



EMERGE

El caso de Sebastián Maya

María José Maya Quevedo

Director: Carlos A. Amezquita

Carrera: Diseño de Comunicación Visual

Énfasis: Diseño de Identidad Corporativa y de marca,
Diseño de Empaques

Departamento de Arte, Arquitectura y Diseño
Facultad de Creación y Habitar
Pontificia Universidad Javeriana Cali
2023-1



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

Índice

1

2

3

Inspiración

Composición

Producción

Justificación	6	Objetivo general	13	Marco de referencia ..	19
Tema	10	Objetivo específicos ..	14	Metodología	30
Claves	11	Aliado	16	Herramientas	34

4

Masterización

Requerimientos	51
Sistema.....	52
Desarrollo	54

5

Lanzamiento

Validación	67
Conclusiones	92
Bibliografía	93

Inspiración



Justificación

Colombia es un país rico en cultura musical, precursor de géneros y referente en otros gracias a los talentos que salen del país. A pesar de esta variedad y talento, los colombianos tienen preferencias por géneros como el vallenato, la música popular, el reggaeton y otros que varían según las ciudades. En Cali, por ejemplo, los géneros más escuchados son la salsa y el reggaeton, según National Report, compañía de investigación y monitoreo de medios de la industria de la música, en julio del 2022, el top 20 de las canciones más escuchadas por los caleños son canciones de artistas del género urbano (Karol G, Bad Bunny, Becky G, J Balvin, Blessed, etc), de la salsa (Grupo Niche, Willy Garcia) y una canción de música popular de Jhonny Rivera. En este contexto, otros géneros como el pop, el rock, el jazz, la música del pacífico colombiano, etc; son ritmos considerados como alternativos y

al pasar los años tienen cada vez menos acogida entre los colombianos. Algunos estudios del tema destacan que “géneros como las baladas o el rock tienen cada vez menos adeptos: para el 2010, el 50% y el 32% de la población reportó escuchar baladas y rock, respectivamente, mientras que para el 2017, solo el 45% de la población escuchó baladas y el 26% escuchó rock” (Clúster de Música, 2019) y géneros como las rancheras, el despecho y el reggaeton cada vez toman más fuerza dada la cultura de ocio del país en las que estos géneros son los más asociados a las festividades.

A medida que pasan los años y gracias al auge de las redes sociales, estos géneros que pueden ser considerados como alternativos en Colombia han empezado a evolucionar y desarrollarse. El pop es uno de esos géneros que a pesar de ser muy reconocido en Colombia gracias a exponentes como Shakira, Monsieur Periné, Andrés Cepeda, etc, es un género que en Cali no tiene tanto movimiento

Emerge

y menos cuando este se fusiona con otros géneros, proceso que se da en muchos casos teniendo en cuenta que el pop es un género “ecléctico, pues en él se pueden rastrear elementos del rock and roll, el dance, el gospel, el soul, el folk, así como de géneros más actuales de la música afroamericana, como el rap o el hip hop” (VIEIRA SANCHEZ, S. 2017) que lo hace muy variable para fusionar y crear nuevos géneros como es el caso del pop-rock o el pop urbano. “Hoy en día, la música fusión ha sido un pilar importante para que los talentos colombianos se luzcan internacionalmente, la razón por la que estos artistas hoy en día prefieren la fusión.” (Martinez, M. C., Tenjo, S., & Torres, L. 2018)

En el caso específico de la ciudad de Cali hay una gran concentración de artistas cuyo trabajo y sueño es posicionarse en la industria musical tanto local y nacional como internacionalmente, situación que se les hace bastante complicada teniendo en cuenta las preferencias musicales de los

caleños. Sumándole a esto, muchos de estos son jóvenes de diferentes estratos sociales que desconocen o no pueden costear con profesionales la manera correcta de impulsar su carrera y como el diseño puede contribuir a hacerse lugar en la mente de los caleños, darse a conocer y volverse un personaje con una propuesta llamativa para el público.

Sebastian Maya es un artista caleño de pop-fusión, desde el 2015 empezó su carrera como cantante y compositor y afirma ser testigo de esos casos sobre la dificultad de darse a conocer en la ciudad gracias al movimiento musical en Cali que carece de variedad y la falta de conocimientos y herramientas para lograr llegar a su público objetivo. Sin embargo, hoy en día la música ha migrado a un soporte digital, que facilita el acceso a nuevos públicos y a diferentes segmentos, ampliando las barreras para conocer nuevos artistas tanto locales como de otras ciudades y países. En Colombia “desde el 2014 hasta el 2018, la música

digital ha pasado de representar una porción insignificante en la industria en cuestión, a cubrir el 60% del total de los ingresos”. (Peñaralda, A. 2022) Cabe resaltar que estos medios digitales, gracias a los soportes y plataformas en los que se presentan, exigen la intervención del diseño para comunicar a los diferentes públicos lo que el mercado necesita. En Colombia el diseño discográfico es un tema en desarrollo y aunque posee un largo trayecto histórico es poco lo que se ha indagado y muchos diseñadores desconocen del tema. (Roa, J. P., Rico, J. S., Molano, C., & Buitrago, L. D. 2020) En el caso de Cali y los géneros alternativos esta parte gráfica que sirve para reforzar la parte sonora y dar identidad a las bandas, muchas veces es escasa e incluso nula en algunos casos⁷, tanto por desconocimiento del buen desarrollo de este como de la falta de ingresos para costear los procesos con profesionales.

La industria musical cada vez crece más y

aunque es poco lo que se ha estudiado sobre el comportamiento y las tendencias musicales en Colombia, cada vez se hace un tema de más valor y motivo de estudio. De las ciudades emergen nuevos talentos constantemente, sin embargo, son pocos los que logran llevar sus carreras a un alto nivel, razón por la que desde el diseño y la cultura musical es mucho lo que hay por indagar y desarrollar formalmente.

Emerge

Tema

Reconocimiento de Cheby como
artista emergente de pop-fusión
en Cali

Claves

¿Donde?

Ciudades principales de Colombia

¿Quién?

Cheby
Demás artistas del género
Productores
Managers
Arreglistas
Mezcla y Master
Medios de comunicación
Público
Ingenieros de sonido
Imagen
Diseñadores

¿Quién?

La solar festival - cartagena y medellín
(enero-febrero)
Estéreo picnic - bogotá
(marzo)
Sucursal fest (junio)
Bomm Festival - Bogotá
(sep)
Mercado Musical de Pacifico
(oct)
Cali pop festival
Sancocho fest - Tuluá
(nov)
Circularart - Medellín (nov)
Ferias diciembre
Bogotá music video festival
(dic)

¿Cómo?

¿Cómo se mueve el pop en Colombia?
¿Cómo perciben los caleños la fusión del pop y la música urbana?
¿Cómo son los procesos musicales de los artistas?
¿Cómo es la interacción entre cantantes?
¿Cómo se mueven los artistas reconocidos en redes sociales?
¿Cómo se difunde el pop-urbano?
¿Cómo es el proceso de lanzamiento de sencillos o álbumes?
¿Cómo han cambiado las plataformas que dan a conocer la nueva música?
¿Cómo se dan a conocer?
¿Cómo se diferencian este género?




Composición

Objetivo General


Desarrollar un sistema de identidad gráfica, a través de una estrategia de comunicación visual, en entornos digitales, para el reconocimiento del artista emergente caleño de pop-fusión Sebastián Maya

Objetivos Especificos



Examinar el contexto musical en Cali para entender los procesos, problemáticas y oportunidades que vive el artista emergente

Definir la promesa de valor y la identidad que se quiere transmitir al público



Crear una marca capaz de
comunicar la identidad del
nuevo artista

Desarrollar una campaña
de comunicaciones como
estrategia de lanzamiento



Aliado

Sebastián

Sebastian Maya, cantante caleño de 29 años que entró a la industria musical en el 2015 junto a una banda de pop-fusión que él fundó y en la que ejercía el papel de vocalista y compositor. Hoy en día y tras ser testigo de las dificultades que enfrenta un artista emergente en Cali, cambió su proyecto musical y busca empezar una carrera como solista. Sus años de experiencia le permitieron conocer el medio y ayudar a algunos artistas en su carrera musical, sin embargo, busca la manera de poder sacar adelante su nuevo proyecto en el que buscamos aportar desde el diseño las estrategias para posicionarse y darse a conocer como artista musical. Información que le puede servir a él pero también a otros artistas.





Producción

Marco de referencias

- 
- Naming**
 - Branding**
 - Marca personal**
 - Artistas emergentes**

Naming

El branding se ha convertido en un concepto primordial a la hora de dar significado y propósito a una identidad de marca. Uno de los pilares de esta estrategia es el naming, proceso al que muchas veces no se le da la importancia necesaria pues se desconoce que **el nombre es muchas veces un factor que influye en las decisiones del consumidor y de la percepción que estos puedan tener frente al producto o servicio que se les ofrecen**. Expertos afirman que un buen nombre puede aumentar las ventas y es un elemento que permite reconocer y comunicar lo que una marca puede hacer. El nombre es esencial para la recordación de una marca frente a la competencia.

Ferrari plantean dos estrategias para dar con el nombre de una marca. En primer lugar “plantear un **nombre basado en los objetivos de branding**”, la segunda “encontrar un tipo de **nombre que sea adecuado para la marca a crearse y basarse en las características del mismo**” (Ferrari, M. 2020) De estas estrategias salen algunos conceptos importantes para el naming:

- **Originalidad:** Novedad y singularidad
- **Brevedad:** Simplicidad para penetrar el mercado más fácilmente
- **Eufonía:** Sonoridad de fonemas que sean atractivos y fácil de recordar así no tengan un significado
- **Recordación:** Evocar emociones, generar imágenes mentales
- **Pronunciabilidad:** Fácil verbalización, si no es fácil de pronunciar para todos, se crearán diferentes maneras de hacerlo y así se hace más difícil el posicionamiento
- **Sugestión:** Imagen sugerida sobre la imagen o valor del producto o servicio

El autor, hace una encuesta semi-estructurada a 11 profesionales del mundo del diseño, la publicidad y la comunicación para contrastar la teoría de la práctica. Esta encuesta demuestra que en el proceso de naming prima el empirismo sobre la teoría. De esta encuesta se hizo este análisis:

- Antes de nombrar una marca hay que hacer **análisis de la competencia, del público objetivo**: Es necesario saber quién es nuestro público objetivo, que los mueve, que les interesa, que piensan sobre el tema que habla la marca, dónde están, cómo se comportan, etc

- Se debe hacer un estudio de la competencia y **determinar lo que hará la marca distinta**

- Por último se debe **analizar el mensaje que se quiere transmitir** basado en el producto pero también en los insights que arrojen los consumidores **para darles algo de fácil recordación y con lo**

que se identifiquen

Recomendaciones a la hora de crear un nombre:

1. Análisis del posicionamiento de marca
2. Investigación de la competencia
3. Los objetivos de la marca
4. Definir las características del nombre
5. Lluvia de ideas (expertos recomiendan mínimo 20 propuestas)
6. Asesoría legal
7. Elección del nombre

Branding

El branding es el proceso que constituye y maneja marcas de manera estratégica para darse a conocer a un público definido. Una marca es un conjunto de elementos de identidad que buscan generar valor y consolidar una personalidad para que por medio de la comunicación y la publicidad, se posicione en la mente de los consumidores. Este conjunto de elementos contiene el logotipo, slogan, nombre, etc.

Según expertos, el branding “se utiliza para construir y gestionar de forma integral una marca para adecuarla al contexto donde ésta se desarrolla. De forma que permita capturar la esencia, crear una personalidad, fortalecer una identidad gráfica y trabajar con ello para crear una marca más valiosa,

poderosa, diferente y que conecte con las emociones de los consumidores.” (Maza, R. L. M., Guaman, B. D. G., Chávez, A. B., & Mairongo, G. S. 2020)

Tipos de branding

Personal: Es la marca que diferencia a un individuo y cuyo valor se fundamenta en sus habilidades profesionales, la innovación y las relaciones sociales que en conjunto lo diferencian de los demás individuos y generan percepciones en los demás.

Sustentable: Medio ambiente, sociedad y economía son los puntos en los que se enfoca el branding sustentable que busca enfocar su marca en concientizar sobre el daño o beneficio que se está generando en el contexto en el que se da

Estratégico: Es el que se enfoca en crear valor para un producto o servicio basado en las necesidades de un público mediante una estrategia de

comunicación, identidad e imagen. (corporativo)

Emocional: Se basa en generar experiencias significativas que despierten emociones en el público para crear percepciones e impacto positivo. Todo esto se basa en los insights de los usuarios para guiarse por sus pensamientos, deseos y conducta.

Elementos del branding

- Naming
- Identidad corporativa: Características que generan la personalidad de la marca y que la diferencia del entorno y la competencia.
- Posicionamiento: Lugar en el que se encuentra la marca en la mente del consumidor, basado en valores y beneficios que le interesan al consumidor y se descubren estudiando al target
- Lealtad: Se genera de acuerdo al cumplimiento o superación de las expectativas del consumidor y las promesas de la marca. Esto genera experiencias positivas y por ende asociaciones y calificaciones positivas

que resultarán en la constante elección de la misma marca y la generación de confianza hacia esta

- Arquitectura de la marca: Identidad, misión, visión, valores, cultura corporativa. Conjunto de elementos que guiarán el crecimiento de la marca basándose en la esencia que se quiere plasmar tanto internamente como externamente

Marca personal

Hoy en día una persona puede también convertirse en una marca y seguir los mismos conceptos de imagen, posicionamiento y recordación como lo hace una marca corporativa. Se expone en el texto que lo esencial de una marca personal es:

- **Impacto emocional:** Toda acción se basa en lo que la marca transmite y las emociones que despierta en el consumidor
- **Repetición:** Mantenerse constantemente en la mente del consumidor, procurando un mismo discurso coherente y repetitivo
- **Tiempo:** Pensar a largo plazo para sembrar en el consumidor la idea y los valores de marca correctos y transmitirlos de manera consistente

5 etapas para crear una marca personal:

1. Planificación:

- a. Establecer objetivos
- b. Reconocimiento del mercado
- c. Planificar el posicionamiento
- d. Definir punto de partida

2. Persona

- a. Gestión de la identidad
- b. Definición de la personalidad
- c. Valores propios a relucir (habilidades, conocimientos. experiencia)

3. Producto

- a. Que entregaremos para llamar la atención del consumidor (beneficio tangible o intangible)

4. Posicionamiento:

- a. Atributos
- b. Percepción que se quiere transmitir
- c. Confianza, credibilidad y coherencia

5. Promoción

- a. Divulgación

“Arqués propone entonces los siguientes pasos para la construcción de marca personal: Definir los valores de la marca; fijar los objetivos personales; posicionar, o mejor dicho planificar cómo

queremos que los otros vean la marca con miras a generar una buena reputación; comunicar al público los objetivos de nuestra marca personal; revisar las situaciones y contextos para ajustar la comunicación. (Arqués, 2007, p. 22) “

Branding musical

La industria de la música en Colombia está en constante desarrollo y cambia cada segundo. Hoy en día, como artista, no hace falta una disquera o una gran inversión únicamente, la marca personal es ahora también un elemento básico para el reconocimiento y posicionamiento de un artista. En la industria musical este posicionamiento y reconocimiento se asocia a través de una melodía, una voz, un vestuario, una identidad o incluso un escenario.

