/2013/04/tipos-de-segmentacion-de-mercados.html>

³³ S/A. (2010) La competencia directa e indirecta. [Online] Extraído de: <http://www2.esmas.com/emprendedor/herramientas-y-articulos/marketing/184455/competencia-competencia-directa-competencia-indirecta/>

Competidores Sustitutivos o de tercer grado: ofrecen formas y atributos distintos pero buscan satisfacer las mismas necesidades.

Distintos proyectos digitales que se ofrecen en el mercado competitivo de “VDV” son:

Competidor Directo: “VDV” no posee un competidor directo que maneje específicamente las cinco (5) secciones que posee la revista. A pesar de que “VDV” no es la única revista venezolana que toca temas musicales nacionales e internacionales, posee un elemento diferenciador en cuanto a contenido que es la sección dedicada al impulso de artistas emergentes, que no contienen las demás. Además, en cuanto a covers “VDV” ofrece una comparación de canciones (original y versionada), a diferencia del contenido de otros portales que solo ofrecen la noticia del tema versionado.

Competidor Indirecto:

- **Cúsica Plus**³⁴: música plus es un sitio web venezolano dedicado a la música. Se encuentra entre los competidores indirectos porque a pesar de que va dirigido al mismo target y tiene el mismo canal de distribución, no aporta el mismo contenido que “VDV”. Coinciden en algunas secciones como: noticias, covers y entrevistas pero en música, la sección de covers no posee una comparación entre canciones, la página no contiene una agenda de eventos musicales ni un segmento dirigido únicamente a artistas emergentes.

- **Cochinopop**³⁵: es una revista web digital venezolana que le ofrece a sus lectores secciones con contenido referente a la música, cine, tv... Su información es mucho más extensa porque no solo abarca el tema musical, como es el caso de

³⁴ Ver anexo 5 que muestra la página de inicio de la revista. Plus.cusica.com (2018). Inicio de página. [Online]
Extraído de: <http://plus.cusica.com/>

³⁵ Ver anexo 5 que se muestra la página de inicio de la revista. Cochinopop.com. (2018). Página de inicio. [Online]
Extraído de: <http://cochinopop.com/>

“VDV”. Además, no posee ninguna sección que pueda competir con este proyecto ya que posee un solo segmento donde se abarca el tema musical de manera general. Es por esto, que a pesar de que maneja el mismo canal de distribución que “VDV”, se considera un competidor indirecto.

- **Ladosis**³⁶: es una revista web que aborda temas musicales con noticias principalmente de España y Venezuela. Ofrece segmentos con noticias musicales, conciertos, reportajes y recomendaciones. Es considerada una competencia indirecta porque no contiene los mismos segmentos a tratar en “VDV” y tiene un target más elevado, incluyendo no solo al público venezolano sino también al español.

Competidor sustitutivo:

- **Metalvisión**³⁷: es un canal de YouTube especializado en música. Sus suscriptores pueden disfrutar de toda información referente al estilo musical rock “Heavy Metal”, se pueden mostrar en festivales y conciertos pero también hacen comentarios sobre curiosidades de la actualidad. Es un canal que al igual que “VDV” entretiene y educa pero se considera competidor sustitutivo porque utiliza un canal de distribución distinto que es: “Youtube”.

4.4.5. Ventajas competitivas y oportunidades en el mercado

Lo que la web 2.0 ha ido logrando con el pasar de los años es grande, una de las consecuencias que ha traído con ella es la migración de los textos impresos al mundo digital, creando una mayor practicidad en este tipo de medios y logrando el nacimiento de infinidad de portales web para todo tipo de gustos.

Esta es un oportunidad crucial para la inclusión de “VDV” al mundo digital, a pesar de que ya existen revistas musicales en esta plataforma con renombre esto no asegura que ninguna de los portales antes mencionados como competencia, concilien

³⁶ Ver anexo 5 que se muestra la página principal de la revista. Revistaladosis.com. (2018). Página de inicio. [Online] Extraído de: <http://revistaladosis.com/>

³⁷ Ver anexo 5 que se muestra la portada del canal de youtube. Metalvisión. (2018). Portada. [Online] Extraído de: <https://www.youtube.com/user/Metalovision>

los mismos objetivos que “VDV” tiene para ofrecerle al público objetivo al que desea dirigirse.

Esto puede considerarse una ventaja competitiva dentro de la oportunidad en el mercado 2.0. Muchas páginas web musicales ofrecen satisfacer las necesidades del público pero no atacan los mismos segmentos que se desea atacar “VDV”. Asimismo, este proyecto pretende seguir su norte musical y ofrecer apoyo al talento nacional emergente, principalmente, proporcionando información, educación, practicidad e innovación, realzando la buena música hecha en Venezuela.

4.4.6. Análisis DOFA

Un análisis DOFA se refiere a la realización de una evaluación global de las fortalezas (F), oportunidades (O), debilidades (D), y amenazas (A) de una empresa, idea o concepto.

Las fortalezas son las capacidades especiales con que cuenta una empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Las oportunidades son aquellos factores que resultan positivos para dicha empresa y que permiten obtener ventajas competitivas. Las debilidades son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Las amenazas por su parte, son factores externos desfavorables que pueden producir desafíos en el desempeño.³⁸

A continuación, la matriz DOFA de “VDV”:

Fortalezas: “VDV” agrupa varios temas de interés musical en un mismo espacio, con la finalidad de darle protagonismo al talento nacional en cinco (5) secciones (tendencias, covers, entrevistas, emergentes y eventos) e impulsar a los artistas emergentes. Además, cuenta con una innovación en diseño, exponiendo animaciones en sus gráficos.

³⁸ S/A. (S.F). ¿Qué es la matriz FODA? [Online] Extraído de: <http://www.matrizfoda.com/dafo/>

Oportunidades: La tendencia de plataformas web 2.0 con el fin de facilitar las necesidades del individuo, generando practicidad, ha venido aumentando con el pasar de los años, lo que servirá como trampolín para dar a conocer la revista “VDV”.

Debilidades: “VDV” no cuenta con un presupuesto establecido, es por esto que no se ha podido comprar el dominio de la plataforma web. Además, por tener un contenido que favorece principalmente al talento venezolano, un grupo significativo de lectores puede quedar aislado.

Amenazas: en la web 2.0 ya se encuentran revistas musicales con renombre y con una gran aceptación por parte de la audiencia.

4.4.7. Estrategias de distribución

“VDV” utilizará las redes sociales como medio de distribución, ya que son conocidas por su viralización de contenido y por ser de uso gratuito. Este punto se explicará de forma extendida en “publicidad y promoción”.

4.4.8. Publicidad y promoción

“VDV” utilizará la red social “Instagram” como medio de difusión y promoción de contenido. Gracias a esto, se podrá dar a conocer todas las actualizaciones que se hagan en paralelo en la página web y los seguidores podrán compartir la información y comentar acerca de ella. Esta red social es famosa en el público joven y adulto contemporáneo, promueve la viralización de contenidos a través de publicaciones de imágenes o videos que las personas pueden acompañar con un texto de su preferencia.

Instagram también permite la práctica de retroalimentación por parte de los seguidores. Esto genera una continua comunicación con la audiencia, la cual proporciona críticas a través de sus comentarios y producen el aumento de la viralización de “VDV”. La creación de la etiqueta “#VDViral” en las publicaciones beneficiaría a la marca a mejorar su posicionamiento en buscadores web, además,

se crea un juego de palabras incluyendo a “viral” en la lista de significados que se le puede dar a la “V” de “VDV”.

El contenido publicado en la cuenta de Instagram de “VDV”, siempre tendrá relación con lo expuesto en la página web, en cada descripción se incluirá el link directo de la revista para que las personas puedan visitarlo fácilmente.

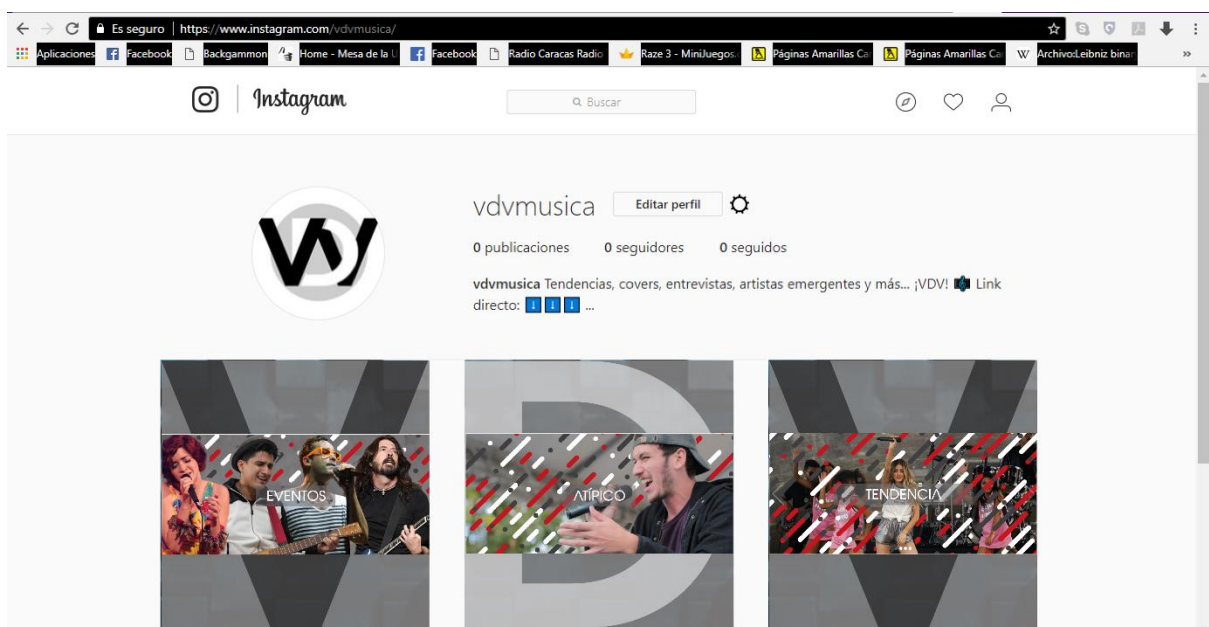
La cuenta de Instagram contará con las siguientes características:

- Nombre: @vdvmusica fue elegido como username de esta red social porque contiene el nombre de la revista más el tema principal a tratar en ella. Además, se busca que “VDV” sea reconocida inmediatamente en relación con la música.

- Descripción: Tendencias, covers, entrevistas, artistas emergentes y más...
Link directo: ...

