

1. TEMA:

El siguiente trabajo, expone un nuevo camino hacia la música en Colombia; un camino hacia nuevos ritmos, nuevas mezclas, nuevos sonidos. En resumidas palabras, un camino hacia una nueva experiencia artística. Se expondrán artistas que brindan una huella de diferencia, con historia detrás de cada palabra que componen en sus canciones. Se encuentra en la sociedad colombiana una problemática de ignorancia. Ignorancia hacia la cultura, específicamente hacia la música. Los jóvenes están creciendo con lo que está de moda; los hits. Ésta música es más conocida por dejar un mensaje de machismo y violencia que no aportan nada positivo en la vida de las personas. A través del proyecto, se busca rescatar la música de los nichos, que tienen un efecto positivo en los jóvenes y a su vez, aportándoles un poco más de información sobre música, artistas, eventos y sueños.

2. RESUMEN:

Por medio de una investigación y de un análisis de la sociedad, se llega a la conclusión que hay una problemática: los jóvenes caleños no tienen una buena cultura musical. Se guían por una música plástica y sin trascendencia. En este trabajo, se busca rescatar la música de nichos, que tiene como fin enseñar e inculcarle valor a la vida. Se hace a través de una revista musical digital en la cual, las personas pueden ver fotos, videos y lecturas cortas para aprender. Es todo una investigación de color, formas, texturas, experiencias, biodiversidad que le da vida a este proyecto. Se hace con el alma y con el corazón para que Colombia sea un lugar jugosamente cultural.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL:

- Exponer por medio de un diseño editorial la importancia de conocer los nichos musicales en Colombia.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar las categorías de análisis que se deben aplicar a los contenidos de la investigación.
- Identificar la audiencia más apropiada.
- Promover artistas no comerciales.

4. JUSTIFICACIÓN:

Al ver la ignorancia cultural/musical en la cual los colombianos están sumergidos, se crea una preocupación y unas ganas de poder aumentar el conocimiento de la música de nichos en Colombia. Cada día, los jóvenes tienen más herramientas para buscar, encontrar, y conocer nuevos mundos y nuevas oportunidades de aprendizaje. A pesar de esto, se quedan con lo que ven en sus narices, lo que pasan en la televisión, en la radio y en youtube. Aprenden y se desarrollan en el mundo de los hits; llenos de rudeza, machismo y violencia que no permite que el joven se lleve un mensaje de enseñanza positivo. Se necesita rescatar la música de los nichos, que conlleva a letras y música positiva dándoles a los jóvenes una ayuda para que utilicen las herramientas, y así; conocer y aprender un poco más de la música con trascendencia.

Anderson (2006) afirma:
La confección de listas de superventas es una obsesión mundial. Nuestra cultura es un gran concurso de popularidad. Estamos rodeados de hits: los fabricamos, los escogemos, hablamos de ellos y seguimos su auge y decaída. (p.2)

5. CONTEXTO DE LA NECESIDAD:

A La música fusión, es aquella en la que se combinan de dos a más géneros musicales. Por ejemplo el Rock & Roll tiene sus comienzos en el Blues, el Gospel y la música country. El género con más fama de fusionar y el cual tiene sus mayores exponentes artísticos es el Jazz que normalmente se mezcla con blues. El pilar de estas combinaciones musicales fue Ray Charle quien trabajaba el Jazz, el Blues y el Gospel generando un nuevo ritmo llamado música Soul. De aquí sale la inspiración de muchos músicos que empezaron a mezclar ritmos para generar nuevas experiencias.

La situación actual es que muchos artistas han inventado nuevos ritmos a partir de influencias musicales anteriores, generando consigo nuevos géneros musicales; olvidando y rechazando lo que alguna vez los influenció y de alguna forma olvidando sus comienzos. Se genera una necesidad de destacar a los pocos grupos que se han quedado en la base de sus comienzos musicales, que siguen destacando cada uno de los ritmos por los cuales se influyen a partir de los instrumentos, el ritmo y las modalidades de voz.