La industria musical ha cambiado radicalmente desde sus inicios en donde el éxito de un artista y las ganancias de su disquera eran medibles a través de la venta física de discos. Hoy, gracias a las plataformas de streaming y la redes sociales,

este negocio ha emigrado a un espacio digital en el que el artista puede crear y compartir su música desde cualquier lugar con solo un computador. Esto ha generado también que muchos artistas emergentes tengan la posibilidad de lanzarse sin necesidad de grandes inversiones o contratos con grandes disqueras, convirtiendo la industria en una competencia permanente por destacar dentro de la cantidad de artistas que salen día a día, destacar ya no solo dentro de su país o ciudad, sino también internacionalmente gracias a la existencia de estas plataformas que han superado los límites geográficos.

Es por esto que el pensar en creación de marca es esencial para alcanzar un posicionamiento, una buena percepción de la marca y la música y una diferenciación con respecto a la competencia

Conceptos importantes para diseñar una marca personal a un artista musical:

1. Marca
2. Segmentación
3. Imagen
4. Posicionamiento
5. Credibilidad

Una marca personal, para crear impacto y popularidad, debe cumplir con tres principios: relevancia, confianza y notoriedad. La marca personal es la clave para la visibilidad de un artista y esta debe tener una constante movimiento para mantenerse en el mercado objetivo y no ser olvidado.

Diferenciación: Es importante tener claves visuales para que el público pueda relacionar con la marca y hacerla fácil de recordar, para sobresalir frente a la competencia e impregnarse en la mente del consumidor. Para que esto suceda es importante conocer al público al que se pretende llegar pues es su percepción sobre lo que se comunica el responsable de posicionarse y mantenerse en la mente de quienes se expongan a las propuestas

del artista

"Pasos para crear marca personal"

Definición del ámbito de posicionamiento o alcance (para qué): Aquí lo que hay que definir es el entorno o nicho al que va a llegar la persona ya que cada ámbito conlleva un procedimiento diferente. Es clave saber la razón del posicionamiento.

Identidad (quién): Este es un análisis que debe ir más allá para reflexionar sobre el rol de la persona en sí, sus cualidades y cómo estas se relacionan con su profesión.

Motivación y valores (por qué): Es vital definir aquello que mueve a la persona desde el fondo, así sea un sueño que desea cumplir, hay que conocer la razón de ser y sus valores.

Establecimiento de objetivos: Es necesario definir un destino realista que pueda ser cumplido.

Emerge

do en términos medibles para poder tomar decisiones centradas en el objetivo. Se debe hacer un diagnóstico analizando las fortalezas, debilidades, recursos, etc.

Definición de oferta profesional: El objetivo de esta fase es definir el producto de la persona, es decir los beneficios que ofrece y lo que la hace valiosa.

Posicionamiento: Es fundamental ubicar a la persona y su producto en la mente de su público para generar recordación y mantener siempre una imagen en el top of mind de estos.

Descubrir y gestionar las percepciones: Hay que conocer primero cómo percibe el público a la persona para saber realizar los ajustes necesarios que se adapten a la autenticidad de la persona y lo que se quiere lograr.

Generación de confianza: Constantemente se debe transmitir confianza para lograr generar credibilidad sobre quién es y lo que hace la persona.

Diferenciación: Ser distinto no debe ser solo raro o controversial sino de ser percibido como una persona que se destaque por hacer las cosas mejor que los demás.

Visibilidad: Cuando ya están definidas las fases anteriores, llega el momento de utilizar todas las herramientas y medios disponibles para lograr visibilidad. Se debe comunicar todo lo que hace única a la persona para demostrar de lo que es capaz.

Elaborar una estrategia: Para poder llevar a cabo eficientemente el personal branding, antes de implementar las estrategias se debe fijar un calendario con tiempos y fechas para la ejecución de estas.

Control y mantenimiento: una vez se ponga en marcha el proceso, es necesario revisar y hacer seguimiento constantemente de los resultados para hacer los ajustes necesarios en la comunicación.” (Jadad Támer, 2017)

La importancia de la marca personal en la industria musical

Más que consumir un producto o servicio, el mundo hoy consume marcas que identifican esas decisiones basada en una identidad y valores percibidos por el target. La marca contribuye en la creación de relaciones emocionales a largo plazo

“La marca personal le proporciona al artista un sello que lo hace único y diferente y que de la mano con una buena estrategia de comunicación y marketing, logrará causar mayor impacto” (Jadad Támer, 2017)

La marca permite la aceptación y reconocimiento para facilitar las ventas de la música del artista. Una marca puede convertirse en responsable de otorgar valor y prestigio a un artista y contribuir en su popularidad y por ende en el aumento de ventas. Muchas veces el público sigue a sus artistas favoritos no solo por la música sino también por sentirse identificados con su vida, su estilo, sus costumbres, etc.

Metodología

01

INSPIRACIÓN

Empatizar

- Estudio de tendencias
- Benchmarking
- Entrevista

02

COMPOSICIÓN

Definir

- Persona canva
- Mapa de empatía
- Definición de la identidad
- Naming

03

PRODUCCIÓN

Idear

- Brainstorming
- Lluvia de ideas
- Co-creación
- Selección ideas
- Bocetación

05

LANZAMIENTO

Testear

Implementación

Divulgación

Mantenimiento

04

MASTERIZACIÓN

Prototipar

Prueba de usuario

Validación

Registro

**Design thinking +
Metodología de Liderazgo de Marca**

Estudio de tendencias

El estudio de tendencias o Trendwatching es una herramienta que busca anticipar las tendencias del mercado. Henry Mason y David Mattin explican que el mercado está en constante cambio y que dichos cambios se dan de manera acelerada. Una tendencia es un comportamiento que cambia en los consumidores y que manifiesta las necesidades y los deseos de las personas. El seguimiento de dichas tendencias permitirá el cumplimiento e incluso la superación de las expectativas de los consumidores frente a la respuesta de sus deseos y necesidades que varían constantemente. La observación es una metodología lenta para un mercado que presenta cambios tan acelerados, es por esto que los autores plantean las innovaciones como el medio para satisfacer las necesidades del cliente

mediante la personalización y la economía de la expectativa. Para este proyecto se estudian cuatro tendencias y los medios e innovaciones que se aplicarán para poner a favor del artista las tendencias del medio y la industria musical que se presentan.

(Mattin, David. 2015)

Tendencias de la industria musical 2023:

1. Seguirá el crecimiento de la música distribuida por plataformas de streaming
2. Incremento del contenido generado por usuarios para impulsar marcas usando canciones con derechos de autor
3. Crecimiento de la industria musical gracias a las redes sociales
4. Tenderá a disminuir la distribución física tanto de música sino también de merchandising

Trend Driven Innovation

Como usar las tendencias del mercado en favor de la marca de una manera innovadora

TENDENCIAS

MEDIOS

INNOVACIÓN

Crecimiento de la música distribuida por plataformas de streaming

Accesibilidad, personalización, presencia en todas las redes

Periodicidad y generar expectativa

Incremento del contenido generado por usuarios usando canciones con D.D.A

Asociación, colaboraciones, tendencia, afinidad con marcas

Búsqueda de emprendimientos que vayan con la marca - Book patrocinios

Crecimiento de la industria musical gracias a las redes sociales

Vanguardia, cercanía, expectativa

Fortalecer gestión de redes, interacción y trends RRSS. Viralidad

Disminución de la distribución física

Experiencias
Conexión

Mayor apuesta a lo digital, volver lo físico algo exclusivo

Benchmarking

Con el fin de analizar a la competencia se realizó un benchmarking que constó en el análisis de cuatro referentes sectoriales y tres no sectoriales que se evaluaron bajo unos criterios de evaluación que serán importantes para la realización del proyecto y que servirán como punto de partida para la inspiración y referencia de cada aspecto que se analice.

Criterios de evaluación

1. **Identidad Visual:** Elementos que caracterizan la marca (banda o cantante) y lo hagan fácil de recordar para el público
2. **Engagement:** Estrategias de interacción con el público que lo hacen una marca cercana
3. **Plataformas:** Variedad de medios en los que se mueven los artistas y se dan a conocer
4. **Etapas y procesos:** Claridad y estrategia en temas de lanzamiento, visibilización y viralización del contenido que se lance (Expectativa, interacción, post-lanzamientos, pautas, etc.)

Benchmarking sectorial



Feid

Recordación
Expectativa
Cotidianidad
Identidad visual

Es un cantante y compositor colombiano del género urbano, se **posicionó en la industria gracias a la identidad visual que dio a su marca** pues esta lo hizo reconocido. La **repetición de elementos** como las gafas, el color verde, los outfits urbanos, las motos y su logo se han vuelto esenciales para su contenido y **la gente lo reconoce** por esto. Además, tiene unas estrategias claras que usa con frecuencia y que le han permitido conectar con el público. La principal son las **campañas de expectativa** que hace sacando **previews de sus nuevas canciones con la frase con la que gente mas se puede identificar** o la más pegajosa y la hace viral en redes sociales, una vez se ha viralizado, saca la canción después de que el publico pida que la lance y esta se vuelve famosa en pocas horas. Esta estrategia la ha usado en varias ocasiones y le ha funcionado en todas.

Benchmarking sectorial



Morat

Story-telling

Transmitir emociones

Expectativa

Cotidianidad

Morat es una banda colombiana de pop-rock cuya fama alcanza niveles internacionales, sus canciones que hablan sobre sucedido de la vida de los integrantes de la agrupación son las encargadas de hacer que **el público se identifique** y que mediante el **storytelling en sus shows y redes**, conectan con la gente. La **repetición de su logo**, que es solo en nombre de la banda con un recuadro, también ha sido un elemento que les ha permitido posicionarse y darse a conocer. **La cercanía, la cotidianidad y la sencillez** que irradia la banda son las bases de su fama.

Benchmarking sectorial



Sebastián Yatra

Conexión

Transmitir emociones

Variedad de plataformas

Vida y trabajo

Es un cantante y compositor de pop-lírico, se ha posicionado en la industria con una imagen de **rockstar romántico**, muy **cercano con el público** y que gracias al crecimiento de su carrera se ha expandido a hacer **diferentes proyectos**, relacionadas con la industria pero de diferentes maneras. Por ejemplo, fue jurado de la voz kids y gracias a su personalidad cálida y amorosa se ganó al público más. El **hacer su vida privada, pública** a los ojos de los consumidores, ha generado que **la gente esté pendiente** de sus relaciones, sus historias y la gente con la que se rodea.

Benchmarking sectorial



Lasso

Story-telling
Interacción
Innovación
Expectativa

Es un cantante y compositor venezolano de pop-indie que se posicionó en la industria en el 2019, **usa sus redes sociales de una manera estratégica** para conectar con su público a través del **storytelling**. Ha generado dinámicas en las que cuenta **las historias detrás de sus canciones**, generando **identificación** en su público pues estas suelen ser situaciones de la vida cotidiana con las que muchas personas se pueden identificar pues las han podido vivir. Busca mucho la **interacción de redes y conocer la opinión de su público**. Recientemente lanzó su nuevo álbum con una propuesta muy artística y para la campaña, borro todos sus post de instagram y puso únicamente las fotos de las portadas de cada canción.

Benchmarking no sectorial



Daniela Salcedo

Identidad visual
Cotidianidad
Versatilidad
Merchandising

Es una empresaria e influenciadora caleña que ha posicionado su marca de joyería por dos razones, primero porque **comparte contigo de su vida diaria**, de su familia y de su estilo de vida viajero, creativo y divertido. Y en segundo lugar por la **creatividad en publicidad**, en campañas de lanzamiento y en las piezas gráficas que tienen un **estilo muy particular** de Daniella que la ha hecho reconocida. Usando copys que **enganchan**, imágenes peculiares y mucho contenido de su vida, los restaurantes que frecuenta, los países y ciudades que visita, las marcas que usa y que **gracias a su estilo de vida la han convertido en un personaje llamativo para el público.**

Benchmarking no sectorial



El Mindo

Identificación
Creatividad
Versatilidad
Cotidianidad

Es un creador de contenido de humor cuyo contenido se ha vuelto reconocido y exitoso gracias a la **identificación que ha generado con su público** al crear videos de **situaciones cotidianas** en la vida de los colombianos, **creando personajes** con actitudes reconocidas de las familias colombianas y de las tendencias de la vida como una mamá cantaletosa, la tía metida, la mujer de las energías y el yoga, etc., y situaciones de temas que se hablan en el momento y a las que le saca el lado humorístico. Además, ha **expandido su marca**, sacando podcasts e incluso inauguró hace poco su restaurante de hamburguesas.