- Cómo serán las imágenes: Tendrán un diseño minimalista y con animaciones que vayan con el estilo de “VDV”. Las ilustraciones gráficas variarán desde campañas de intriga, hasta noticias musicales y recordatorios de publicación.

A continuación, una muestra de la maquetación de la cuenta de Instagram:



4.4.9. Modelo de negocio

Un modelo de negocio describe los fundamentos de cómo una organización crea, desarrolla y captura valor. Este modelo busca servir a los clientes fijando un elemento diferenciador, teniendo como fin conservar al cliente.³⁹

En cuanto a “VDV”, se sugiere la fidelización de clientes, ya que se busca que el lector que entre por primera vez a la página la convierta en su centro de información y entretenimiento semana a semana, además de recomendarla, promoviendo un mayor consumo y beneficios para la marca. Esta estrategia gira en torno a las necesidades del consumidor, que será el que haga crecer a la empresa a largo plazo gracias a su lealtad.

Asimismo, se busca que el cliente estime el valor de lo obtenido y se sienta apreciado por los beneficios que ofrece “VDV” (educación, conocimiento y entretenimiento). Se trata de la satisfacción a través de un buen servicio, que valga la pena esforzarse por lograr lealtad mediante calidad. Ofrecerle al público un portal que tenga continuidad en sus publicaciones y que escuche sus necesidades, generará fidelidad, rentabilidad y crecimiento.

La tecnología juega un papel muy importante en el mercado en el que “VDV” se desenvuelve, generar contenido de calidad implica estar al tanto de toda la movida musical nacional e internacional. El mundo 2.0 permite premiar la lealtad y hacer seguimiento para un óptimo servicio, así se podrá ofrecer un trato de primera con el consumidor, logrando vínculos que generarán la retención de lectores de “VDV”.

4.4.10. Filosofía de gestión

Para una realización exitosa de las actualizaciones semanales de “VDV”, estas deben prepararse con una semana de anticipación para asegurar que todo esté listo

³⁹ Heras, Iñaki. (S.F). Guía para el diseño de modelos de negocios basado en el Modelo Canvas. [Online] Extraído de: <https://www.ehu.eus/documents/1432750/4992644/Gu%C3%ADa+para+el+dise%C3%B1o+de+modelos+de+negocios+basado+en+el+Modelo+Canvas.pdf>

al momento de la publicación. Lo primordial es establecer comunicación con el entrevistado de la semana para coordinar la entrevista de dicha sección. Asimismo, contactar al músico o banda elegida como “Artista Emergente” y redactar una nota de prensa que permita al público conocer sobre su trabajo.

Posteriormente, se debe investigar sobre las noticias más resaltantes de la música (nacional e internacional), además de próximos eventos musicales a realizarse para así generar la redacción de las secciones “tendencias” y “eventos”. Por otro lado, investigar las canciones versionadas más sonadas (ya sea por lo buenas o malas), y redactar la información de ambas canciones (original y versionada) para la sección de “covers”.

Por último, cuando ya se tenga toda la información necesaria para los textos de la revista se debe proceder al diseño y realización de los doodles para las fotos pertenecientes a cada noticia o artista plasmado en la web.

Finalmente, se hará el refrescamiento de la revista cada domingo en la mañana para luego proceder a la creación del contenido para las redes sociales. Es importante destacar que a pesar de que los refrescamientos serán semanales, se presentarán situaciones en las cuales haya noticias con mucha relevancia que deban ser notificadas, por ejemplo: la muerte de algún artista. En este caso, la actualización de dicha noticia se hará al instante tanto en la página web como en las RRSS.

4.4.11 Organigrama

El desarrollo de “VDV” no contiene un organigrama como tal, ya que todos los trabajos de pre producción, producción y post producción recaen sobre una sola que persona, que es la creadora de esta propuesta.

Cargos:

- Edición de contenido gráfico: Verónikha Godoy.
- Búsqueda de contenido escrito: Verónikha Godoy
- Redacción de contenido: Verónikha Godoy.

- Búsqueda de talentos, locación para las entrevistas, grabadora de voz y cámara: Verónikha Godoy y colaborador.
- Creación y manejo de contenido para las redes sociales: Verónikha Godoy.

Preproducción:

- Búsqueda de contenido (maquetación de contenido para cada sección de la revista).
- Búsqueda de talentos, locación para las entrevistas (contactar artista invitado para la sección de “entrevistas” y coordinar la locación, en caso de ser presencial y contactar al artista invitado para la sección de “Emergentes”).

Producción:

- Redacción de contenido (redacción de todas las secciones de la revista).
- Edición de contenido gráfico (edición de doodles para las imágenes de la revista).

Postproducción:

- Refrescamiento de la revista.
- Manejo de contenido para las RRSS.

5. Plataforma digital a utilizar para desarrollar el proyecto: Wix

Wix es un portal especializado en la creación de páginas web, cualquier emprendimiento que quiera comenzar en la red 2.0 puede hacerlo sin problema a través de esta plataforma. Consta de un editor con múltiples opciones para lograr la edición de la página con éxito, además presenta diferentes plantillas creadas por diseñadores, hosting del más alto nivel, innovadoras aplicaciones e infinidad de herramientas gratuitas para que el cliente pueda jugar de acuerdo a su plan de negocio.

Gracias a la avanzada tecnología HTML5 con la que cuenta esta página se pueden crear sitios web sin códigos ni programaciones, lo que hace que puedas ser un profesional de páginas web, sin serlo. Wix da la posibilidad de hacer crecer un negocio promocionándolo y logrando que tenga una presencia online más capacitada. Esta página también ofrece un servicio Premium donde el usuario puede disfrutar de las herramientas antes nombradas pero en una versión más completa.

El lenguaje audiovisual es todo lo que se puede transmitir al público a través de los sentidos, esto lo convierte en un medio de comunicación de gran poder porque la información que el consumidor reciba dependerá de lo plasmado en este lenguaje. Wix ofrece un campo bastante amplio para que el usuario de esta página pueda crear un sitio web en el que pueda representar perfectamente un lenguaje audiovisual para con su futuro público, sin límites creativos.

La web 2.0 es un creador de caminos a la innovación y desarrollo. En este caso, resolviendo problemas de aquellos que quieren iniciar un negocio o proyecto sin tener que ser un experto en diseño digital. A su vez, ayuda al crecimiento creativo, fomenta el conocimiento y la educación en diferentes áreas profesionales como también la interactividad del proveedor y su consumidor.

6. Logotipo del proyecto

Según la RAE, “logotipo” es el distintivo formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto⁴⁰. Es decir, no se refiere ni al icono ni al símbolo, sólo a las palabras y tipografías.

Isotipo o símbolo

Se refiere a la imagen o sintetización que visualmente representa la personalidad, principios, carácter y valores de una empresa.

Isologo e imagotipo

El isologo y el imagotipo son prácticamente lo mismo ya que es la unión del isotipo y el logotipo (símbolo y palabras) pero mostradas de dos maneras diferentes:

1. **Isologo:** es el conjunto de las palabras y los símbolos en uno. El texto puede estar dentro de la imagen o viceversa.
2. **Imagotipo:** igualmente es el conjunto de ambos elementos pero de forma separada.⁴¹

En el caso de “VDV”, se estaría hablando de un logotipo porque está formado únicamente por una tipografía con el nombre de la revista.

A continuación se presenta el logo de “VDV” y su descripción:

⁴⁰ Real Academia Española. (2017). Logotipo [Online] Extraído de: <http://dle.rae.es/?id=NZg7mG3>

⁴¹ S/A. (S.F). Diferencias entre un logotipo, un isotipo, un imagotipo, una marca... [Online] Extraído de: <https://tentulogo.com/diferencias-entre-logotipo-isotipo-imagotipo-marca-imagen-corporativa-identidad-visua/>



El logo de “VDV” es el nombre de la marca plasmado mediante una tipografía llamada “AOVEL”. Este tipo de letra pertenece a la familia sans serif y tiene un estilo, funcional, aséptico y sin remates, es ideal para la lectura web ya que puede ampliarse o disminuirse y la letra de igual forma se verá perfecta. Los colores elegidos para el logo son el gris, el negro y el blanco, ya que se desea plasmar el mismo estilo de la revista (minimalismo, elegancia y seriedad). Asimismo, el círculo que se muestra al fondo es utilizado para resaltar la tipografía que está colocada en mayúsculas para explotar el diseño de la misma. Es importante destacar el hecho de que, el logotipo no solo posee el nombre de la revista (VDV) sino también se crea una ilusión de una “W” que representa el tipo de plataforma que fue seleccionado para la revista: Web.

7. Maquetación del proyecto

Página de inicio:


The mockup shows a website homepage with a navigation bar at the top containing the logo 'WJ' and menu items: inicio, tendencias, cover, entrevista, emergente, eventos. The main content area features a large hero banner with the word 'TENDENCIA' overlaid on a photo of a woman performing. Below this is a featured article titled 'EMERGENTE DE LA SEMANA' about Jean Paul Faouen a.k.a Atípico, including a photo of him and a 'Leer más' link. A grid of six smaller article thumbnails follows, each with a photo and a title: 'MUERE MAESTRO JOSE ANTONIO ABREU', 'DANNY OCEAN PUBLICA VIDEO DE SU TEMA "DEMBOW"', 'B.G SOTO ESTRENA SU TEMA "SOLO TU"', 'ASI FUE EL PRIMER FIN DE SEMANA DE COACHELLA 2018', 'ATERCIPELADOS VUELVE A LOS ESCENARIOS CON "P_LAY"', and 'THE KILLERS EN EL PASEO DE LA FAMA 2018'. At the bottom, there is a dark footer with a white subscription form on the left (with fields for 'NOMBRE' and 'EMAIL', and a 'SUSCRIBIRME' button) and a vertical list of navigation links on the right: INICIO, TENDENCIAS, COVERS, ENTREVISTAS, EMERGENTES, EVENTOS.


La parte superior de la revista muestra el logo de “VDV” y las secciones desglosadas a lo ancho de la página. Esta información, al igual que el pie de página podrá visualizarse en cualquier sección del portal.

El banner que aparece en la parte superior del home de la revista, muestra el artista principal de cada sección. El lector podrá clicar el segmento de su preferencia y directamente accederá a ella. Luego viene un pequeño extracto del artículo hecho para la sección “emergentes”, con un botón de “leer más” al final del mismo para re dirigir al interesado a dicho segmento.

Seguido de las noticias más resaltantes de la semana tanto nacionales como internacionales. Por último se encuentra el pie de página con un recuadro de suscripción a la página, redes sociales, correo electrónico y secciones de la revista.