Es importante aclarar la diferencia entre los que olvidaron sus orígenes y los que se siguen influenciando por sus raíces e igualmente buscando nuevos sonidos. Los primeros son llamados artistas del mainstream o de los hits y son aquellos que buscan agradar al público con sonidos y letras que estén de moda; sin embargo, sin ninguna profundidad ni trascendencia. Son aquellos que pueden llegar a cambiar su forma de verse, de pensar y de actuar por agradar a su público; son camaleones de la moda. Los segundos, los nichos o underground, son aquellos que nunca olvidarán sus raíces ni su ser; cantan con significado, tratando de ser siempre una influencia positiva para sus oyentes. Son naturales, originales y trascendentes. Son auténticos. No se quedan cortos con mezclas sencillas, buscan asombrar con nuevos sonidos, nuevas mezclas, nuevos instrumentos. Este segundo grupo son artistas íntegros y por esto en este trabajo se intentarían destacar.

6. AUDIENCIA OBJETIVO DEL PROYECTO:

La audiencia objetivo principalmente son los jóvenes colombianos. Sin embargo, éstos son una audiencia objetivo muy grande y es por esta razón que nos centralizamos en los jóvenes que sepan de música (A), y los músicos que se encuentran como un subgrupo (B). Para seguir las reglas de volverse una empresa de la larga cola, será digital y es por esto que buscamos una población que tenga un dispositivo con Internet móvil (ya sea iPhone o iPad) (C). Por tanto la audiencia objetivo de este proyecto son los jóvenes que sepan de música y/o sean músicos y además tengan un dispositivo con Internet móvil (D). (Figura 1)

La edad no es relativa en la música, ya que puedes ser amante de la música desde muy temprana edad y nunca dejar este gusto. El diseño editorial, será dedicado a las personas entre los 16 y los 38 años. Que sepan divertirse con la música y que sepan que ésta no es solo escucharla si no saber un poco más de ella, leer e ir a conciertos. Son jóvenes que se interesan por el contenido de la música, el significado y la trascendencia. Son libres, apasionados y seguros. Un poco vanguardistas y es por esto que les interesan diversos géneros de música.

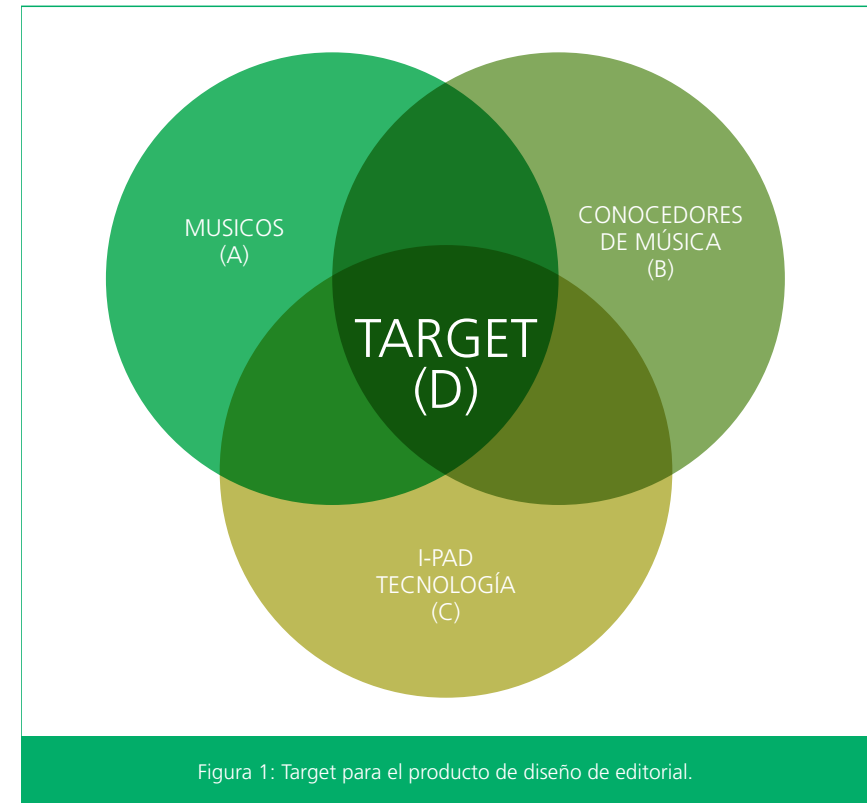


Figura 1: Target para el producto de diseño de editorial.