Hallazgos benchmarking

- Una identidad visual clara puede ser el impulso para un artista cuya música no se conoce
- La identificación es la clave para el engagement
- Estar en todas las plataformas puede resultar en un público cada vez más amplio
- Tener leit motivs (símbolos, colores, frases o diferentes elementos) repetitivos ayudan a la recordación del artista por asociación
- Tener un proceso estratégico de expectativa, publicidad, marketing es esencial para que el mensaje llegue al público de la manera esperada
- El story-telling, la viralidad y la polemica pueden ser la causa del reconocimiento e impulso de un artista

Entrevistas

Objetivo de la investigación:

Conocer al target, dónde están, qué les gusta, que valoran, etc. para saber cómo llegar a ellos de una manera más efectiva

Hipótesis:

1. Los encuestados conocen poco nuevos artistas y cuando lo hacen los conocen por medio de redes sociales
2. Le gente valora la estética de un artista, el contenido visual más allá de la música que hagan
3. La identificación con los artistas y la evocación de las emociones derivados del contenido que se comparta es lo que lleva a los consumidores a seguir y a valorar el contenido del artista
4. Las personas recuerdan a los artistas por los colores, el contraste, el estilo y lo que comunican los artistas

Preguntas

- Presentación (Nombre completo, edad, a qué te dedicas?)
- ¿Qué haces en tus tiempos libres?
- ¿Qué redes sociales usas?
- ¿Qué géneros musicales sueles escuchar?
- Nombra 7 cantantes que recuerdes
- Nombra títulos de canciones que recuerdes
- Portadas musicales que recuerdes (describela)
- Describe logos de artistas que recuerdes
- ¿Cuál fue el último artista que conociste?
- ¿Por donde lo conociste?
- ¿Cada cuanto escuchas nuevos artistas?
- ¿Qué es lo que más te acerca a tu artista favorito, como conectas con ellos?
- ¿Qué valoras de un artista?
- ¿Le pones cuidado a las letras? O solo al ritmo?
- ¿Te fijas en la estética del artista?
- ¿Por qué plataformas escuchas música?
- ¿Qué contenido te gusta ver de tus artistas favoritos?
- ¿Cuál crees que es la clave para el éxito de un artista?
- ¿Vas mucho a conciertos?
- ¿Pagarías por conocer a tus artistas favoritos?
- ¿Interactúas mucho con tus artistas favoritos?



Andres Rivera

Realizador audiovisual y fotógrafo

“continuidad, que todo esté conectado, la identidad, como se ve y como se refleja, la universalidad del artista y su estilo”



Camilo Aguilar

Músico

“Desde lo musical tener una propuesta de valor clara y desde lo estético tener una propuesta acorde a lo que haces musicalmente”



Camila Sinisterra

Bajista y contrabajista

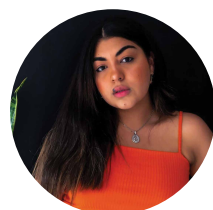
“hay que llegar como un punto en donde puedas hacer algo que musicalmente sea muy bueno y que también le pueda gustar a la gente”



Nicolás Velazques

Estudiante universitario

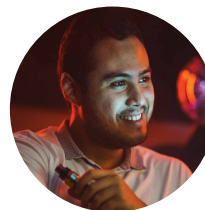
“ la creatividad que tienen para hacer canciones porque sacan canciones con cosas y de temas con las que uso se identifica”



Laura Antequera

Comunicadora social

“uno ya no está buscando esos artistas inalcanzables que uno no puede ni saludar y si te lo encuentras no te puedes acercar”



Gustavo Rueda

Productor musical

“el artista genere en los oyentes algún tipo de refuerzo anclado a un momento, un recuerdo o un sentimiento”

Mapa de empatía



Lo que piensan

Identificación	Transmitir emociones
Originalidad	refuerzo anclado a un momento, un recuerdo o un sentimiento
Ser escuchado	Coherencia entre lo visual y lo musical
Entenderme	
Comunidad	



Lo que ven

Estética	Propuesta llamativa
Repetición	Diferenciación y contraste con respecto a la competencia
Contenido redes	Identidad visual llamativa
Vida y trabajo	



Lo que hacen

Interacción	Seguir a sus artistas favoritos
Atracción	Diferentes comportamientos
Conciertos	Likes y comentarios
Apoyo	Dan importancia a la calidad



Lo que escuchan

Salsa	Propuesta musical
Pop	Transmitir emociones
Reggeatón	Diferentes cantantes
Ritmo y letras	Voz a voz

Hallazgos público

- Se identifican diferentes perfiles porque la percepción que la gente tiene de la música es diferente, tanto musical como estéticamente
- Es importante entender que espera y quiere cada perfil para mostrar y decir el contenido que le resulta valioso a cada uno
- La cercanía, la identificación y la conexión son algunos de los aspectos fundamentales que identifica el público
- Las redes sociales son primordiales para conectar y llegar al público
- La marca personal es clave para la recordación del artista emergente, esta debe ser coherente con la propuesta musical y contrastante de acuerdo a la competencia

Perfil de usuarios



Mariana

La fanática loca

21 años | Psicóloga

Needs

Identificación
Actualización

Cercanía
Reconocida

Hopes

Conocer a su artista favorito y ser su amiga



Traits

Se sabe todos los chismes

Interactúa con el contenido 24/7

Usa las mismas marcas

Se sabe todas las canciones



Oportunidades

- Fundar club de fans
- Conoce gente de la industria

Fears

- Missing out
- No cumplir sus sueños

Headaches

- Superficialidad
- No sentirse escuchada

La fanática loca

La fanática loca es aquella persona que sabe todo acerca de sus artistas favoritos, está en todas las redes sociales y sigue todos sus movimientos. Interactúa con ellos de todas las maneras, va a sus eventos y se sabe todas las canciones. Se quiere ver como ellos, vestir como ellos y poder ser su amiga. Este es el perfil más fiel y la cercanía y el sentirse reconocida por su artista es esencial para ella. Difunde la música de sus artistas favoritos y se la enseña a sus amigos y familiares cercanos, está obsesionada



Daniel

El artista apasionado

26 años | Fotógrafo

Needs

Identificación Conexión
Complejidad Coherencia

Hopes

Hacer arte de calidad y
conectar con las personas



Traits

Le gusta ver el contenido artístico de sus artistas favoritos

Observa mucho la estética

Apoya el talento local

Le gusta la música en vivo y los behind the scenes



Oportunidades

- Ser reconocido por su talento
- Viajar por el mundo
- Colaborar con otros artistas

Fears

- Ser uno más del montón
- No realizar sus sueños

Headaches

- Mediocridad
- Falta de originalidad

El artista apasionado

Al artista apasionado lo mueve la música, es la inspiración para su arte y ve el contenido de sus artistas favoritos con una mirada un poco crítica, quiere ver calidad, trabajo y coherencia. Le gusta mucho el arte de las portadas, la fotografía, el contenido audiovisual. Por su profesión, busca apoyar el talento de su ciudad constantemente por lo que se da la tarea de buscar nuevos cantantes esporádicamente y ver su trabajo. Lo que más busca con la música es conectar, con todo tanto con el artista como con su música.

Perfil de usuarios



Isabela
La fashion freak

19 años | Estudiante

Needs

Cercanía Entretenimiento
Inspiración Identificación

Hopes

Ser independiente, feliz y ser reconocida por su trabajo



Traits

Crítica de la moda
Escucha las recomendaciones de sus amigos
Está en todas las redes sociales
No está tan pendiente del chisme
No interactúa mucho



Oportunidades

- Tener su propia marca
- Especializarse en Europa
- Ser modelo

Fears

- Fracaso
- Soledad

Headaches

- Lo anticuado
- Aburrimiento

La fashion freak

La fashion freak es la crítica de todos los outfits de sus artistas a quienes sigue en redes sociales pero con quienes no interactúa casi. A diferencia de la fanática loca, ella no está pendiente del contenido pero cuando tiene contacto con este le atrae mucho la estética visual tanto del estilo del artista como del estilo visual de sus productos musicales, la gráfica, las imágenes, la expectativa. Le parece importante la coherencia entre lo visual y lo musical. Este contenido la inspira y cómo está persiguiendo su sueño de ser influencer de moda, usa sus canciones favoritas en sus historias y sus videos.



Santiago

El oyente ermitaño

31 años | Administrador

Needs

Conexión
Calidad

Entretenimiento
Identificación

Hopes

Salir adelante y contribuir
para un mundo mejor



Traits

No usa redes sociales

Le apasiona la música

No le importa la
estética ni la vida
de los famosos

Conecta por las
emociones y las
experiencias



Oportunidades

- Construir una familia
- Ganar dinero con lo que le apasiona

Fears

- Fracaso
- Soledad

Headaches

- Polémica
- Excentricidad

El oyente ermitaño

El oyente ermitaño es el perfil de aquellas personas que les apasiona la música pero no tienen ningún interés por la estética visual, el contenido de redes y la farándula. Tienen una opinión y mirada profunda frente al contenido musical y la riqueza de su composición pero no está en redes sociales, a veces solo en Instagram pero únicamente para seguir a sus familiares y amigos, no sigue a sus artistas favoritos, no le interesa sus vidas. Lo mueve la música, la conexión con la letra y las emociones que le evocan dependiendo de lo que pasa en su vida y lo que le recuerda. Quiere sentirse identificado con la letra y recordar momentos y vivencias junto a la música.



Masterización

Requerimientos

● Requerimientos

● Descripciones

Identidad visual

Contenido estratégico

Leitmotivs

Vestuario **Redes sociales**

Conexión

Acceso fácil y rápido al
contenido del artista

Proyección

Recordación

Identidad de marca coherente

Repetición

Comunicación selectiva

Diferenciación

Arquetipo

Línea gráfica

Contenido constante

ADN de marca

Story-telling

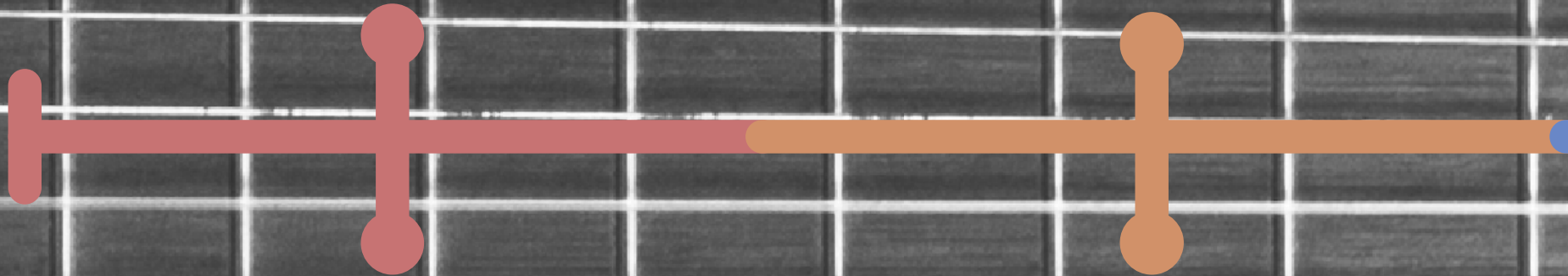
Marketing digital

FASE CREATIVA

Creación de la marca
Desarrollo de videos
Desarrollo de posts

PRE-LANZAMIENTO

Instagram
Tiktok
Facebook



https://www.freepik.es/foto-gratis/rollo-estudio-banda-diapason-madera_1047463.htm#query=gitarras%20de%20madera&position=0&from_view=search&track=ais

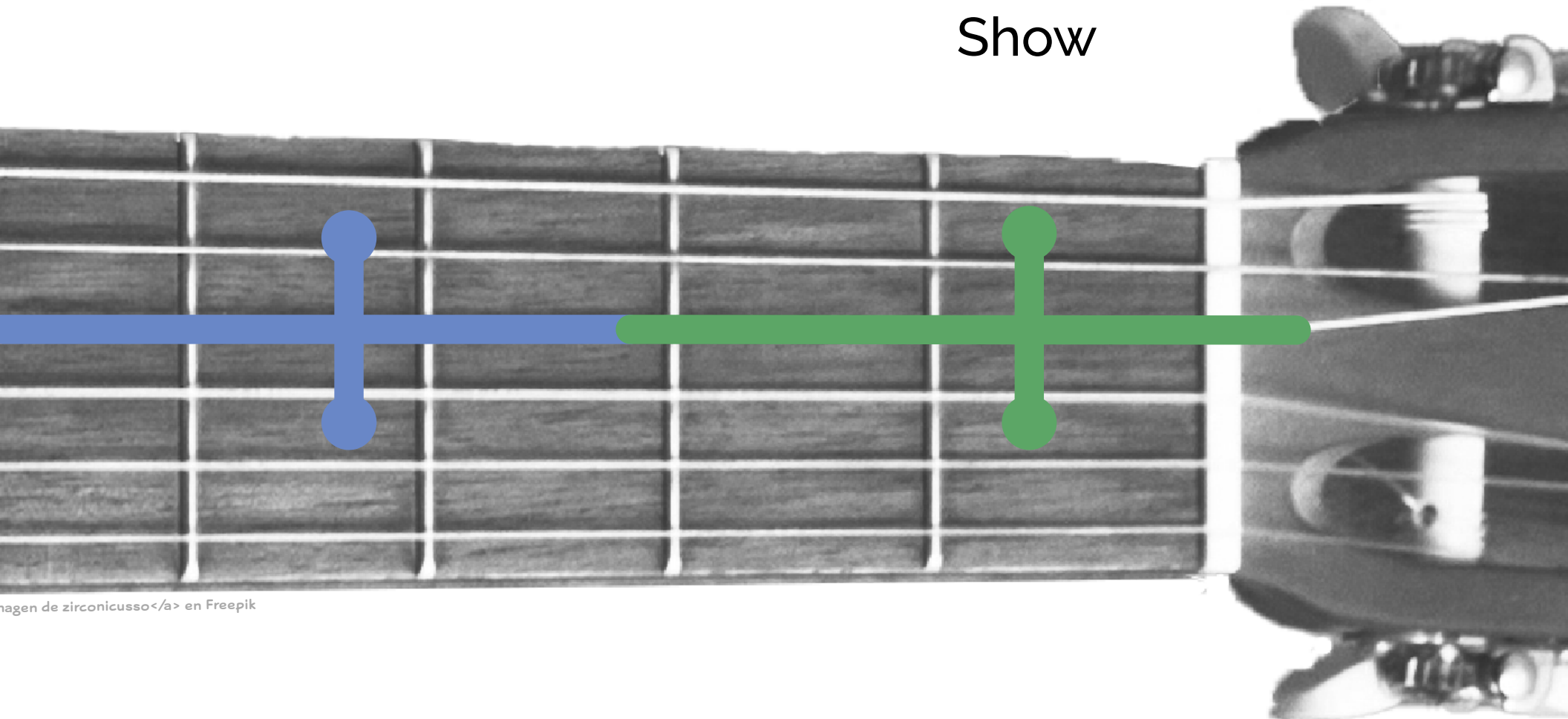
Sistema

LANZAMIENTO

Día de lanzamiento

POST-LANZAMIENTO

Redes sociales
Show



Fase creativa

A partir de los hallazgos de la fase de investigación, se inicia el sistema con la fase de definición y creación de la marca del artista. Esta fase consta de la creación del naming, la definición del ADN de marca y la identidad visual con la que se presentará el artista.