Tendencias:

Inicio tendencias cover entrevista emergente eventos



CORINA SMITH CULMINA EXITOSA GIRA DE FIRMA DE AUTÓGRAFOS


Corina Smith eligió a la ciudad de Caracas para concluir los encuentros que desde noviembre tuvo con sus fanáticos en las principales ciudades de Venezuela.

En el Sambil fue la cita. Allí los seguidores de todas las edades pudieron estar cerca de Corina y disfrutar de sus más recientes éxitos, además se estuvo llevando a cabo una rueda de prensa donde los medios de comunicación pudieron conocer sobre los nuevos proyectos de Corina.


Corina habló de su nuevo sencillo Montaña rusa, su videoclip logró en 24 horas más de 2.000.000 de visualizaciones en su canal de Youtube.


Este evento contó con una rueda de prensa donde Corina dejó saber a los medios de comunicación algunos proyectos que tiene en mente, incluyendo su marca de ropa junto a su mejor amiga y actriz Vanessa Suárez "Coco&Van". Luego, se dio inicio a la firma de autógrafos donde la cantante venezolana estuvo un par de horas compartiendo y tomándose fotos junto a sus fanáticos. El evento culminó con un concierto totalmente gratis donde Corina interpretó sus temas más famosos, incluyendo su nuevo sencillo promocional "Montaña Rusa" coreado por todo el Anfiteatro del Sambil. Además, como era de esperarse tuvo como invitado a su pareja Gustavo Es con interpretando sus temas a dúo "Novias" y "Escape".

La gira de Corina arrancó en 2017 en los Centros Sambil de Venezuela gracias a la alianza estratégica del retreo azul con la cadena de centros comerciales, Arrancó en Maracaibo, seguido por Valencia y Barquisimeta y Paraguaná, terminando en la capital venezolana.




Es tendencia





QUIERO MÁS INFO

SUSCRIBIRME



INICIO
TENDENCIAS
COVERS
ENTREVISTAS
EMERGENTES
EVENTOS

En la sección de tendencias, lo primero que conseguirá el lector será el banner con la foto del artista protagonista de la noticia. Seguidamente, podrá disfrutar del artículo y de algún material multimedia que pueda acompañar a la redacción. Luego, la página contendrá dos recuadros que mostrarán otras noticias que también son tendencia en el mundo de la música, con el objetivo de incitar al público a que siga leyendo “VDV”.

Covers:

SIN TI - RAWAYANA FT CULTURA PROFETICA, LA VIDA BOHEME, MCKLOPEDIA

Rawayana, Willy de Cultura Profética, La Vida Bohème y Mcklopedia juntan sus voces para dar vida a "Sin Ti", cover del legendario tema de Siquito Man.

El pasado 30 de diciembre Rawayana dio a conocer en sus redes sociales un mini-álbum grabado en los estudios de La Sirena Records, en México, que adelantaba la atractiva reunión musical para honrar el legado de José Andrés Blanco Aguirre mejor conocido como "Siquito Man" y King Chango's la música en América Latina.

El proyecto surgió el 30 de octubre de 2017 para rendir homenaje a la emblemática banda venezolana y al mismo tiempo juntar así estos para que la institución protectora que generó esta unión de artistas a la compañía "Canción por Futuro" dedicada por la familia de Blanquita Muñoz y finalmente desearon de su lucha contra el cáncer el día 16 de noviembre de 2017.

Para la ocasión se usó el reconocido vocalista de King Chango, el objetivo de "Sin Ti" sigue en pie rendir tributo a la agrupación venezolana y que se lo realice el aporte a los familiares cercanos de Blanquita en vista que, según conversaciones con sus parientes, se tiene evaluado la apertura de la "Fundación Siquito Man", para ayudar a personas con cáncer.

King Chango marcó pauta en la música dentro y fuera de Venezuela y fue influenciado de las agrupaciones que participan en este tributo que estará disponible desde este viernes 19 de enero en el canal de Youtube de Rawayana y en todos los portales digitales de música.

King Chango fue una banda venezolana de latin pop creada en 1994 en Nueva York por José Andrés Blanco "Siquito Man", de origen venezolano. La banda debe su nombre al rey afro-cubano de la guerra "Changó".

"Sin Ti" es una canción que forma parte del álbum "The return of the savior", el cual salió a la venta bajo el sello discográfico, publicado en el año 2000. "Sin Ti" fue uno de las canciones más famosas de la banda y con la que lograron un alto reconocimiento en su país natal, Venezuela.

King Chango logró tanto reconocimiento en Estados Unidos que llegaron a tocar en la fiesta de conmemoración del Aniversario presidencial de Bill Clinton, donde recibieron un agradecimiento de manos de varios presidentes norteamericanos.

En el 2003, esta banda cesó sus proyectos musicales para luego reformarse en el año 2010. Actualmente tienen proyectos que nunca se pudieron llevar a cabo por el cáncer que afectó a su vocalista, "Siquito Man" que falleció el día de la vida el pasado 16 de noviembre de 2017, lo que hizo que la banda retomara por él rollover. Por otro lado, nació el cover de Rawayana junto a Willy de Cultura Profética, La Vida Bohème y Mcklopedia, dejando así el nombre de un gran músico venezolano.

Ya escuchaste ambas canciones, ¿el cover lo hace justicia a la canción original? a Mcklopedia debió usar el rap original o le gustó que le haya puesto su toque? Queremos saber qué opinas, ¡déjanos tu comentario en @VVD-VIBEBCA en Instagram.

Con información de: <https://www.4matonline.com>

Lee los comentarios

Usuario 1 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed diam nonummy nibh euismod fructum ut est. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Usuario 2 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed diam nonummy nibh euismod fructum ut est. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Usuario 3 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed diam nonummy nibh euismod fructum ut est. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Más artistas

INICIO
 TENDENCIAS
 COVERS
 ENTREVISTAS
 PREMIOS
 EVENTOS

Además del banner con la foto del artista cuyo cover es noticia, esta sección contiene información tanto de la canción versionada como la original, además de los videos de ambos temas para que el público escoja su favorito. Al finalizar el artículo, hay una sección de comentarios donde las personas pueden dejar sus opiniones acerca de los temas escuchados. En la parte inferior de la página, habrán tres (3) recuadros con otros artistas que también versionaron a su banda/cantante o canción favorita y que el lector podrá conseguir en esta sección

Entrevistas:

WV Inicio tendencias cover entrevista emergente eventos

GUATARO HABLA

Guatara es una banda musical conformada por Guillermo Díaz (guitarra y voz), Tomás Afías (bajo) y Daniel Colombo (batería). Nace en Caracas a finales del 2014 y su objetivo es que su música se escuche logrando que vuelva la "buena música" a Venezuela. Son chicos que sueñan muy bien y que quieren lograr una diferencia. Por esto, "VDV" los contactó para que puedan conocerlos y difundir de su proyecto llamado "Guatara".

¿Hace cuánto comenzaron en la música?
TA: Tomás Afías y Guille Díaz: A finales del 2014.
DC: Daniel Colombo: Cuando tenía 15, hace unos 7 años.

¿Cómo se conocieron?
TA: Todos nos conocemos de la Universidad. Primero conocí a Daniel y después a Guille. Juego ya los presenté a Guille.

¿Por qué decidieron formar Guatara?
GD: queríamos formar una banda distinta, de rock alternativo que así no hay en Venezuela.
DC: sí, siempre quisimos tener una banda y un día lo intentamos en casa de Guille y fue como nació Guatara.

¿Qué significa Guatara?
DC: Guatara es el nombre de la casa de Calle donde comenzamos a ensayar y donde surgió la banda. Elegimos ese nombre porque queríamos un nombre que representara las raíces del proyecto.

¿Por qué eligieron el rock alternativo como su estilo?
TA: Con la salida del país de bandas como La Vida Bohème, Okilly, Los Masoneros, etc., Venezuela se quedó como en rock/indie. Con tantos ritmos urbanos en la radio, queríamos hacer algo distinto.
GD: Además, nos faltaba gente para uno de salsa (risa).

¿Cuál ha sido la anécdota más graciosa que han tenido como banda?
TA: Un ensayo semisustado.
GD: Alguna segunda vez rara que haya hecho Colombia.
DC: Una vez luego de terminar un trabajo, estábamos nosotros junto a otra banda en backstage, corré la puerta y nos quedamos todos atrapados porque se abrió la manilla como por 3 minutos.

¿Quiénes son sus influencias musicales?
DC: Soda Stereo, Pink Floyd, Duff Punk, Zoé, Tame Impala.

¿Qué cantan en la ópera?
TA: Imagina Dragón.
GD: Enrique Iglesias (risa).
DC: Juanes (risa x2).

¿Harían una colaboración con un cantante de trap?
DC: Claro que sí, estamos abiertos a todo (ono extremadamente sarcástica).

¿Cómo ha sido el apoyo por parte de sus padres?
TA: Total.
GD: Mi mamá tiene que soportar a 5 piratas haciendo ruido en su casa. Nos ha apoyado bastante.
DC: increíble, por mi parte estoy muy orgullosa de todo el apoyo que mi familia me ha dado a mí y a la banda.

¿Alguna banda con la que quisieran colaborar?
TA: Muchas. De las venezolanas, probablemente con Okilly si dejan de ser tan silinos.
GD: Cualquiera, somos panas.

¿Si fuesen una merengada de qué sabor serían?
TA: Chocolate con oreo y pirin con chips de chocolate.
GD: Vainilla con oreo blanco.

¿Cuándo saldrá el EP?
DC: 13 de marzo, en un concierto que estaremos dando en Teatrx El Bosque. Es freeCover así que están todos invitados.

¿Qué quieren lograr como banda?
TA: Que se vuelva a hablar de música venezolana buena, diferente al trap y al reggaeton de siempre.
GD: Que la banda cool de Venezuela no sea ni LVB (La Vida Bohème) ni Vlnlo, aquí hay talento de sobra.
DC: Queremos que la gente oiga nuestra música, crecer como músicos y hacer lo que más nos gusta en la vida, tocar.

Guatara estará estrenando su primer LP "Primavera" que contiene 4 canciones, el martes 13 de marzo en la sala principal de Teatrx El Bosque, a las 5:00pm. El evento contará con música en la terraza descubierta después del concierto, los que asistan al concierto también podrán disfrutar del servicio de bar del teatro y otras sorpresas por parte de la banda. La entrada es totalmente libre, no hay excusa para no ir y apoyar al talento nacional emergente.

Acá abajo te dejamos su primer promocional "Supernova" para que conozcan su estilo y escuchen de buen ambiente nacional.