Naming

Se realizó una lluvia de ideas junto con un grupo de personas del target que arrojó 200 ideas que se filtraron bajo unos criterios para dar con el nombre escogido

1 Lluvia de ideas

200 nombres

2 Criterios

- **Originalidad:** Novedad y singularidad
- **Brevedad:** Simplicidad para penetrar el mercado más fácilmente
- **Eufonía:** Sonoridad de fonemas que sean atractivos y fácil de recordar así no tengan un significado
- **Memorabilidad:** Evocar emociones, generar imágenes mentales
- **Pronunciabilidad:** Fácil verbalización, si no es fácil de pronunciar para todos, se crearán diferentes maneras de hacerlo y así se hace más difícil el posicionamiento
- **Sugestión:** Imagen sugerida sobre la imagen o valor del producto o servicio

3 Filtro

10 nombres

- Cheby**
- Masha
- Spresso**
- Meicuest**
- C-bas**
- Seb
- Sebas Maya**
- Mesh
- Nativo



4 Registro

- Camara de Comercio
- Superintendencia de Industria y Comercio
- Dominio web

5 Selección

CHEBY

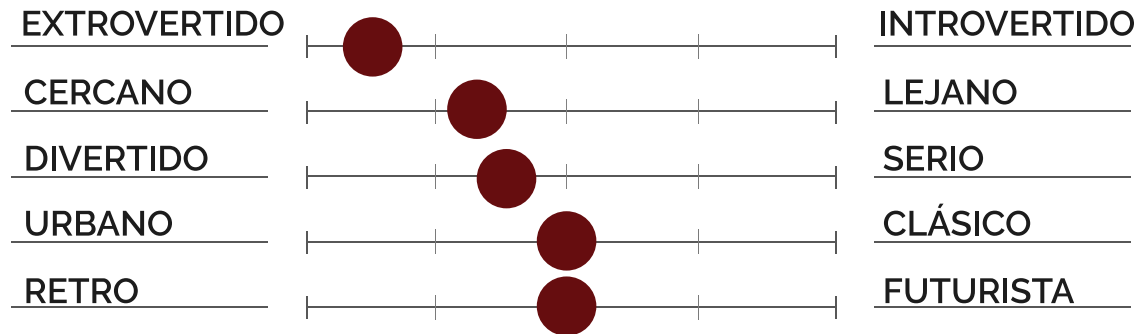
ADN de marca

Por medio de la adaptación de la herramienta de Aaker y Joachimsthaler diseñada por Felipe Jimenez Cano y Carlos Amezquita, se definieron los aspectos esenciales del ADN de la marca Cheby

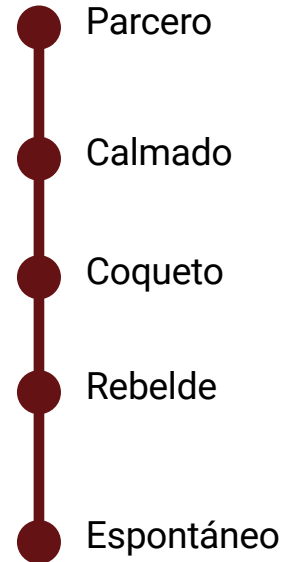
Posicionamiento

Creativo, artístico y con una propuesta musical pegajosa que disfrutan escuchar en un ambiente entretenido

Personalidad de marca



Tono de comunicación



Sabores

Tequila, limón, menta, chocolate

Símbolos

Olas, sketch

Sonidos

Guitarras, beats

Música

Pop, urbano, rock

Aromas

Locion elegante

Identidad visual

La marca Cheby se creó bajo la inspiración de la firma del artista, teniendo en cuenta los usos y los diferentes soportes en los que estaría la marca, se propuso un logo versátil, orgánico y sencillo que enmarcará su nombre para trabajar en la recordación del mismo y usando una paleta cromática fuerte y masculina.

Se crearon entonces tres propuestas basadas en los criterios mencionados anteriormente que luego pasaron a ser evaluados por el público objetivo quién fue el responsable de calificar las tres propuestas basados en criterios como la legibilidad, la recordación, versatilidad, personalidad, coherencia, entre otras.

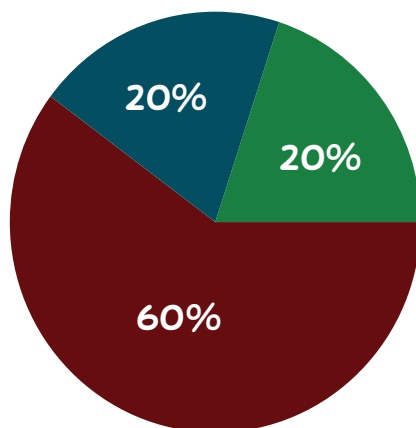
* Logo ganador

Propuestas

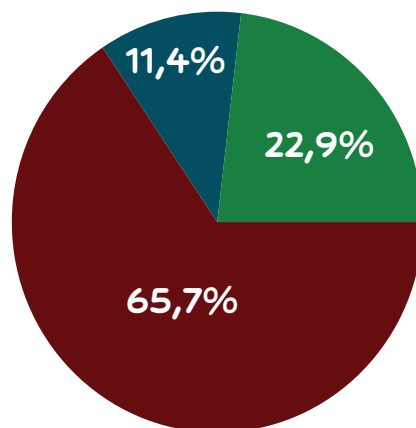


Validación

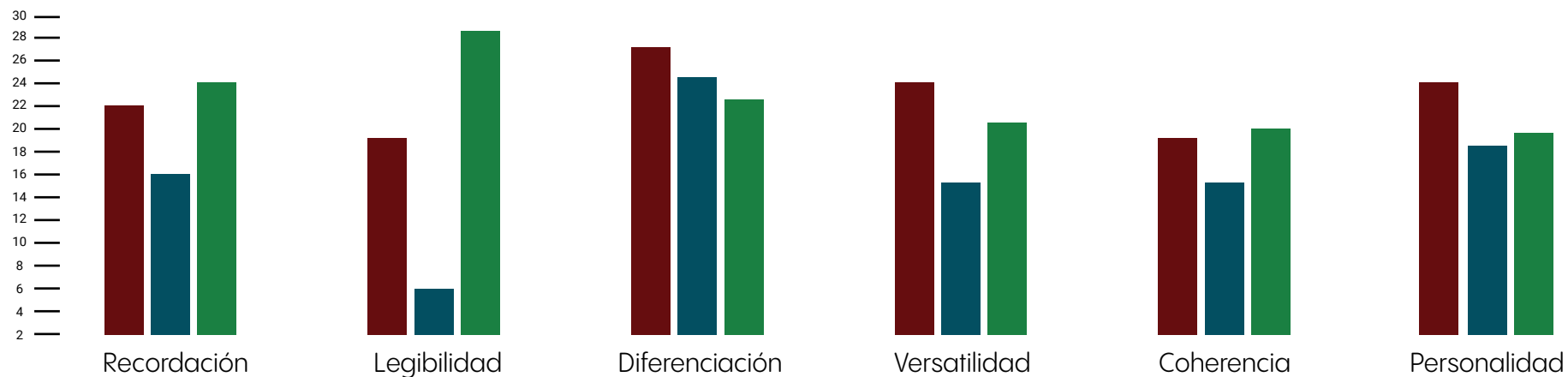
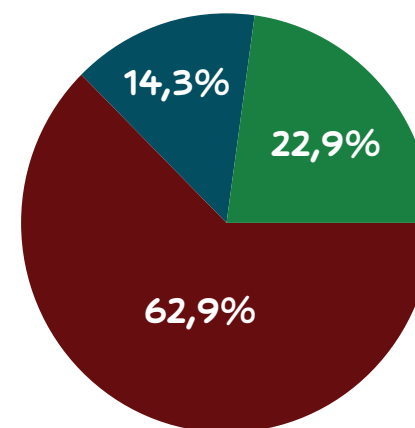
¿Qué logo consideras que se asocia más con un cantante de pop?



¿Qué logo consideras que le va mejor al artista?



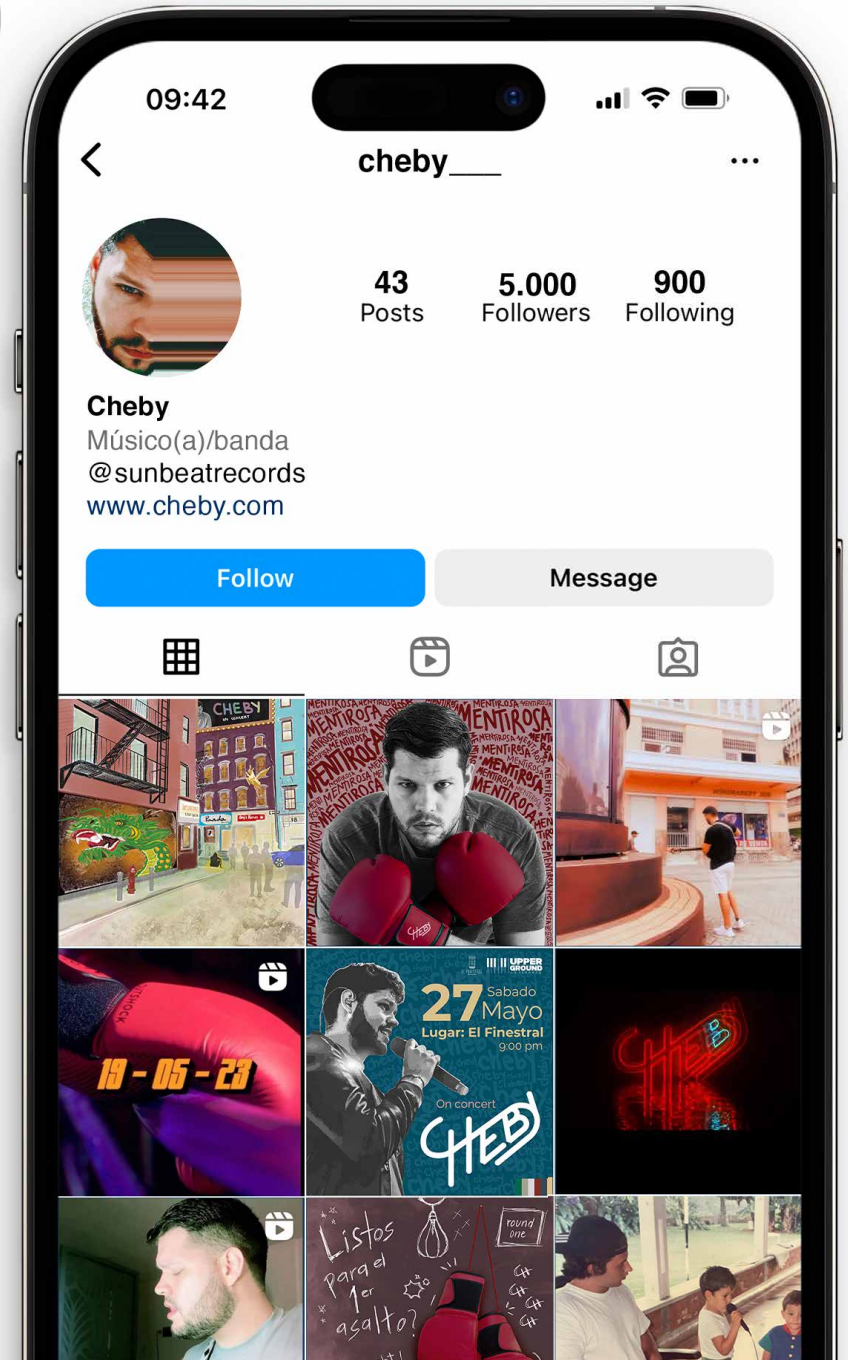
¿De estos tres logos, cual es el que más te gusta?



Pre-lanzamiento

Contenido de redes

Una vez creada la marca, se plantea el pre lanzamiento de Cheby que consiste de la creación de contenido en redes sociales, con el fin de empezar el movimiento de las redes para el día del lanzamiento del primer sencillo del artista. Para esto se crean piezas y videos de la introducción de la marca y la expectativa del lanzamiento. Las piezas fueron creadas para Instagram y Tiktok, redes de mayor movimiento y uso del público objetivo según los datos arrojados por la fase de investigación.