Más entrevistas

QUIERO MÁS INFO
NOMBRE
EMAIL
SUSCRIBIRME

INICIO
TENDENCIAS
COVERS
ENTREVISTAS
EMERGENTES
EVENTOS

En la sección de entrevistas, habrá un nuevo artista invitado cada semana. El artículo tendrá un formato de entrevista (pregunta/respuesta), donde el lector podrá conocer al entrevistado, enterarse de datos curiosos y nuevos proyectos. Asimismo, cada artículo a aparecer en esta sección contendrá un link directo del portal musical (soundcloud, youtube...) donde el artista tenga expuesta su música, para que así el público pueda disfrutarla sin tener la necesidad de salir de “VDV”.

Emergentes:

inicio tendencias cover entrevista emergente eventos



ATÍPICO

Jean Paul Faouen a.k.a Atípico, es un rapero venezolano nacido en la ciudad de Caracas el 20 de diciembre de 1995. Se inicia en la música cuando tenía 14 años al producir sencillos de manera empírica. Posteriormente, comienza a trabajar con un Dj de música electrónica quien realizó los beats, produjo, grabó y diseñó los primeros artes de temas como: "total", "besos pesados", "B2B", entre otros.

Más adelante, comienza a trabajar con Juan Obregón que también forma parte de la movida electrónica y junto a él ensambla dos temas: uno de corte comercial llamado "Qué haría sin ti", y por otro lado, un rap conciencia llamado "Banza".

A Jean Paul se le presenta la oportunidad de trabajar con Rigel Mixtelena de "Promusik" su primer tema "Pasión y estilo" perteneciente a su primer EP llamado "Nunca parar", que fue estrenado en octubre de 2017. Después de varios sencillos, atípico participa en la composición del tema "Espacio en el espacio", canción perteneciente al primer EP (El mar) del dúo "Anakena", logrando una combinación entre el reggae/funk con el rap.

Actualmente, Atípico se encuentra ensamblando el remix de "Pasión y estilo" junto a L'EM, además de tener una idea de próximo disco junto al dúo Anakena. Asimismo, se encuentra produciendo un sonido llamado "Tarantín" de la mano de "Kloon", también rapero, y Sergio de Sousa (beatmaker).

Este rapero venezolano ha logrado exponer su música en grandes tarimas como: "Reconstrucción de la Plaza Bolívar" con el apoyo de "Caracas mi convive" y la "Fundación Carlos Delfino", evento de artes y música de Sin Morada realizado en la Universidad Católica Andrés Bello, "Civilizarte" y "El show del pingüino" en la Universidad Monteávila, el "Festival Caracas 1001 ideas, entre otros...

Atípico describe su estilo como un rap moderno, "una traducción de música a poesía rítmica", para él sus letras son juegos de palabras que reflejan sus conceptos, creencias, amores/desamores y opiniones. Su principal objetivo como músico es crear letras poéticas con contenido que se mantengan vigentes a través del tiempo y que marquen una diferencia en el público que las escuche. Si quieres conocer más sobre el rap conciencia de Atípico, acá abajo te dejamos el link de su cuenta en SoundCloud para que te des un paseo y disfrutes de talento totalmente nacional.



5 FOTOS

- AtípicoZUA - ATÍPICO - 1. Pasión y Estilo (Remix) (Nunca Parar) ▶ 05
- AtípicoZUA - ATÍPICO - 2. Desde Qué (Nunca Parar) (Compartido) ▶ 13
- AtípicoZUA - ATÍPICO - 3. Heredero (Compartido) (Nunca Parar) ▶ 10

Más artistas emergentes



QUIERO MÁS INFO

NOMBRE *

EMAIL *

SUSCRIBIRME

INICIO
TENDENCIAS
COVERS
ENTREVISTAS
EMERGENTES
EVENTOS

La sección de “emergentes” es una de las más importantes para “VDV”, ya que el objetivo de la misma es apoyar al talento naciente. En este segmento, habrá una nota de prensa del artista de la semana; asimismo, al igual que en la sección de “entrevistas”, al finalizar el artículo se colocará un link directo de un portal musical que contenga los temas del artista emergente para que así, las personas que ingresen a este segmento puedan disfrutar de su talento. Posteriormente, estarán a la vista del lector otros tres músicos que hayan sido parte de esta sección para que puedan seguir conociendo nuevos talentos.

Eventos:



Inicio tendencias cover entrevista emergente eventos

NACIONALES



Laura Guevara - Desde el Corazón

Fecha: 11 y 12 de marzo
Hora: 6:00pm y 7:00pm
Lugar: Centro Cultural BOO

Laura Guevara regresa a Caracas para ofrecer un concierto inolvidable. La cantautora deleitará a su público con un repertorio de canciones que salen "desde el corazón". Podrás disfrutar de sus temas más conocidos, los que han marcado su vida y el estreno de nuevas canciones. Contará con invitados de lujo y muchas sorpresas.

Puedes conseguir las entradas a través de: www.ticketmundo.com



Apolo Shoes - EN INTIMO - BOYS

JUAN MIGUEL Y LOS BOYS - EN INTIMO

Fecha: 15 de marzo
Hora: 4:00pm
Lugar: Centro Cultural BOO

Juan Miguel y Los Boys, miembros de la familia "Apolo Shoes" llegan este 15 de marzo al Centro Cultural BOO a dar un espectáculo de buena música a beneficio de la Fundación contra la parálisis cerebral "ANAPACE".

Si quieres contribuir a esta noble causa mientras disfrutas de buena música, puedes conseguir las entradas a través de: www.ticketmundo.com

INTERNACIONALES



CONGA ROOM PRESENTA LOS AMIGOS INVISIBLES

Fecha: 22 de marzo
Hora: 9:00pm
Lugar: Conga Room, Los Angeles, California, EEUU.

Este 22 de marzo los amigos invisibles se estarán presentando en el Conga Room de la ciudad de Los Angeles. Será un show, que como siempre, no decepcionará al público. Esperando talento nacional.

Las entradas las puedes conseguir a través de: <https://tickets.losamigosinvisibles.com/tickets>.
Y para más información sobre la banda y próximos conciertos visita: www.losamigosinvisibles.com



FOO FIGHTERS Y QUEENS OF THE STONE AGE

Fecha: 7 de marzo
Hora: 9:00pm
Lugar: Estadio Vélez, BsAs, Argentina.

¡Las dos bandas más grandes del rock se unen! Foo Fighters y Queens Of The Stone Age vuelven a la Argentina este 2018. El concierto tendrá lugar en Buenos Aires en el Estadio Vélez el 7 de marzo.

Las entradas las puedes adquirir a través de la página: <https://www.allaccess.com.ar/event/foo-fighters-y-queens-of-the-stone-age>.
Y para más información sobre Foo Fighters y próximos conciertos, visita: www.foofighters.com

QUIERO MÁS INFO

NOMBRE

EMAIL

SUSCRIBIRME

INICIO
TENDENCIAS
COVERS
ENTREVISTAS
EMERGENTES
EVENTOS

“Eventos” es una sección donde se podrán conseguir todo tipo de eventos musicales (teatro musical, conciertos, eventos culturales en los cuales la música forme parte...). Este segmento tiene dos (2) partes: eventos nacionales e internacionales ya que es importante destacar y promover el talento sin que importen las fronteras. Los eventos nacionales serán los primeros en aparecer en esta página, para luego darle paso a los internacionales, siendo ambas conformadas por toda la información necesaria que el público debe saber acerca del evento y con hipervínculos hacia las páginas donde se vendan las entradas.

8. Conclusiones

Tras la realización de este proyecto final de carrera, se puede determinar que a lo largo de la carrera de Comunicación Social en la Universidad Monteávila, se obtuvieron conocimientos que fueron indispensables para el desarrollo de “VDV”, el cual logró un conocimiento de diseño de estrategia de medios digitales para el piloto de una revista musical donde se entiende y se crea contenido de interés para el público.

Entender cómo funciona la psicología del color, la importancia del lenguaje audiovisual y escrito, la innovación para poder calar en la mente de un consumidor, la creación de diseños estratégicos, fueron puntos claves a la hora de realizar este proyecto. Entender todo el trabajo que debe llevarse a cabo tras la elección de un sitio web, de las imágenes, tipografías, diseño de redes, colores a utilizar, todo esto y más es sumamente importante para el éxito de un proyecto o negocio, y fue el principal conocimiento obtenido tras la realización de “VDV”.

Uno de los aprendizajes más importantes patrocinado por este proyecto, es la satisfacción por el esfuerzo realizado en crear una marca que ayude a otras personas a surgir, es importante saber que con trabajo duro se puede lograr un cambio en el mundo sin importar de qué tamaño sea ese cambio, siempre y cuando ayude a alguien.

Se debe decir que se necesita tiempo para estudiar y llevar a cabo exitosamente todos los pasos de la pre-producción, producción y post-producción en la realización de una revista digital. Es por esto, que el éxito dependerá de la dedicación y desempeño en la gestión de contenidos, redes sociales y diseño para poder lograr satisfactoriamente la viralización de la página y calar en la mente de los consumidores. Si todo lo anterior se lleva a cabo correctamente, la realización de un diseño de medios multimedia para una revista digital será totalmente factible de realizar.

9. Recomendaciones

La primera y más importante de las recomendaciones para la realización de este y cualquier otro proyecto, es trabajar a través del corazón, cuando se hacen las cosas con pasión y dedicación, con fiel confianza en el éxito, siendo profesional y teniendo como finalidad ayudar, las cosas saldrán naturalmente bien.

Se deben estudiar las distintas plataformas digitales que pueden funcionar para el proyecto (wix, blogger, wordpress), este paso es importante ya que la plataforma elegida y los diseños expuestos serán la cara de la marca.

En la actualidad, las RRSS son muy importantes a la hora de crear un negocio, y con el pasar del tiempo lo serán aún más. Por esto, se debe hacer un estudio para saber cuál de las redes sociales existentes es la mejor para promocionar una marca y cuál es la más exitosa para el tiempo y lugar en el que se lleve a cabo el proyecto. Una vez hecho este paso, se debe investigar acerca de los algoritmos de dicha red social que ayuden a completar los pasos para lograr viralizar tu marca.

Es importante realizar un estudio donde se determine el target al que irá dirigido el proyecto, analizar la competencia para saber en qué punto se puede innovar, estudiar los temas de interés del público, es crucial crear la personalidad de la marca que ayudará al diseño de la plataforma web elegida. Se debe mantener la dedicación y crear una planificación que ayude a tener días de trabajo que faciliten la realización de cada actividad que conlleve el proyecto.

Será fundamental crear y mantener un vínculo con los seguidores, ellos son los que proporcionan el éxito. Por esto, se deben realizar encuestas, juegos, interacciones con ellos a través de las redes sociales para mantenerlos activos con la marca, también se puede crear en la página un espacio donde la audiencia pueda suscribirse además de dejar opiniones y recomendaciones.

10. Referencias bibliográficas

- Ayala, S. (S.F). Tipos de segmentación de mercados. [Online] Extraído de: <http://www.todomktblog.com/2013/04/tipos-de-segmentacion-de-mercados.html>
- Abc.com.py (2008) Los géneros periodísticos. [Online] Extraído de: <http://www.abc.com.py/articulos/los-generos-periodisticos-1049232.html>
- Belisario, Y., & Valero, J. A. (2015). Creación de una revista semestral para el Instituto Brivil, especializada en moda, que promoverá el talento de nuevos diseñadores venezolanos. Proyecto Final de Carrera. Universidad Monteávila, Caracas.
- Bureau of Labor Statistics. (2018). About the U.S. Bureau of Labor Statistics. [Online] Extraído de: <https://www.bls.gov/bls/infohome.htm>
- Campaignbrief.com. (2018). Latest global 'Digital in 2018' report from Hootsuite and We Are Social reveals 80% of the world's internet users are active on social media. [Online] Extraído de: <http://www.campaignbrief.com/2018/01/latest-global-digital-in-2018.html>
- Cochipop.com (2018) Revista digital. [Online] Extraído de: <http://cochinopop.com/>
- Dafont.com. (2016). Adam de Adam Ericsson. [Online] Extraído de: <https://www.dafont.com/es/adam.font>
- Dafont.com. (2016). Amarillo de Tom C. [Online] Extraído de: <https://www.dafont.com/es/search.php?q=amarillo>
- Dafont.com. (2016). Lovely Home de Typhoon Type. [Online] Extraído de: <https://www.dafont.com/es/lovely-home.font>

- Dawson, Ross. (s.f). Newspaper Extinction Timeline .[online] Extraído de: http://www.futureexploration.net/Newspaper_Extinction_Timeline.pdf
- Delgado, A. (2016). Periódicos impresos en la era digital, ¿crisis u oportunidad? [Online] Extraído de: <http://www.vanguardia.com/mundo/tecnologia/377471-periodicos-impresos-en-la-era-digital-crisis-u-oportunidad>
- Dle.rae.es. (2018). Compositor. [Online] Extraído de: <http://dle.rae.es/?id=A2RxeAu>
- Dle.rae.es. (2018). Comunicación. [Online] Extraído de: <http://dle.rae.es/?id=A58xn3c>
- Dle.rae.es. (2017). Logotipo. [Online] Extraído de: <http://dle.rae.es/?id=NZg7mG3>
- Dle.rae.es. (2018). Medios. [Online] Extraído de: <http://dle.rae.es/?id=OIQ6yC8>
- Dle.rae.es. (2018). Promoción. [Online] Extraído de: <http://dle.rae.es/?id=ULq51uJ>
- Elquintobeatle.com (2018) Revista musical [Online] Extraído de: <https://www.elquintobeatle.com/>
- Es.smeet.com. (2015). Blogger. [Online] Extraído de: <http://es.smeet.com/glosario/internet/blogger>
- Es.wikipedia.com. (2018). Lead. [Online] Extraído de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Lead>
- Es.wikipedia.com. (2018). Versión (música). [Online] Extraído de: [https://es.wikipedia.org/wiki/Versi%C3%B3n_\(m%C3%BAsica\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Versi%C3%B3n_(m%C3%BAsica))

- Lizeth, Flores. (2011) Formato de cesión de derechos de autor. [Online] Extraído de: <https://es.slideshare.net/LizethFlorez/formato-de-cesionderechosdeautor>
- Heras, I. (S.F). Guía para el diseño de modelos de negocios basado en el Modelo Canvas. [Online] Extraído de: <https://www.ehu.es/documents/1432750/4992644/Gu%C3%ADa+para+el+dise%C3%B1o+de+modelos+de+negocios+basado+en+el+Modelo+Canvas.pdf>
- HootSuite. (s.f). qué es hootsuite: significado. [Online] Extraído de: <https://iiemd.com/hootsuite/que-es-hootsuite>
- Indienauta.com (2018) Revista digital [Online] Extraído de: <http://www.indienauta.com/>
- Jenesaispop.com (2018) Revista musical [Online] Extraído de: <http://jenesaispop.com/>
- Kierz, A. (2016). This chart shows the generational shift that's taking place in media. [Online] Extraído de: <http://www.businessinsider.com/internet-publishing-vs-newspaper-employment-2016-6>
- Latamclick.com. (2017). Estadísticas de INSTAGRAM 2017 (América Latina) con imágenes TO Share. [Online] Extraído de: <https://www.latamclick.com/estadisticas-de-instagram-2017/>
- Martín, Sandra. (2017) Ventajas y desventajas de Wix. [Online] Extraído de: https://www.cuponeshost.com/wix/#Ventajas_de_crear_una_pagina_web_con_Wix
- Martínez, E. (2017). Qué es un Community Manager y cuáles son sus principales funciones en la empresa. [Online] Extraído de:

<https://www.iebschool.com/blog/que-es-un-community-manager-redes-sociales/>

- Matriz Foda. (s.f) ¿qué es la matriz FODA? [Online] Extraído de: <http://www.matrizfoda.com/dafo/>
- Mondosonoro.com (2018) Revista musical [Online] Extraído de: <https://www.mondosonoro.com/>
- Parker, S. (2016). Top Instagram Demographics That Matter to Social Media Marketers. [Online] Extraído de: <https://blog.hootsuite.com/instagram-demographics/>
- Pew research. (s.f). About Pew Research Center. [Online] Extraído de: <http://www.pewresearch.org/about/>
- Pixel creativo. (s.f) ¿qué es un doodle? [online] Extraído de: <http://pixel-creativo.blogspot.com.es/2011/03/que-es-doodle.html>
- Plus.cusica.com (2018) Revista digital [Online] Extraído de: <http://plus.cusica.com/>
- Real Academia Española. (2017). Logotipo [Online] Extraído de: <http://dle.rae.es/?id=NZg7mG3>
- Revistaladosis.com (2018) Revista digital [Online] Extraído de: <http://revistaladosis.com/>
- Revista Rolling Stone. (2018). Revista web especializada en música anglosajona. EEUU. [Online] Extraído de: <https://www.rollingstone.com/>
- Romero, Elizabeth. (s.f) Cómo escribir una nota de prensa en 7 sencillos pasos. [Online] Extraído de: <https://eliromerocomunicacion.com/como-escribir-una-nota-de-prensa/>

- Rossdawson.com. (s.f). Sobre Ross Dawson. [online] Extraído de: <https://rossdawson.com>
- Russo Chocrón, V. (2015). Claqueta 3.0: revista digital interactiva mensual de cine para hombres y mujeres entre 20 y 40 años. Proyecto Final de Carrera. Universidad Monteávila, Caracas.
- S/A. (2015). Definición de banner. [Online] Extraído de: <http://conceptodefinicion.de/banner/>
- S/A. (2017). Digital in 2017 Global Overview. [Online] Extraído de: <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-global-overview>
- S/A. (2013). El color - significado connotativo y denotativo. [Online] Extraído de: <https://phoenixpublicidad.wordpress.com/2013/05/28/el-color-significado-connotativo-y-denotativo/>
- S/A. (s.f) Géneros periodísticos. [Online] Extraído de: <https://www.portaleducativo.net/septimo-basico/318/Generos-periodisticos-cronica-noticia-reportaje-entrevista>
- S/A. (2010) La competencia directa e indirecta. [Online] Extraído de: <http://www2.esmas.com/emprendedor/herramientas-y-articulos/marketing/184455/competencia-competencia-directa-competencia-indirecta/>
- S/A. (2018). Novedades del nuevo algoritmo Instagram 2018, rumor o verdad? [Online] Extraído de: <http://www.melodijoadela.com/nuevo-algoritmo-instagram-2018/>
- S/A. (s.f). ¿Qué es un influencer?. [Online] Extraído de: <https://www.40defiebre.com/que-es/influencer/>

- S/A. (s.f) ¿Qué son youtubers?: definición. [Online] Extraído de: <https://iiemd.com/youtubers/que-son-youtubers>
- S/A. (s.f). Sobre nosotros. [Online] Extraído de: <https://es.wix.com/about/us>
- S/A. (2017). Tipografías modernas gratis para descargar y usar en diseño gráfico. [Online] Extraído de: <https://beatrizxe.com/es/blog-diseno-ilustracion/blog-diseno-grafico/tipografias-modernas-para-descargar-gratis.html>
- S/A. (s.f) Ventajas y desventajas de Wix [Online] Extraído de: <https://zetadisseny.es/wix/wix-opiniones-ventajas-y-desventajas/>
- Simian, H. (2013). 5 tipos de segmentación de mercado. [Online] Extraído de: <https://larueding.com/2013/08/28/5-tipos-de-segmentacion-de-mercado/>
- Tentulogo.com. (s.f). Diferencias entre un logotipo, un isotipo, un imagotipo, una marca... [Online] Extraído de: <https://tentulogo.com/diferencias-entre-logotipo-isotipo-imagotipo-marca-imagen-corporativa-identidad-visua/>
- TheSource.com. (s.f). Revista web musical The Source. [Online] Extraído de: <http://thesource.com/>
- Wix.com (s.f) Dominios. [Online] Extraído de: <https://www.wix.com/dashboard/57cb63fd-d21e-4ee9-8cd2-5f4c56823835/manage-website/domains>
- Wordreference.com. (2018). Artista. [Online] Extraído de: <http://www.wordreference.com/sinonimos/artista>
- Wordreference.com. (2018). Concierto. [Online] Extraído de: <http://www.wordreference.com/sinonimos/concierto>

- Wordreference.com. (2018). Emergente. [Online] Extraído de:
<http://www.wordreference.com/sinonimos/emergente>
- Wordreference.com. (2018) Revista. [Online] Extraído de:
<http://www.wordreference.com/sinonimos/revista>
- Wordreference.com. (2018). Sección. [Online] Extraído de:
<http://www.wordreference.com/sinonimos/secci%C3%B3n>
- Youtube.com. (2018). Metalovisión. [Online] Extraído de:
<https://www.youtube.com/user/Metalovision>
- Youtube.com. (2018). Jenesaispop. [Online] Extraído de;
https://www.youtube.com/channel/UCFhc3qVFHmSTTp1_jjr5vFA
- 40defiebre.com. (s.f) Imágenes de Instagram. [Online] Extraído de:
<https://www.40defiebre.com/medidas-imagenes-redes-sociales/>

Impresos:

- Revista Billboard Venezuela. (2017). Revista Billboard Venezuela. Venezuela.