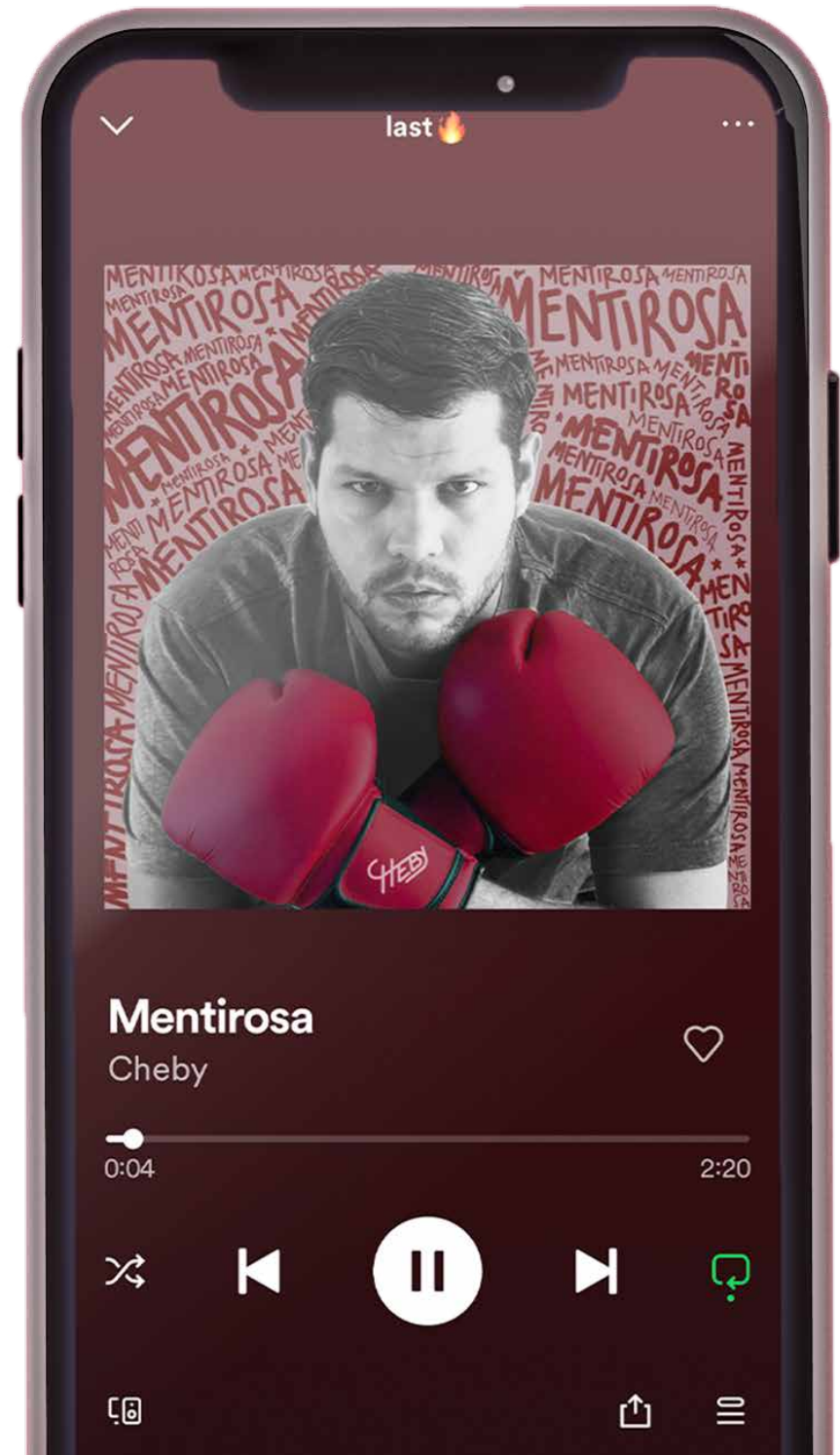


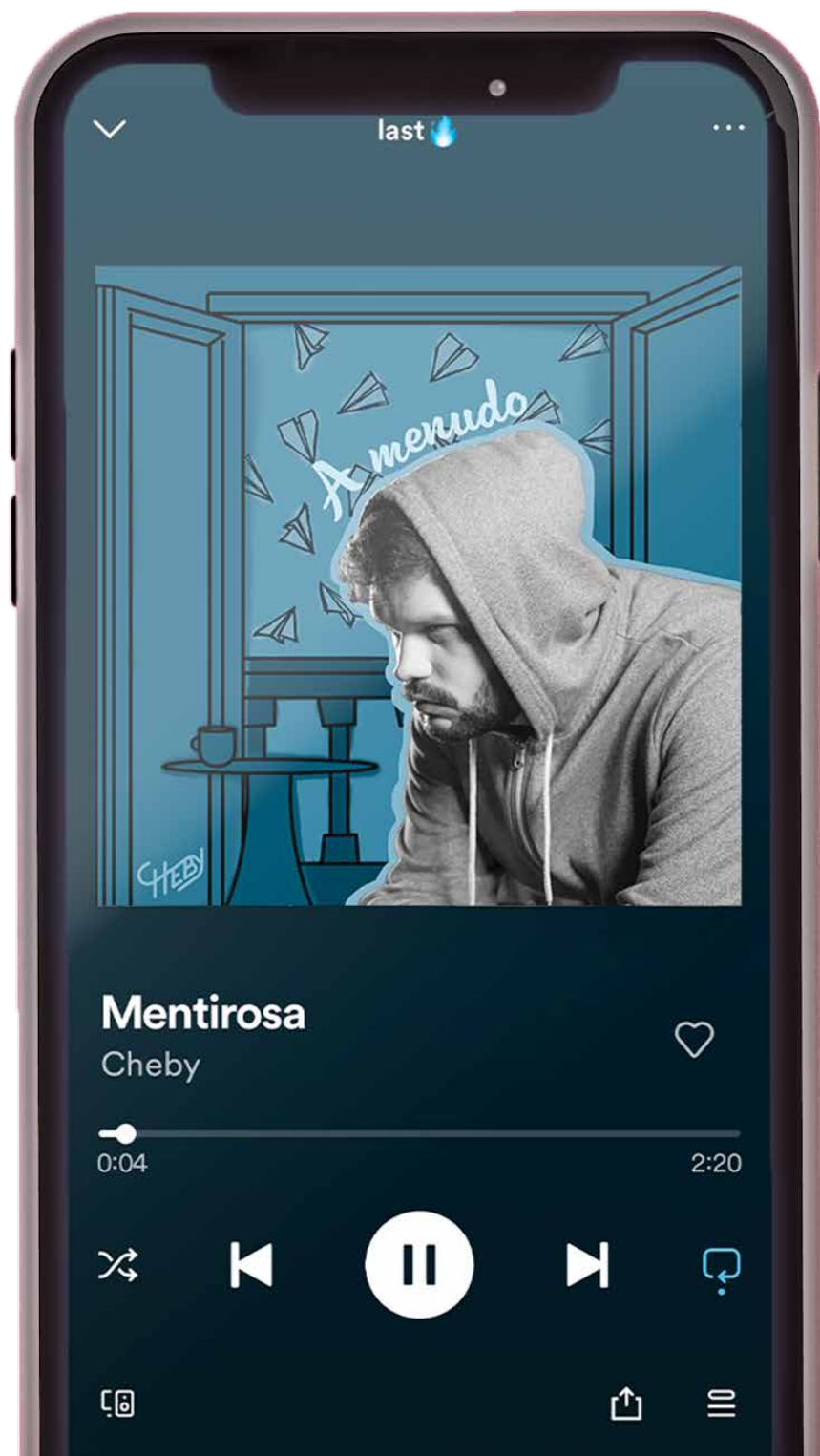
Lanzamiento

Diseño de portada

Entrando a la etapa de lanzamiento, se diseña la portada de lo que será el primer lanzamiento del artista. La canción, titulada mentirosa es inspirada en el vaivén de una relación cargada de mentiras y disculpas que llevan al cantante a volver a repetir constantemente el círculo vicioso del apego.

Para esta se diseña una portada con tonos agresivos y de rabia como lo exalta la canción y se define una línea gráfica que tenga elementos fotográficos para trabajar en la recordación y reconocimiento del artista, al igual que elementos ilustrativos que añadan un toque urbano y un estilo único a su primera canción.





Diseño de próxima portada

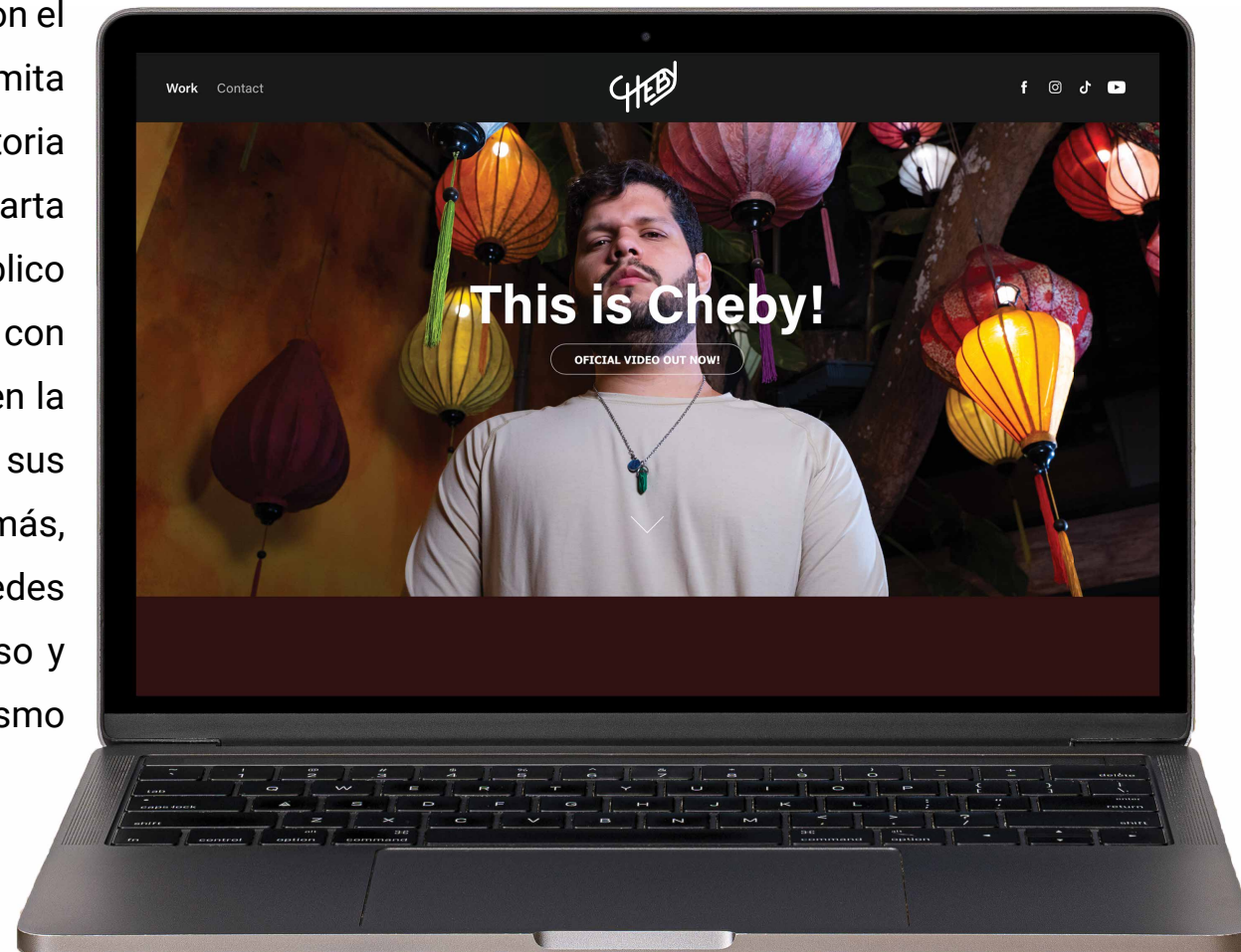
Se diseña la portada del próximo lanzamiento que guarda la misma línea gráfica pero se basa en la historia de una canción totalmente diferente. Esta se estrenará en los próximos meses

Post-lanzamiento

Página Web

En la fase de post-lanzamiento y con el fin de tener una herramienta que le permita a Cheby llevar un registro de su trayectoria se diseñó una página web que será la carta de presentación del artista frente al público y a las personas que deseen trabajar con él. Esta lleva el registro de su camino en la industria musical, la galería de fotos de sus shows, sus videos musicales, etc. Además, está interconectada con todas sus redes sociales con el fin de facilitar el acceso y búsqueda de su contenido. Esto mismo pasa en todas sus plataformas.

www.chebymusica.com



Show de lanzamiento

Por último y como paso primordial para la validación de este proyecto, se planea un show de lanzamiento en el que el artista se presentará y presentará su sencillo por primera vez frente al público. El show se llevó a cabo el 27 de Mayo del 2023 en El Finestral, un gastrobar de la ciudad de Cali en el que se presentan artistas de varios géneros y cuyo ambiente va acorde a lo que el artista comunica. El artista, acompañado de la percusión y una guitarra, presentó un show de aproximadamente dos horas en el que expuso su primer sencillo y anunció el siguiente.



Lanzamiento



Validación

Teniendo en cuenta las diferentes piezas y los diferentes soportes que se diseñaron para este proyecto, se tienen en cuenta diferentes datos como validación del mismo. En primer lugar, el show de lanzamiento que, como se mencionó anteriormente, será el principal validador del proyecto. Evento que contó con más de 85 boletas vendidas, llenando así la capacidad máxima del lugar.

Además, se cuenta también con diferentes datos que avalan y validan el proyecto. Por ejemplo hoy se cuenta con más de 14 mil visualizaciones del video musical de Cheby que además de ser publicitado en redes sociales, está en la página web. La viralidad en tiktok con más de 62 mil reproducciones es otra cifra que valida el proyecto y la invitación a entrevistas por parte de medios de comunicación e invitaciones a eventos.

Show de lanzamiento

- Capacidad maxima
- +80 boletas vendidas
- Opiniones positivas

Video musical

- 14.358 visualizaciones
- Suscriptores en aumento
- Likes

Redes sociales

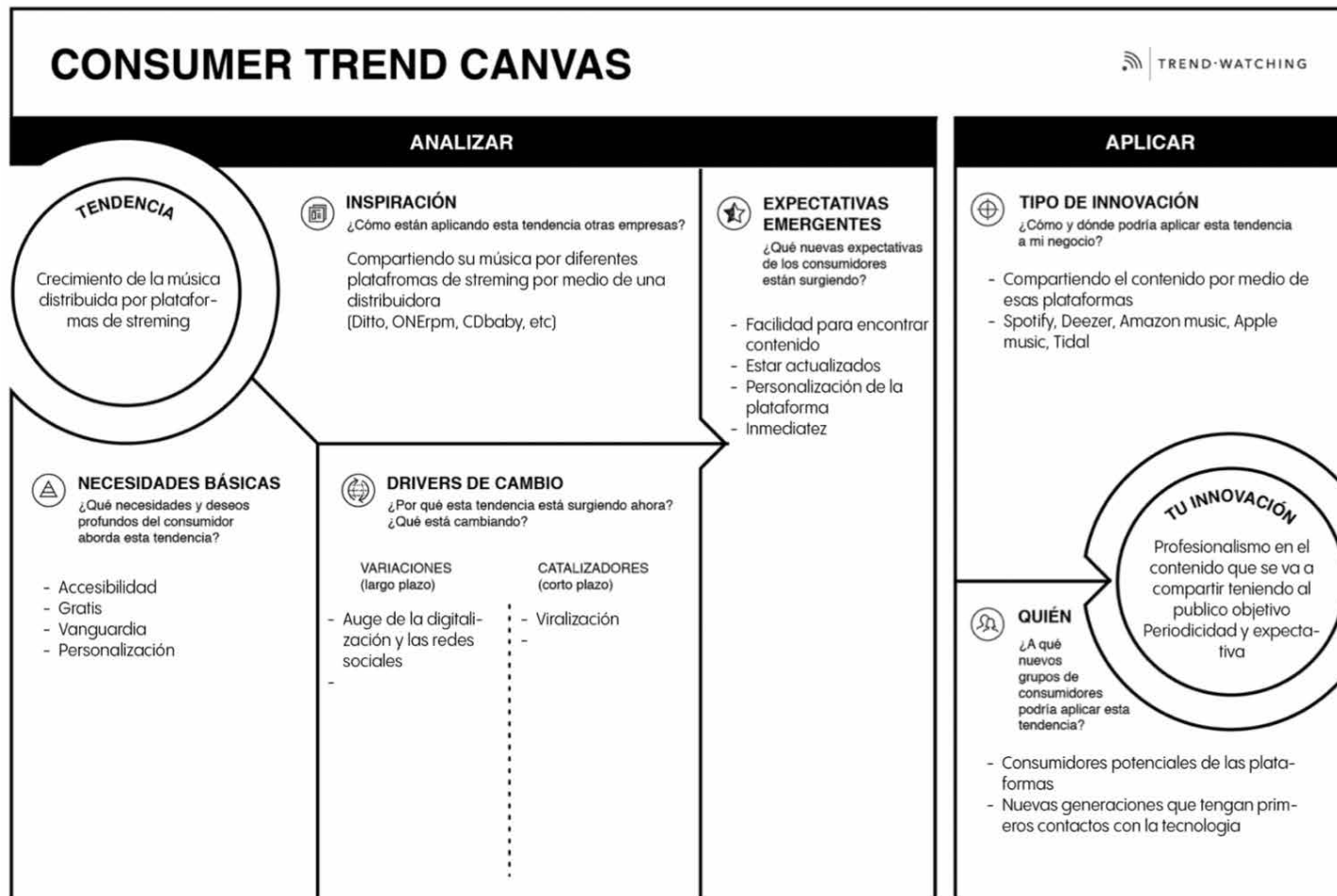
- +62.000 vistas en tiktok
- Viralidad
- Nuevos seguidores

Evento e invitaciones

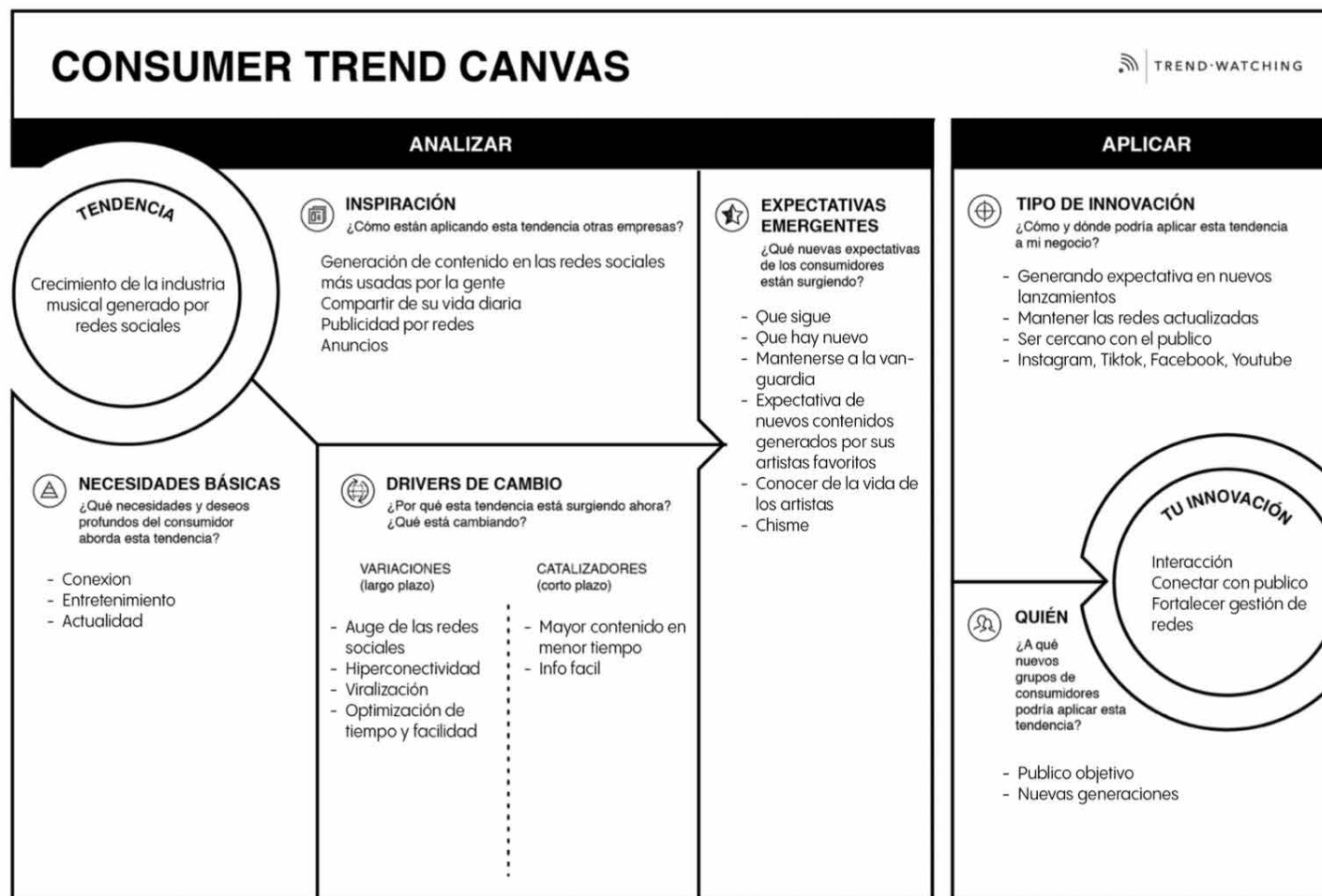
- Entrevista "Entre Lineas" Univalle TV
- Grabación voces juguete

Anexos

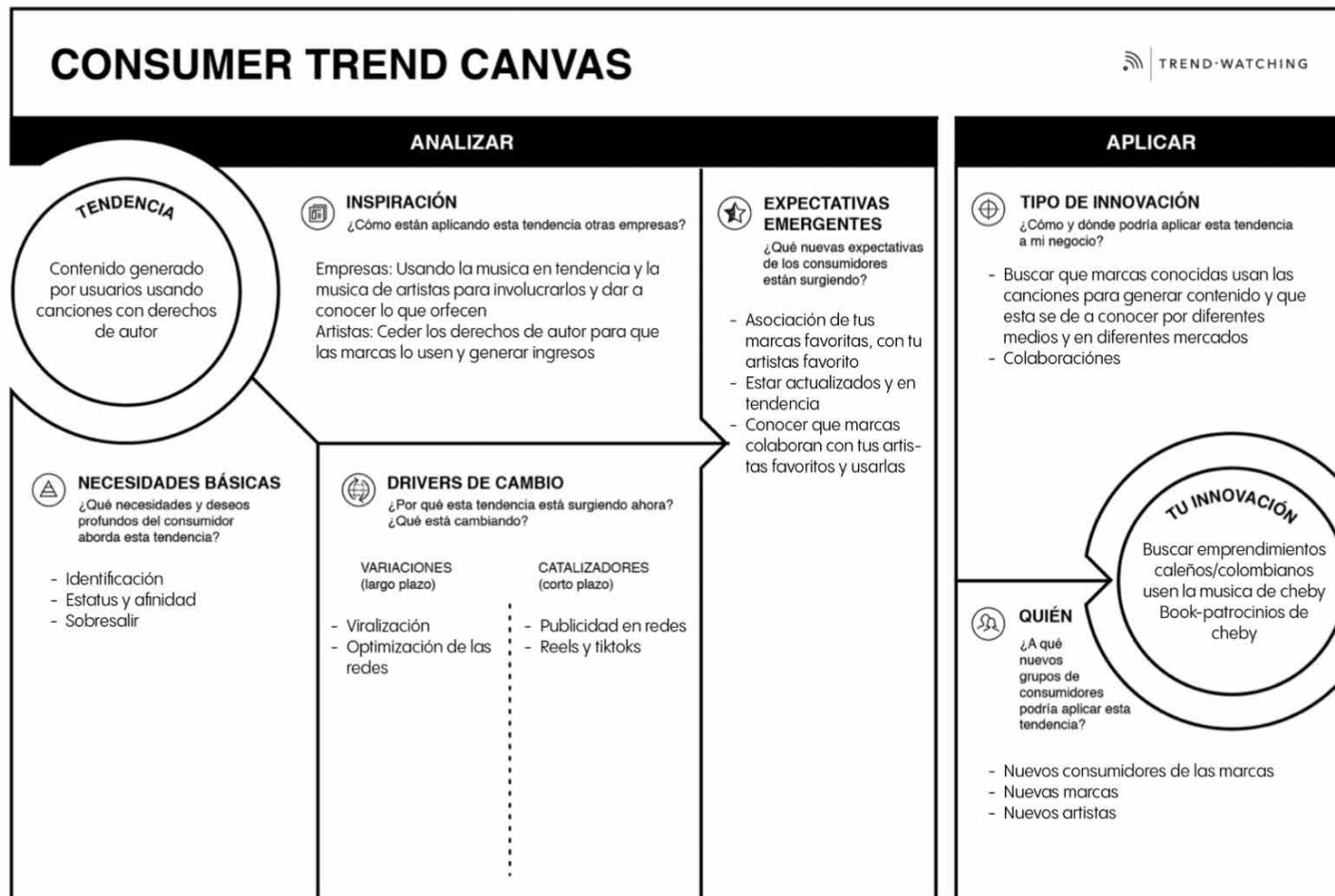
Estudio de tendencias



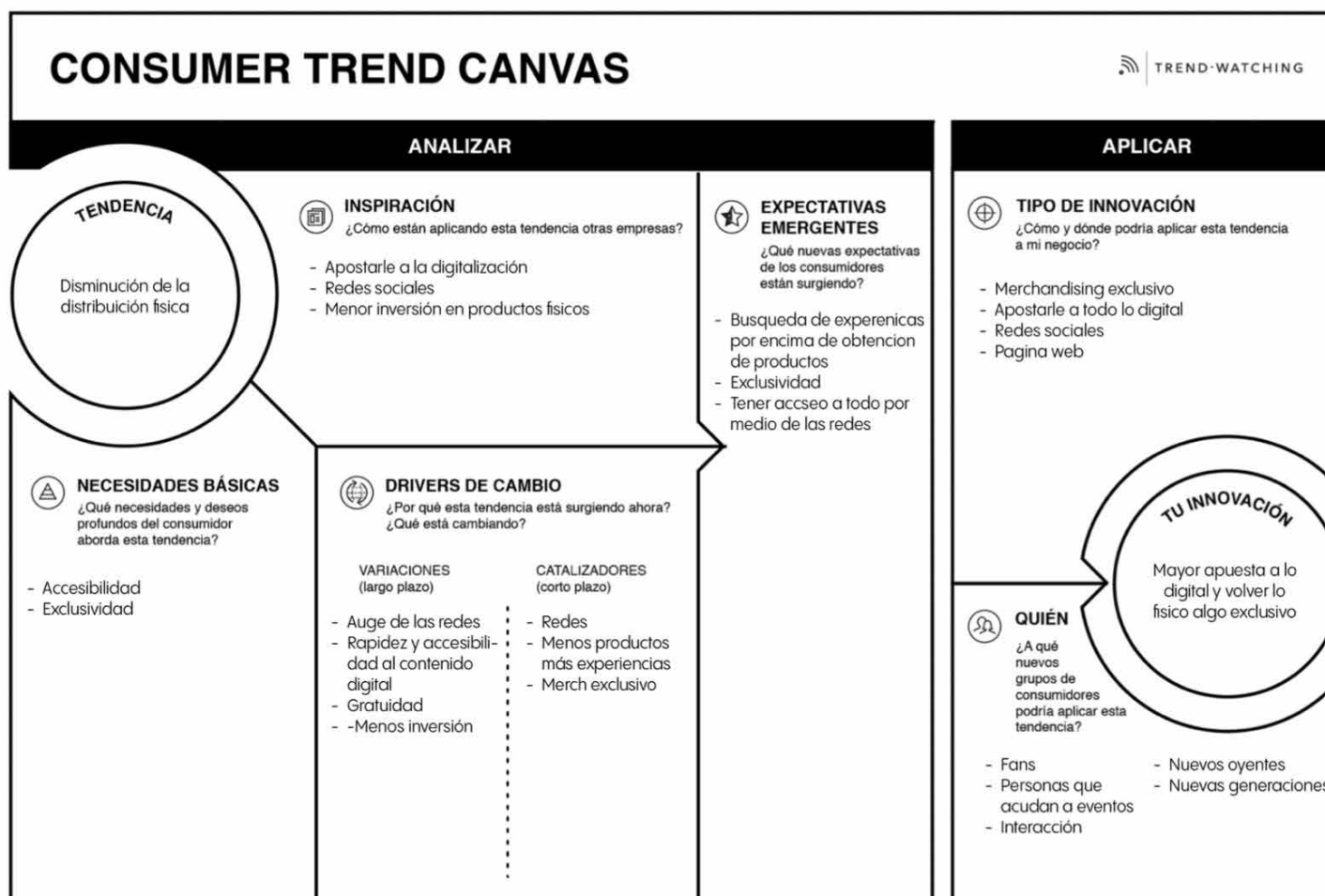
Estudio de tendencias



Estudio de tendencias



Estudio de tendencias



Entrevista

Camilo Aguilar

- Presentación

Hola, mucho gusto, mi nombre es Camilo Aguilar, tengo 22 años y soy músico. Tengo mi proyecto personal que tiene el mismo nombre y también trabajó con algunas agrupaciones como músico de sesión o como músico para shows

- ¿Qué haces en tus tiempos libres?