11. Anexos

Anexo 1

Glosario

Blogger: Un blogger, también conocido como bloguero en español, es el autor de un blog o bitácora, es decir, una página web a modo de diario en la que se publican artículos periódicamente, ordenados de forma cronológica. Un blog puede ser creado por un solo autor, o puede ser el fruto de las contribuciones de distintos bloggers. Los bloggers se encargan de administrar los comentarios de los lectores, estableciendo un diálogo con ellos, siendo esta una de las características más interesantes de los blogs. Un blogger puede firmar su blog con su propio nombre o con un nick o apodo.

Community manager: El Community Manager es el profesional responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en Internet, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans y, en general, cualquier usuario interesado en la marca.

Doodles: Doodle es una palabra de lengua inglesa, que traducida al español significa "Garabato". Google cambia su logo en su web de forma periódica para conmemorar algún acontecimiento o sugerir al usuario alguna búsqueda especial, a este gráfico basado en el logo de Google se le llama Doodle.

Influencer: Un influencer es una persona que cuenta con cierta credibilidad sobre un tema concreto, y por su presencia e influencia en redes sociales puede llegar a convertirse en un prescriptor interesante para una marca.

Lead: Lead es un término inglés que indica textualmente "adelantar" o "tomar la delantera". En periodismo se dice de la entradilla que sigue al titular y que contiene en muy pocas líneas los elementos más relevantes de la noticia.

Punchline: Es la creación de un nombre, palabra, oración, etc. que suene bien al oído y llame la atención de la gente dejándola enganchada.

Versionada: En música popular, una canción versionada o una versión (se usa a veces la voz inglesa “cover”, que significa “cubierta”) es una nueva interpretación (en directo, o una grabación) de una canción grabada previamente por otro artista.

Youtuber: Youtubers son individuos que utilizan la red social de vídeos más grande del mercado digital (Youtube) para postear cualquier tipo de contenido que pueda resultar entretenido, generando así un gran número de reproducciones.

Anexo 2

Tipografías:

ADAM

Century Gothic Sample

Century Gothic Sample

Century Gothic Sample

Aa Bb Cc 1 2 3

Aovel Sans

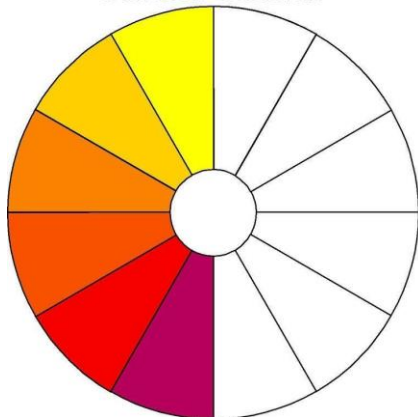
The quick brown
fox jumps over the lazy dog

Anexo 3

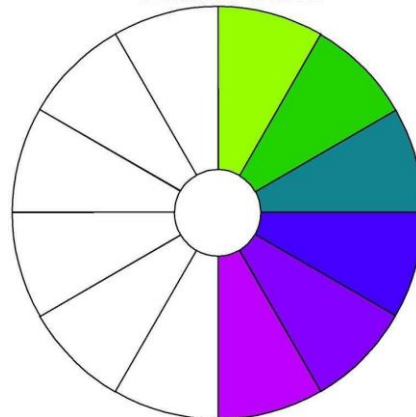
Círculo cromático



Colores Cálidos



Colores Fríos



Anexo 4

Criterio de imagen

Página web

WJ inicio tendencias cover entrevista emergente eventos

TENDENCIA

EMERGENTE DE LA SEMANA

Jean Paul Faouen a.k.a Atípico, es un rapero venezolano nacido en la ciudad de Caracas el 20 de diciembre de 1995. Se inicia en la música cuando tenía 14 años al producir sencillos de manera empírica. Posteriormente, comienza a trabajar con un DJ de música electrónica quien realizó los beats, produjo, grabó y diseñó los primeros artes de temas como: "total", "besos pesados", "B2B", entre otros.

Más adelante, comienza a trabajar con Juan Obregón que también forma parte de la movida electrónica y junto a él ensambla dos temas: uno de corte comercial llamado "Qué haría sin ti", y por otro lado, un rap conciencia llamado "Banzai".

[Leer más](#)

MUERE MAESTRO JOSE ANTONIO ABREU

DANNY OCEAN PUBLICA VIDEO DE SU TEMA "DEMBOW"

B.G SOTO ESTRENA SU TEMA "SOLO TÚ"

ASI FUE EL PRIMER FIN DE SEMANA DE COACHELLA 2018

ATERCIPELADOS VUELVE A LOS ESCENARIOS CON "P_LAY"

THE KILLERS EN EL PASEO DE LA FAMA 2018

QUIERO MÁS INFO

NOMBRE

EMAIL

SUSCRIBIRME

INICIO
TENDENCIAS
COVERS
ENTREVISTAS
EMERGENTES
EVENTOS



CORINA SMITH CULMINA EXITOSA GIRA DE FIRMA DE AUTÓGRAFOS

Corina Smith eligió a la ciudad de Caracas para concluir los encuentros que desde noviembre tuvo con sus fanáticos en las principales ciudades de Venezuela.

En el Sambil fue la cita. Allí los seguidores de todas las edades pudieron estar cerca de Corina y disfrutar de sus más recientes éxitos, además se estuvo llevando a cabo una rueda de prensa donde los medios de comunicación pudieron conocer sobre los nuevos proyectos de Corina.

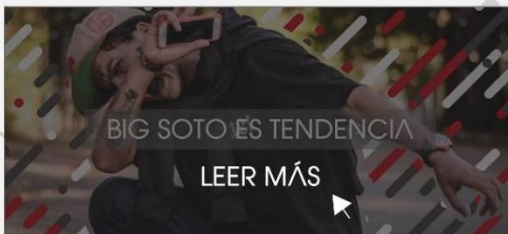
Corina habló de su nuevo sencillo Montaña rusa, su videoclip logró en 24 horas más de 2.000.000 de visualizaciones en su canal de YouTube.

Este evento contó con una rueda de prensa donde Corina dejó saber a los medios de comunicación algunos proyectos que tiene en mente, incluyendo su marca de ropa junto a su mejor amiga y actriz Vanessa Suárez "Co-co&Vani". Luego, se dio inicio a la firma de autógrafos donde la cantante venezolana estuvo un par de horas compartiendo y tomándose fotos junto a sus fanáticos. El evento culminó con un concierto totalmente gratis donde Corina interpretó sus temas más famosos, incluyendo su nuevo sencillo promocional "Montaña Rusa" coreografiado por todo el Anfitrión del Sambil. Además, como era de esperarse tuvo como invitado a su pareja Gustavo Eze con interpretando sus temas a dúo "Novias" y "Escape".

La gira de Corina arrancó en 2017 en los Centros Sambil de Venezuela gracias a la alianza estratégica del retiro actual con la cadena de centros comerciales. Arrancó en Maracaibo, seguida por Valencia y Barquisimeto y Paraguaná, terminando en la capital venezolana.



Es tendencia




QUERO MÁS INFO


NOMBRE
EMAIL

SUSCRIBIRME




INICIO
TENDENCIAS
COVERS
ENTREVISTAS
EMERGENTES
EVENTOS


Inicio
Tendencias
COVER
Entrevista
Emergente
Eventos



COVER

SIN TI - RAWAYANA FT CULTURA PROFETICA, LA VIDA BOHEME, MCKLOPEDIA



Sin Ti - Rawayana, Willy Rodriguez (Cultura Profetica)


Rawayana, Willy de Cultura Profetica, La Vida Boheme y Mcklopedia juntan sus voces para dar vida a "Sin Ti", cover del legendario tema de Soniquito Mori.

El pasado 30 de diciembre Rawayana da a conocer en su canal Youtube un mini documental grabado en los estudios de La Bella Record, en México, que adelantaba el otro tanto reunión musical para honrar el legado de José Andrés Blanco Altamirano conocido como "Blanco Mori" y King Changó a la música en América Latina.

El proyecto surgió el 30 de octubre de 2017 para rendir homenaje a la emblemática banda venezolana y al mismo tiempo sumar esfuerzos para que la recaudación monetaria que generara esta unión se destinara a la campaña "Canche por Furea" realizada por la familia de Blanquito Mori, quien finalmente desearon de su lucha contra el cáncer el día 14 de noviembre de 2017.

Para la búsqueda física del escudado vocalista de King Changó, el objetivo de "Sin Ti" sigue en pie: recibir apoyo a la comunidad venezolana y que se le realice el debido homenaje a los familiares cercanos de Blanquito en vida que, según conversaciones con sus parientes, se le evaluó la apertura de la "Fundación Blanquito Mori" para ayudar a personas con cáncer.

King Changó marcó pauta en la música dorada y fuera de Venezuela y fue influencia de las agrupaciones que participan en este tributo que estará disponible desde este viernes 19 de enero en el canal de Youtube de Rawayana y en todas las plataformas digitales de música.



Sin Ti - King Changó letra HQ

King Changó fue una banda venezolana de latin ska creada en 1994 en Nueva York por José Andrés Blanco "Blanquito Mori", un joven venezolano. La banda lleva su nombre a rey otro-cubano o a guerra "Changó".

"Sin Ti" es una canción incluida en el álbum "The return of the world" el cual está su último trabajo discográfico, publicado en el año 2000. "Sin Ti" fue uno de las canciones más famosas de la banda y con la que lograron un otro reconocimiento en su país natal, Venezuela.

King Changó logró tanto reconocimiento en Estados Unidos que llegaron a tocar en la fiesta de conmemoración de Aniversario Nacional de Bill Clinton, donde recibieron un agradecimiento de manos del propio presidente norteamericano.

En el 2003, esta banda cesó sus proyectos musicales para luego reformarse en el año 2010. Lastimadamente fueron proyectos que nunca se pudieron llevar a cabo por el cáncer que afectó a su vocalista, Blanquito Mori" que terminó su vida el pasado 14 de noviembre de 2017, lo que hizo que su familia se comprometiera al proyecto. Por eso, nació el cover de Rawayana, Willy de Cultura Profetica, La Vida Boheme y Mcklopedia, dejando en alta el nombre de un gran músico venezolano.

Ya escuchaste ambos canciones, ¿cual te hace justicia a la canción original? ¿Mcklopedia debió usar o no original o la gustó que le haya puesto su toque? ¿Queremos saber qué cosas, cosas tu comentario en @Videomusicla en instagram.