Por lo general, cuando tengo tiempo libre estoy descansando en mi casa, consumo redes sociales, juego, escucho música

- ¿Qué géneros musicales sueles escuchar?

Pues ahora tengo una fiebre de pop alternativo colombiano entonces estoy como muy pegado con eso. Como Juan Pablo Vega, Johna Camacho y pop tradicional también. Pop es lo que más escucho, de ahí rock, ahora también estoy escuchando un poquito de funk anglo como de los 80. Stevie Wonder, como esa onda. Eso es lo que escucho normalmente

- Nombra 7 cantantes que recuerdes

Aparte de los que te acabo de mencionar, cantantes mexicanos como caloncho, marco mares. ¿Quién más? se me vuelan algunos. Alcoliricos, Rub van club y ya. Michael Jackson, Elvis presley, Dua Lipa. Ahora tengo muy referenciada a tokisha pero por qué es un fenómeno, aunque no disfruto mucho la música de tokisha. Jorge Drexler, C tangana y rock en inglés clásico como guns and roses, the killers, the who

- Canciones que recuerdes

Ahora justamente hay un dueto caleño que se llama ... que hacen como música urbana alternativa y sacaron una canción que se llama caprovo. Esa canción la tengo pegadisima. Hay una de johana Camacho que se llama bla bla bla que también on fire. Juan Pablo Vega acaba de sacar un álbum, entonces tengo tres como así 98, amiga amiga y todo se transforma. Del nuevo álbum de Jorge Drexler tengo tocarte que es de C tangana que la tengo super referenciadas

- ¿Por qué las referencias? ¿Qué te hace recordarlas?

Que cuando las escucho así de primerazo me gustan mucho entonces las tengo todo el tiempo en la cabeza entonces la voy turnando

- Portadas musicales que recuerdes (describela)

Hay una que, por ejemplo, el último álbum de jorge drexler es todo blanco, entonces me parece curio-

so y hoy que todo el mundo se preocupa por las portada y la portada de ese álbum es todo blanco pues esa me gusta mucho. La portada del último álbum de Juan Pablo Vega que se llama Juan Pablo Vega también está el man como una foto de él en un fondo gris y arriba un montón de colores entonces es llamativo. Hay una de una banda de cali que se llama alto volumen que es una mujer afro animada, con muchísimos colores y se ve super chevere. Hay una de un man que se llama Leyva que es un español y tiene una portada como origami y me parece que es fantástica. Hay un álbum de Johana Camacho que se llama caramelo y la portada es una vieja cubierta en oro, como si tuviera oro derretido encima.

- **Logos de artistas que recuerdes**

Los petit fellas tienen un logo super reconocible, me gusta mucho que es así super específico y cómo lo utilizan en el merch de ellos entonces me parece que es un logo super bien logrado. Otro que me gusta mucho, es que la mayoría de cantantes de pop no tienen sus logos. Por ejemplo el logo de alcolirykoz me parece un logo también super bien logrado.

- **¿Cuál fue el último nuevo artista que conociste?**

Un man que se llama branble

- **¿Por donde lo conociste?**

El hace parte de la canción de la canción que te decía ahorita de dawer x damper que se llama capro-

vo, el canta en esa canción. Es un artista que ahorita está apenas como surgiendo, también es caleño y me parece que tiene una historia súper fuerte entonces me gustó mucho y estoy como re amarrado con el también. Recomendados por los manes por que somos conocidos entonces todo el tiempo estoy viendo cosas de ellos pero luego escuché un clip en publicidad de instagram en historias y ahí reconocí a los cantantes y fui a escucharla y me gustó muchísimo

- **¿Cada cuanto escuchas nuevos artistas?**

Yo tengo como una fórmula para eso y es que yo tengo una playlist en spotify que se llama escuchable entonces son 20 canciones escogidas por mi y luego le doy enriquecer y me llena de otras 10 canciones y cuando las escucho o las referencias simplemente eliminé canciones de las primeras que meti. Voy renovando la playlist cada cierto tiempo

- **¿Qué es lo que más te acerca a tu artista favorito, como conectas con ellos?**

Pues en mi caso específico que soy músico como escuchar la música de ellos y decir como chevere esto, ver como esto lo pudieron lograr de esta manera u otra manera. Hay como esa afinidad de artista como de bueno que buen trabajo estás haciendo, me gusta lo que haces por que está bien hecho porque también conozco parte del proceso entonces me gusta mucho. Igual tambien como yo soy cantante hay líneas cantadas que se tatuaron

Entrevista

en mi, yo escucho una línea y digo que buena línea y ese pedacito es el que me queda rodando de todas las canciones que tengo súper presentes

- ¿Le pones cuidado a las letras? solo al ritmo?

Depende del artista porque hay por ejemplo artistas que tiene letra suave entonces como que no propone mucho la letra o las líneas vocales son muy cheveres entonces por ese lado dijo que chevere y me gusta por eso pero en cambio otros como Jorge Drexler compone muy meticuloso con la letra, como muy hábil para eso entonces la escucho y cuando la escucho le reconozco la voz y le pongo cuidado a la letra y empieza a tirar letras que me llegan entonces así

- ¿Te fijas en la estética del artista?

Lo hago un poco más últimamente, antes casi no lo hacía, ahora si lo hago un poquito intento identificar que estética tiene cada artista por que siento que eso va muy de la mano con la música entonces lo que el artista cata de una manera u otra tiene que verse reflejado con cómo te ves entonces me parece chevere ver el proceso del artis-

ta hasta llegar a esa estética porque siento que me puede funcionar a mi

- ¿Por qué plataformas escuchas música?

Spotify

- ¿Qué contenido te gusta ver de tus artistas favoritos?

Depende del artista me gusta más una cosa que otra. Por ejemplo los urbanos siento que no tienen mucho que ofrecer musicalmente en su semana entonces a esos artistas si me gusta ver la vida y que están haciendo y dónde están. Pero hay artistas que son más como genios musicales, por decirlo de alguna manera y siento que a esos artistas si me gusta ver contenido netamente musical tipo académico que estén haciendo algo que yo diga esto es super difícil de hacer

- ¿Cuál crees que es la clave para el éxito de un artista?

Yo siento que mas le falta a los artista que comienza es honestidad en lo que quieren hacer por que hay artistas que se nota que disfrutan y que lo hacen por pasión y eso le da un toque mágico a lo que están haciendo por que se alcanza a percibir honestidad en lo que están haciendo. Es casarse con el proyecto y es lo que quiero hacer por que me nace y no me importa si no es reggaeton y que se vea honesto que lo haces porque quieres y no por querer pegar.

Hay muchos factores para empezar, a veces puede

ser un golpe de suerte pero la clave en realidad es como artista es primero tener un producto que tenga una propuesta de valor. Desde lo musical tener una propuesta de valor clara y desde lo estético tener una propuesta acorde a lo que haces musicalmente, que sea coherente una cosa con la otra y ya a nivel de mercado saber relacionarte por que hay un maquinaria industrial detrás de la música que tiene la necesidad de que los artistas se posicionen por quees imposible que como artista puedas llegar al dueño de sony que te escuche sin ser una persona activa y relacionándose con la gente. Que sea una persona estratega y tengas un equipo de trabajo que se comprometa con lo que están haciendo por que hay gente que está por plata pero no se interesa por ver un crecimiento exponencial en lo que estás haciendo. Siento que un equipo de trabajo que esté comprometido con lo que estás haciendo es un empujón grandísimo

- ¿Vas mucho a conciertos?

Me gusta ir a conciertos por que es como refrescar la percepción que tengo de la música en vivo

- ¿Pagarías por conocer a tus artistas favoritos?

Pues siento que yo he sido de buenas para eso por que cuando lo he hecho no me ha tocado pagar pero si lo haría con algunos

- ¿Interactúas mucho con tus artistas favoritos?

Yo si soy re fan loco la verdad entonces hay artistas que conozco o he conocido y nos hemos cru-

zado en algún lugar si es mas como chatear, enviar mensajes y eso. Cuando no si es como like y compartir qué es lo que yo considero que cuando una persona dice que quiere apoyar tu proyecto por qué es la manera gratis en la que puedes ayudar a los artistas.

Laura Antequera

- Presentación

Mi nombre es Laura Antequera, soy comunicadora social y periodista. Tengo 27 años y en este momento tengo una empresa de mercadeo que trabaja en marketing digital en redes sociales, creación de páginas web y branding y estrategias digitales.

- ¿Qué haces en tus tiempos libres?

En mis tiempos libres me gusta leer, servir a la comunidad y también me dedico mucho a ver series y la música, tengo amigos músicos a los que les ayudó con sus proyectos

- ¿Qué redes sociales usas?

Instagram, Twitter, Tiktok y facebook es una red que ya no utilizo tanto pero es una plataforma en la que en estos momentos muchos artistas usan para enganchar a la gente. Ahora facebook, como quiere impulsar su plataforma, te deja que el video que montas en youtube, pueden montarlo comple-

Entrevista

to a facebook y eso le está generando ganancias. Entonces a veces la uso para ver qué están haciendo los cantantes en esta plataforma que muchas veces olvidamos

- ¿Qué géneros musicales sueles escuchar?

Mis géneros favoritos es el reggaeton como número uno y también me gusta mucho el regional mexicano y la salsa

- Nombra 7 cantantes que recuerdes

En este momento Feid, también está un cantante que se llama karim leon, karol g también aplica ahí y también como grupo musical morat

- Canciones que recuerdes

Mañana será bonito, por si volvemos, una que estoy escuchando en estos momentos se llama X19X que es una de las canciones que me representa y de morat me gusta las cometas vuelan en agosto

- ¿Cómo te sientes representada por canciones?

La letra de la canción habla de un momento de la vida como explica y sucede en la canción y el sentimiento de la canción.

- Portadas musicales que recuerdes (describe)

En este momento todo el álbum de karol g de mañana será bonito por toda la gráfica que están utilizando, la de bad bunny del álbum del corazón y la del fercho del álbum de las X que es una portada de dibujo con rosado. Así de otros cantantes que yo diga wow, me gusta la portada, la del último álbum de morat

- Logos de artistas que recuerdes

El más referenciado que tengo en estos momentos es el de morat, ellos lo utilizan para toda la merch, para los conciertos y eso me parece re chevere. Creo que han hecho una buena disposición de su nombre como logotipo para su marca y siento que lo han representado en todas las partes que sacan, en el merch, en los videos, en las carátulas de las canciones entonces han generado que la gente tenga recordación a partir de eso por la repetición ya que lo ponen en todo lado

- ¿Cuál fue el último artista que conociste?

El último artista que conocí es uno de regional mexicano que se llama karim leon y lo empecé a reconocer más por tiktok, por las canciones del man que en este momento ese género está pegando por el sentimiento y el despecho y el ha hecho como toda esa congruencia con eso. Otro que podría ser es Quevedo que ya es reconocido pero yo nunca había escuchado y una canción estoy ahora estoy escuchando mucho es "ahora que"

- ¿Por dónde los conociste?

Tiktok me mostró una canción de él y escuché todo el álbum. Tiktok es la plataforma que me muestra nuevos artistas y que me aparecen en el for you page, no porque yo lo busco sino que la aplicación te muestra como lo que te puede gustar y como yo escucho tanto reggaeton y como él es del género entonces me apareció

- ¿Cada cuanto escuchas nuevos artistas?

Creo que me doy la tarea porque me gusta mucho la música y mis amigos trabajan en ese mundo entonces me van mostrando música nueva y como yo escucho tanta música me voy encontrando artistas nuevos que me van gustando entonces mínimo cada dos meses me encuentro a nuevos artistas. Y me ha pasado también con muchos artistas que ya eran conocidos pero no para mi

- ¿Qué es lo que más te acerca a tu artista favorito, como conectas con ellos?

Creo que es como la cercanía que ellos le muestran a uno como ser humano, creo que uno ya no está buscando esos artistas inalcanzables que uno no puede ni saludar y que si te lo encuentras no te puedes ni acercar. Siento que el artista se ha humanizado tanto que ellos te hacen parte de la creación de ellos como artista entonces te hacen partícipe de una canción y de la expectativa de esa canción y eso hacer que uno se sienta que aunque uno no se sienta identificado con la canción pero que la canción tiene algo del artista que hace que te gus-

te. Ya los artistas no se muestran tan lejos y hacen letras que ya no son para pegar y pegar sino como que hacen la letra con el sentimiento de que yo soy esto y es ahí donde uno se siente identificado

- ¿Le pones cuidado a las letras? O solo al ritmo?

Varía dependiendo del artista por que veces me gusta el ritmo y la letra no tanto pero siento que me enfoco mucho en la letra por que soy de las que le gusta cantarlas completas

- ¿Te fijas en la estética del artista?

Si, por ejemplo feid me empezó a gustar porque era el man nea, cotidiano de la calle pero también por que empezó a usar el verde entonces yo empecé a decir wow, este man le está metiendo gráfica a sus cosas y a su música y eso es super interesante. Igual con morat, yo decía wow super cool sus canciones pero tú te metes ahora a su perfil y ellos tienen estética como con sus colores, el negro o el rojo, como que ellos van jugando acá como con cada cosa. Y eso hace como que ya uno no lo vea simplemente como ay es este que canta esto sino como que ya lo vea como unos artistas conceptuales que no tienen solamente la canción sino también como la redes y todo eso coherentes. Todos los artistas están llegando como a esa fórmula de no simplemente canto sino que también me preocupo en cómo me muestro, en cómo me visto, en Cómo hago la estética y que todo tenga como que sea congruente

Entrevista

- ¿Por qué plataformas escuchas música?

Spotify es mi ideal pero sigo siendo y muy soy muy buena consumidora de los videos oficiales de YouTube

- ¿Qué contenido te gusta ver de tus artistas favoritos?

Es un in between, gusta mucho cómo saber en qué punto de su carrera están, con quién está, la creación de su música pero también ver su vida cotidiana, ver donde se están moviendo y qué nuevos proyectos para el futuro tienen, dentro y fuera de la música

- ¿Vas mucho a conciertos?