Con información de: <https://www.ek-eleccion.com/>




Lee los comentarios

Usuario 1 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Usuario 2 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Usuario 3 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Más artistas

QUERER MÁS INFO

NOMBRE

EMAIL

SUSCRIBIRME

Inicio
Tendencias
COVERS
Entrevista
Emergente
Eventos



GUITARO HABLA

Guitaro es una banda musical conformada por Guillermo Díaz (guitarra y voz), Tomás Afías (baja) y Daniel Colomba (batería). Nació en Caracas a finales del 2016 y su objetivo es que su música se escuche rogando que vuelva la "buena música" a Venezuela. Son chicos que surgen muy bien y que quieren lograr una diferencia. Por esto, "VDV" los contactó para que puedan conocerlos y disfrutar de su proyecto llamado "Guitaro".

¿Hace cuánto comenzaron en la música?

TA: Afías y Gulle Díaz: A finales del 2016.
Daniel Colomba: Cuando tenía 15, hace unos 7 años.

¿Cómo se conocieron?

TA: Todos nos conocemos de la Universidad. Primero conocí a Daniel y después a Gulle. Luego ya los presenté a Gulle.

¿Por qué decidieron formar Guitaro?

GD: Queríamos formar una banda distinta, de rock alternativo que así no hay en Venezuela.
DC: Si siempre quisimos tener una banda y un día lo intentamos en casa de Gulle y fue como nació Guitaro.

¿Qué significa Guitaro?

DC: Guitaro es el nombre de la casa de Gulle donde comenzamos a ensayar y donde surgió la banda. Elegimos ese nombre porque queríamos un nombre que representara las raíces del proyecto.

¿Por qué eligieron el rock alternativo como su estilo?

TA: Con la salida del país de bandas como La Vida Bohème, Chilly, Los Mesoneros, etc., Venezuela se quedó corta en rock/indie. Con tantos ritmos urbanos en la radio, queríamos tocar algo distinto.
GD: Además, nos faltaba gente para una de sala (risa).

¿Cuál ha sido la anécdota más graciosa que han tenido como banda?

TA: Un ensayo sin ensayados.
GD: Alguna segunda vez raro que haya hecho Colombia.
DC: Una vez luego de terminar un toque, estábamos nosotros junto a otra banda en backstage, corré la puerta y nos quedamos todos atrapados porque se dañó la manilla como por 5 minutos.

¿Quiénes son sus influencias musicales?

DC: Soda Stereo, Pink Floyd, Duff Punk, Zóé, Tame Impala

¿Qué cantan en la quicha?

TA: Imagina Oración
GD: Enrique (Juntos Juntos)
DC: Juanes (Isas X)

¿Harian una colaboración con un cantante de trap?

DC: Claro que sí, estamos abiertos a todo (jono extremadamente sarcástico).

¿Cómo ha sido el apoyo por parte de sus padres?

TA: Total.
GD: Mi mamá tiene que soportar a 5 pelagatos haciendo ruido en su casa. Nos ha apoyado bastante.
DC: Increíble, por mi parte estoy muy orgulloso de todo el apoyo que mi familia me ha dado a mí y a la banda.

¿Alguna banda con la que quisieran colaborar?

TA: Muchas. De las venezolanas, probablemente con Okilla si digan de ser tan sí finas.
GD: Cuauquero, somos panos.

¿Si tienen una merengada de qué sabor serían?

TA: Chocollata con oreo y piñón con chips de chocolate.
GD: Vainilla con oreo blanco.

¿Cuándo saldrá el EP?

DC: 13 de marzo, en un concierto que estaremos dando en Teatref El Bosque. Es freeCover así que están todos invitados.

¿Qué quieren lograr como banda?

TA: Que se vuelva a hablar de música venezolana buena, diferente al trap y al reggaeton de siempre.
GD: Que la banda cool de Venezuela no sea ni LVB (La Vida Bohème) ni Vinko, así sí hay talento de sobra.
DC: Queremos que la gente oiga nuestra música, crecer como músicos y hacer lo que más nos gusta en la vida, tocar.

Guitaro estará estrenando su primer EP "Primavera" que contiene 4 canciones, el martes 13 de marzo en la sala principal de Teatref El Bosque, a las 5:00pm. El evento contará con música en la terraza descubierta después del concierto, los que asistan al concierto también podrán disfrutar del servicio de bar del teatro y otras sorpresas por parte de la banda. La entrada es totalmente libre, no hay excusa para no ir y apoyar al talento nacional emergente.

Acá abajo te dejamos su primer promociónal "Supernova" para que conozcan su estilo y escuchen de buen talento nacional.



Más entrevistas



QUERO MÁS INFO

NOMBRE

EMAIL

SUSCRIBIRME



INICIO
TENDENCIAS
COVERS
ENTREVISTAS
EMERGENTES
EVENTOS



Jean Paul Faouen a.k.a Atípico, es un rapero venezolano nacido en la ciudad de Caracas el 20 de diciembre de 1995. Se inicia en la música cuando tenía 14 años al producir sencillos de manera empírica. Posteriormente, comienza a trabajar con un Dj de música electrónica quien realizó los beats, produjo, grabó y diseñó los primeros artes de temas como: "total", "besos pesados", "B2B", entre otros.

Más adelante, comienza a trabajar con Juan Obregón que también forma parte de la movida electrónica y junto a él ensambla dos temas: uno de corte comercial llamado "Qué haría sin ti", y por otro lado, un rap conciencia llamado "Banza".

A Jean Paul se le presenta la oportunidad de trabajar con Rigel Mixtelena de "Promusik" su primer tema "Pasión y estilo" perteneciente a su primer EP llamado "Nunca parar", que fue estrenado en octubre de 2017. Después de varios sencillos, atípico participa en la composición del tema "Espacio en el espacio", canción perteneciente al primer EP (El mar) del dúo "Anakena", logrando una combinación entre el reggae/funk con el rap.

Actualmente, Atípico se encuentra ensamblando el remix de "Pasión y estilo" junto a LTEM, además de tener una idea de próximo disco junto al dúo Anakena. Asimismo, se encuentra produciendo un sonido llamado "Taranlin" de la mano de "Kloon", también rapero, y Sergio de Sousa (beatmaker).

Este rapero venezolano ha logrado exponer su música en grandes tarimas como: "Reconstrucción de la Plaza Bolívar" con el apoyo de "Caracas mi convive" y la "Fundación Carlos Delfino", evento de artes y música de Sin Morgaza realizado en la Universidad Católica Andrés Bello, "Civilizarte" y "El show del pingüino" en la Universidad Monteávila, el "Festival Caracas 1001 ideas, entre otros...

Atípico describe su estilo como un rap moderno, "una traducción de música a poesía rítmica", para él sus letras son juegos de palabras que reflejan sus conceptos, creencias, amores/desamores y opiniones. Su principal objetivo como músico es crear letras poéticas con contenido que se mantengan vigentes a través del tiempo y que marquen una diferencia en el público que las escuche. Si quieres conocer más sobre el rap conciencia de Atípico, acá abajo te dejamos el link de su cuenta en SoundCloud para que te des un paseo y disfrutes de talento totalmente nacional.



Más artistas emergentes



QUIERO MÁS INFO

NOMBRE

EMAIL

SUSCRIBIRME



INICIO
TENDENCIAS
COVERS
ENTREVISTAS
EMERGENTES
EVENTOS



NACIONALES



LAURA GUEVARA - DESDE EL CORAZÓN

Fecha: 11 y 12 de marzo
Hora: 6:00pm y 7:00pm
Lugar: Centro Cultural BOO

Laura Guevara regresa a Caracas para ofrecer un concierto inolvidable. La cantautora deleitará a su público con un repertorio de canciones que salen "desde el corazón". Podrás disfrutar de sus temas más conocidos, los que han marcado su vida y el estreno de nuevas canciones. Cantará con invitados de lujo y muchas sorpresas.

Puedes conseguir las entradas a través de: www.ticketmundo.com



JUAN MIGUEL Y LOS BOYS - EN INTIMO

Fecha: 15 de marzo
Hora: 4:00pm
Lugar: Centro Cultural BOO

Juan Miguel y Los Boys, miembros de la familia "Apolo Shoes" llegan este 15 de marzo al Centro Cultural BOO a dar un espectáculo de buena música a beneficio de la Fundación contra la parálisis cerebral "ANAPACE".

Si quieres contribuir a esta noble causa mientras disfrutas de buena música, puedes conseguir las entradas a través de: www.ticketmundo.com

INTERNACIONALES

CONGA ROOM PRESENTA LOS AMIGOS INVISIBLES

Fecha: 22 de marzo
Hora: 9:00pm
Lugar: Conga Room, Los Angeles, California, EEUU.



Este 22 de marzo los amigos Invisibles se estarán presentando en el Conga Room de la ciudad de Los Angeles. Será un show, que como siempre, no decepcionará al público. Esperamos te llamo nacional.

Las entradas las puedes conseguir a través de: <https://tickets.ii.com/event/los-amigos-invisibles/tickets>.
Y para más información sobre la banda y próximos conciertos visita: www.amigosinvisibles.com

FOO FIGHTERS Y QUEENS OF THE STONE AGE

Fecha: 7 de marzo
Hora: 9:00pm
Lugar: Estadio Vélez, BsAs, Argentina.



¡Las dos bandas más grandes del rock se unen! Foo Fighters y Queens Of The Stone Age vuelven a la Argentina este 2018. El concierto tendrá lugar en Buenos Aires en el Estadio Vélez el 7 de marzo.

Las entradas las puedes adquirir a través de la página: <https://www.a1access.com.ar/event/foo-fighters-y-queens-of-the-stone-age>.
Y para más información sobre Foo Fighters y próximos conciertos, visita: www.foofighters.com

QUIERO MÁS INFO

NOMBRE

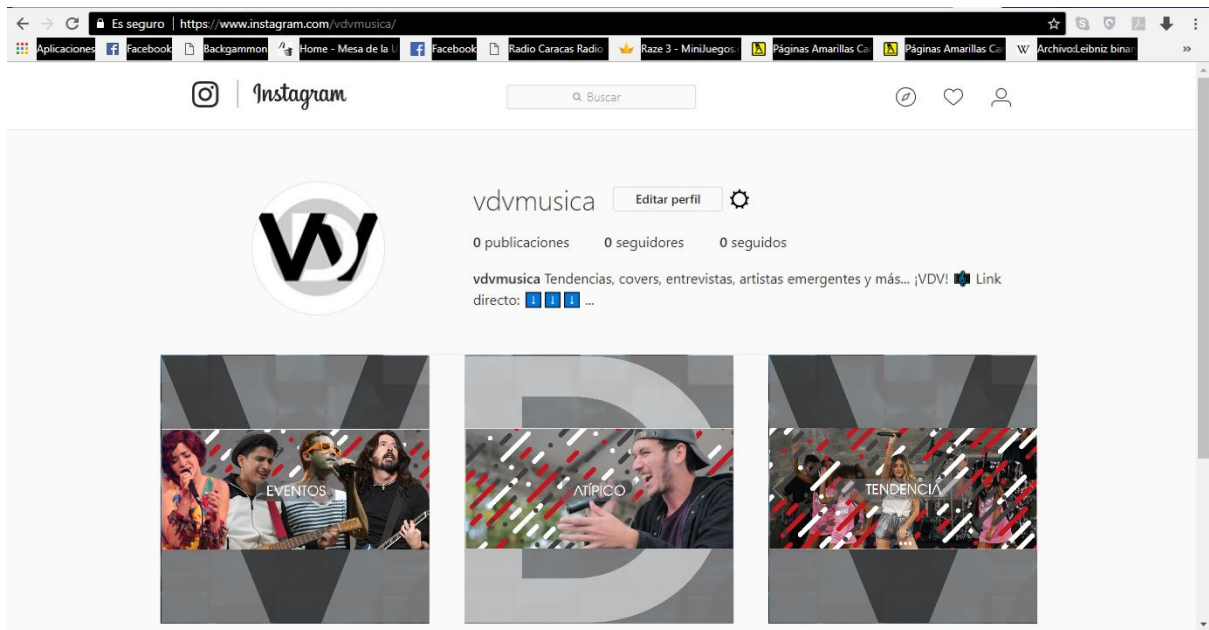
EMAIL

SUSCRIBIRME



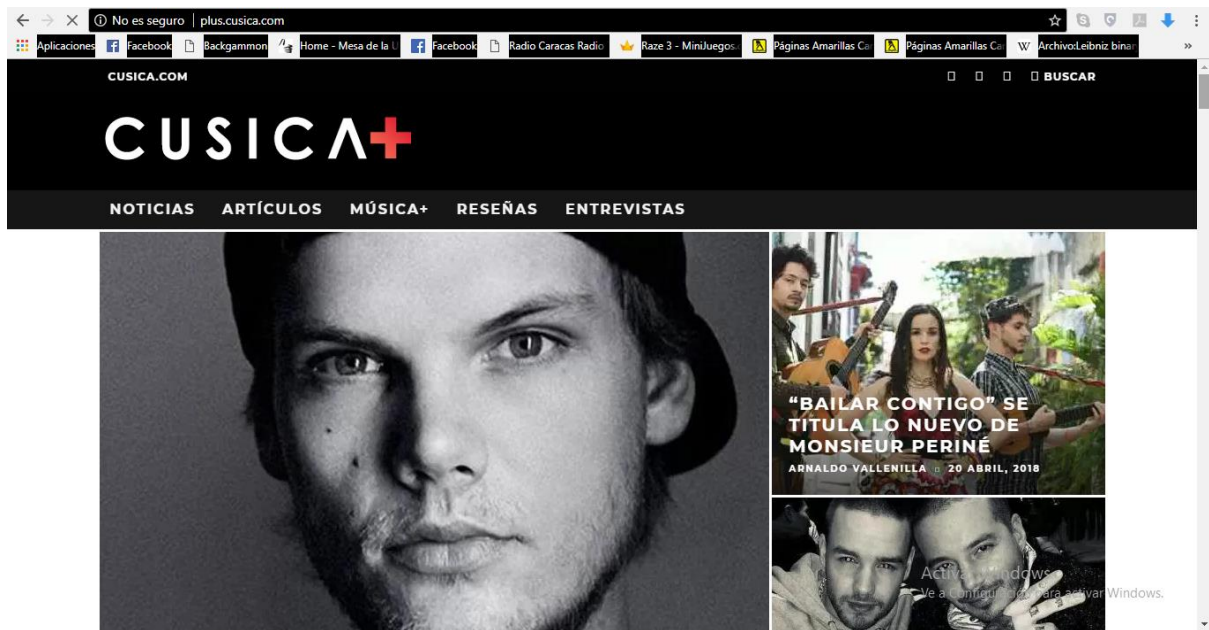
INICIO
TENDENCIAS
COVERS
ENTREVISTAS
EMERGENTES
EVENTOS

Redes Sociales

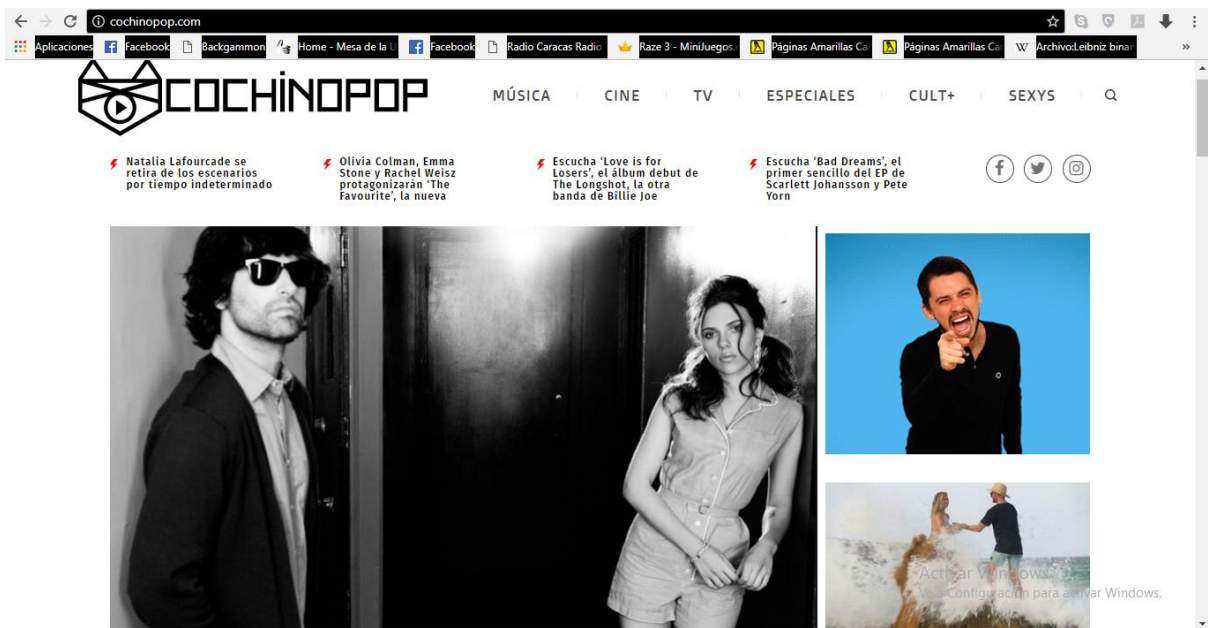


Anexo 5

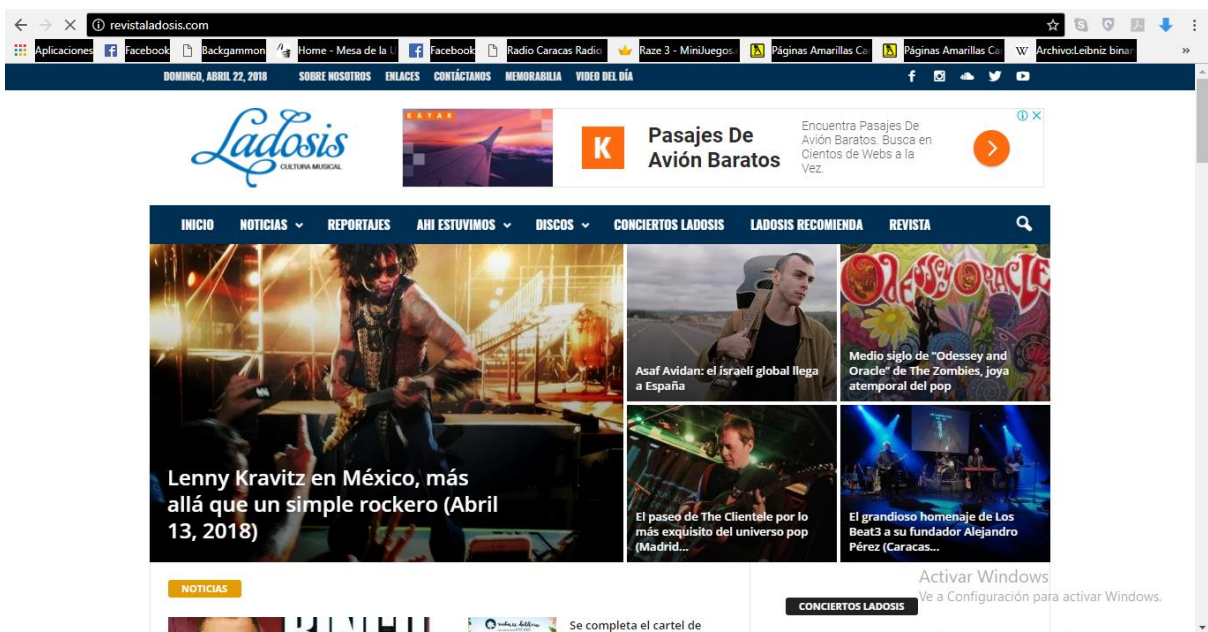
Competidores Indirectos



- Revista web “Plus Cútica”.



- Revista web "Cochinopop".



- Revista web "Ladosis".

Competidores Sustitutivos

The image shows a screenshot of the YouTube channel page for 'Metalovisión'. The channel banner features the name 'METALOVISIÓN' in a stylized, metallic font with a skull icon, and the tagline 'TU CANAL DE METAL EN YOUTUBE'. Below the banner, the channel name 'Metalovisión' is displayed with a verified badge and 188,833 subscribers. A red 'SUBSCRIBE 188K' button is visible. The navigation menu includes 'HOME', 'VIDEOS', 'PLAYLISTS', 'COMMUNITY', 'CHANNELS', and 'ABOUT'. A video player is shown with the title 'METALOVISION - Música Metal, MetalF...' and 139,499 views. The video description reads: 'Tu canal de música metal favorito. Todos los estilos y variantes del Metal. Suscríbete para tener toda la información del mundo de la música y cultura metal: http://www.youtube.com/user/...'. The 'OS RECOMENDAMOS' section lists 'Torr', 'Zayk MOV', and 'EmmaHavokOficial'.

- Canal de Youtube musical “Metalovisión”.

Anexo 6

Logotipo



Anexo 7

Dominio de la página web