Muy de concierto no soy pero es más por la cantidad de gente pero si es un cantante que me guste demasiado voy y lo hago para ver el show, para ver el juego de luces, para ver cómo se desenvuelven en tarima porque es muy diferente ver un video a ver un show en vivo.

- ¿Pagarías por conocer a tus artistas favoritos?

Si pagaría

- ¿Interactúas mucho con tus artistas favoritos?

Si soy de esas fans que les responde les

deja comentarios en tiktok, en instagram o también como por ejemplo yo soy fan de karol g y ella tiene un grupo de Telegram en el que estoy. Siento que los likes, que escuches su música pero también que lo sigues y eso es hacer parte de mostrarle tu apoyo porque mucha de la gente y los fans que lo conocen, volviendo un poquito al tema de los conciertos y eso, mucha gente no tiene como la plata pero apoyar al artista en redes sociales, un like, un comentario, un seguir, un interactuar cuando ponen una caja de preguntas, demuestra cómo pero estoy aquí y te apoyo.

- ¿Cuál crees que es la clave para el éxito de un artista?

Yo creo que es como en estos momentos las redes sociales y estar activos pero como en lo cotidiano, le hace ver a la persona y al fan como la cercanía. También creo que la constancia no solamente en redes sociales sino en las músicas que sale tener un ritmo y una línea coherente y buscar espacios para conocer gente

Nicolas Velasquez

- Presentación

Bueno mi nombre es Nicolás Velázquez tengo 22 años y soy estudiante de Negocios Internacionales y administración de empresas

- ¿Qué haces en tus tiempos libres?

En mis tiempos libres voy al gimnasio, salgo con mis amigos y comparto con mi familia

- ¿Qué redes sociales usas?

Las que uso como con mayor frecuencia son WhatsApp, Instagram y Tik Tok

- ¿Qué géneros musicales sueles escuchar?

Reggaetón y salsa

- Nombra 7 cantantes que recuerdes

Pues bueno cantantes yo digo que Feid, Quevedo, Bad Bunny, Arcángel, Myke Towers, Ozuna, Mora y de salsa Víctor Manuel, Gilberto Santa Rosa, Marc Anthony, Tito Nieves, Frankie Ruiz, el Grupo Niche y ya

- Canciones que recuerdes

Las que más estoy escuchando en el momento son Dame de Quevedo, quemando calorías de Feid, Yandel 150. por que el ritmo es pegajoso y la letra es fácil de aprender y se me ha quedado como en la cabeza

- Portadas musicales que recuerdes (describela)

Pues yo creo que la del último álbum de bad Bunny que es como un corazoncito en una playa pues esa es como la que más presente o pues hay otra de otro álbum de bad Bunny que es un ojo o de Feid como que es como una imagen de él así como en verde

- Logos de artistas que recuerdes

De bad Bunny pues el conejito y hay otro que me acuerdo que es el de el de ozuna que es un oso

de peluche y me acuerdo por que siento que digamos como para el de bad bunny que es conejo pues está relacionado con el nombre del artista y el de ozuna porque es un peluche y pues me parece raro que se relaciona con un artista de reggaetón y precisamente por ser tan raro lo tengo presente y lo veo pues en las portadas de como de algunas canciones o de los álbumes que ellos han sacado en algún momento entonces se me hacen fáciles de recordar

- ¿Cuál fue el último artista que conociste?

Uno que se llama wamba que es un artista de tro-pipop y lo conocí porque porque un amigo me demostró una canción

- ¿Cada cuanto escuchas nuevos artistas?

Pues la verdad cuando me los muestren o sea como que si me recomiendan una canción y eso pues los escucho y si me gusta la canción pues empiezo a buscarlos y a ver qué otras canciones me pueden llegar a gustar de ellos

- ¿Qué es lo que más te acerca a tu artista favorito, como conectas con ellos?

Yo creo que muestren como su su vida en las redes, que lo lo traten de hacer a uno como cercano a lo que pasaba con ellos que ellos vayan mostrando como su día a día o ciertas cosas de ciertos trabajos que estén haciendo como que lo mantengan a uno al tanto de que va a suceder

- ¿Qué valoras de un artista?

Entrevista

Pues yo diría que como lo la creatividad que tienen para hacer canciones porque sacan canciones con cosas y de temas con las que uso se identifica y realmente la capacidad que tienen para hacer que se vuelva algo pegajoso y hablar de cosas tan cotidianas que vos nunca pensarías que estaría dentro de una canción y que realmente llegue a ser tan exitosa la canción hablando de esos temas

- **¿Le pones cuidado a las letras? O solo al ritmo?**

Yo creo que pues depende del género, más que todo porque pues obviamente las canciones de reggaetón son un poco groseras entonces ahí me fijo más que todo como en el ritmo pero pues digamos en la salsa si me sigo un poco más en la letra

- **¿Te fijas en la estética del artista?**

Sí pues no mucho pero sí digamos si veo como como los outfits que usan y todo pero no es algo principal para mí

- **¿Por qué plataformas escuchas música?**

Apple music y YouTube

- **¿Cuál crees que es la clave para el éxito de un artista?**

Ser cercanos a los seguidores y mantenerse vigentes y adaptarse al cambio, como que tengan cierta creatividad en su forma de interactuar, en los productos que sacan y en la música.

- **¿Vas mucho a conciertos?**

A veces

- **¿Pagarías por conocer a tus artistas favoritos?**

Dependiendo de cuánto sea el pago

- **¿Interactúas mucho con tus artistas favoritos?**

Solo likes a las publicaciones que suben

Andres Rivera

- **Presentación**

Mi nombre es Andrés Rivera tengo 27 años y soy realizador audiovisual y fotógrafo

- **¿Qué haces en tus tiempos libres?**

Ir a cine, salir a comer, descubrir artistas por spotify y youtube

- **¿Qué redes sociales usas?**

Principalmente instagram, facebook, youtube, tiktok

- **¿Qué géneros musicales sueles escuchar?**

Pop, R&B, hip hop y reggae

- **Nombra 7 cantantes que recuerdes**

Mac miller, sticky finger manila gray gondwana, morodo, reels b, ice cube, doctor dre, yellow days

- **Canciones que recuerdes**

Was a good day de ice cube, queen, antonia, blue world, be free, babilonia

- **Portadas musicales que recuerdes (describela)**

Mac miller circles qué es la cara de él con tres capacidades diferentes que simboliza como su cabeza dando vueltas, una de sticky fingers que es super colorida, con símbolos y muchas cosas. Alabanza es la foto de la banda con los colores de reggae atrás

- **¿Cuál fue el último artista que conociste?**

Una puertorriqueña que se llama young mico e isaia rasha

- **¿Por donde lo conociste?**

Spotify y youtube por que veo muchos videos y es por donde suelo descubrir bastantes artistas

- **¿Cada cuanto escuchas nuevos artistas?**

La verdad todos los días descubro uno nuevo por que me meto a las plataformas que te mencione ahora y pongo un video o canciones y las recomendaciones o relacionados que me salen las pongo entonces literalmente todos los dias pero asi de que me atraiga y lo empiece a escuchar eso ya es otra cosa diferente. Si me gusta ya empiezo a guardar su musica y asi de artistas nuevos, muy de seguido

- **¿Qué es lo que más te acerca a tu artista favorito, como conectas con ellos?**

En mi caso personal que me gusta mucho, que sea

mi estilo y literal me obsesiono, lo sigo en redes, ver con quien a trabajo y ver absolutamente todo sobre el artista

- **¿Qué valoras de un artista?**

Siento que también es algo muy personal y siento que hoy en dia hay mucho talento y muchos artistas que me pueden gustar pero que tal vez no me llenen tanto como otros entonces yo diría que conecte demasiado conmigo y saber que hace un buen trabajo y que aunque no escuche mucho el género poder decir que la esta rompiendo en todo, en la identidad, en video, en ideas, fotos. El arduo trabajo y los resultados, la gente con la que trabaja y eso me hace valorarlo

- **¿Le pones cuidado a las letras? O solo al ritmo?**

Le pongo mucho cuidado a las letras pero a veces el beat de entrada ya es lo que primero me engancha y luego le pongo cuidado a la letra o hay algunas en la que el beat o la producción puede no ser la mejor pero la letra es muy buena también entonces varía. También siento que aveces el beat es tan enganchador que la letra se vuelve algo secundario, eso me pasa mucho con el reggaeton

- **¿Te fijas en la estética del artista?**

Si, mucho y sobre todo si me gusta aunque hay todo tipo de artistas. Siento que el hay de todo entonces a veces no me importa demasiado como sea visualmente pero en estética en cuanto al estilo si me fijo y eso me engancha más

Entrevista

- **¿Por qué plataformas escuchas música?**

Spotify y youtube

- **¿Qué contenido te gusta ver de tus artistas favoritos?**

Contenido acústico, en vivo por que termina de pasar la prueba y conecta más y los detras de camaras de producciones

- **¿Cuál crees que es la clave para el éxito de un artista?**

Creo que es muy difícil, continuidad, que todo esté conectado, la identidad, como se ve y como se refleja, la universalidad del artista y su estilo. El conglomerado de todo y la coherencia de todo esto

Gustavo Rueda

- **Presentación**

Mi nombre es Gustavo Rueda tengo 27 años soy gerente de una empresa y también soy productor musical

- **¿Qué haces en tus tiempos libres?**

Leo libros, aprendo cosas nuevas por internet, hago ejercicio, veo redes sociales o

toco guitarra o producir algún tipo de música

- **¿Qué redes sociales usas?**

No soy mucho de redes sociales pero pues utilizo WhatsApp, YouTube e Instagram son esas tres las que las que uso

- **¿Qué géneros musicales sueles escuchar?**

Pues realmente yo soy muy variado realmente no me centro tanto en los géneros musicales sino en canciones que me generen que apoyen o que aporten al momento en el que estoy viviendo al contexto en el que estoy pasando pero pues si hablamos de géneros musicales reggaetón que es lo que el 90% de la población en Colombia escucha, el pop en inglés y español, rock en español y en inglés y también me gusta también la música romántica en español como baladas

- **Nombra 7 cantantes que recuerdes**

Ed Sheran, Bad Bunny, Zoe, Manuel Medrano, Andrés Cepeda, feid también por hablar del tema de reggaetón, aliguito de punk rock que también me gusta Blink 182

- **Canciones que recuerdes**

Ahora que tenga en la cabeza, La bachata de manuel turizo que la estaba escuchando ahora en el carro

- **Portadas musicales que recuerdes (describela)**

La verdad no me fijo mucho en las portadas musicales, medio de acuerdo una de feid que era toda verde y era urbana artística animada es como lo

que recuerdo pero nunca me fijo en las portadas musicales la verdad

- **Logos de artistas que recuerdes**

Tampoco me fijo en logos, tengo en mente el de ferxxo pero por que eso está en todo lado pero no me interesa el tema

- **¿Cuál fue el último artista que conociste?**

El último artista que conocí fue Nampa Basico por que me salió en una lista de reproducción que me salió en Youtube y apareció quiereme asi por el ritmo que apareció al principio en guitarra entonces me interesó ver el artista

- **¿Cada cuanto escuchas nuevos artistas?**

Tiendo a casarme con ciertas canciones pero por ahí cada 3 meses cuando me aburro de la misma música me pongo a buscar por spotify artistas nuevos, sugerencias y voy explorando a ver el intro de cual cancion me atrapa y ahí sigo escuchando

- **¿Qué es lo que más te acerca a tu artista favorito, como conectas con ellos?**

100% con la musica, no me conecto tanto con la persona

- **¿Qué valores de un artista?**

Que haga música auténtica, que su música sea diferente y le ponga su toque.

- **¿Le pones cuidado a las letras? O solo al ritmo?**

A ambas, me parecen importantes y el tema melódico y armónico. Tiendo a analizar todo de una composición musical

- **¿Te fijas en la estética del artista?**

No, no hay estéticas que me gusten pero hay estéticas de artistas que me molestan, como los de los artistas de trap. Aunque también lo escucho y lo disfruto en su momento si es necesario cuando el contexto me dice que el trap es lo que me va a hacer disfrutar el momento pues lo escucho pero no me gusta ni la estética ni la cultura

- **¿Por qué plataformas escuchas música?**

Spotify y youtube

- **¿Qué contenido te gusta ver de tus artistas favoritos?**

No veo el contenido de los artistas, la verdad no me interesa, es más ni siquiera sigo a mis artistas favoritos

- **¿Cuál crees que es la clave para el éxito de un artista?**

Pienso que la clave del éxito es generar una pieza artística en donde se le transmita a su público objetivo con un momento, un sentimiento que ese público quiera vivir o sentir. Que la música, la estética, la comunicación o el show que haga el artista genere en los oyentes algún tipo de refuerzo anclado a un momento, un recuerdo o un sentimiento que tengan y que la persona quiera exaltar y que se sienta identificado y esto yo (conexion con el yo presente, pasado o futuro). Una conexión entre el yo de la persona y la canción, si esto existe la canción será exitosa

Entrevista

Camila Sinisterra

- Presentación

Yo soy Camila Sinisterra Campo, tengo 21 años soy músico bajista, contrabajista y pastelera

- ¿Qué haces en tus tiempos libres?

Mis tiempos libres casi siempre los dedico a leer y hacer deporte, hago mucho deporte también

- ¿Qué redes sociales usas?

Las redes sociales las uso muy poco pero cuando las uso son Instagram y Facebook

- ¿Qué géneros musicales sueles escuchar?

Yo escucho de todo absolutamente de todo, todo, todo, todo pero lo que más escucho, yo creo que es salsa, baladas, pop y tal vez como música americana podría decirse

- Nombra cantantes que recuerdes

Rihanna, Beyonce, Mac Miller, Alejandro Sanz, Luis Miguel

- Portadas musicales que recuerdes (describe)

La de Michael Jackson de Thriller que es con él si no me equivoco con la mitad del cuerpo hacia arriba y ahí con el nombre de

Michael Jackson y Thriller. Alain Pérez con el cuento de la buena pipa que es un dibujo del con su bastón y el nombre del álbum. Hay una canción que se llama Maniac de Michael algo, no recuerdo cómo se llama el álbum pero sé que es de esa canción creo que el álbum no se llama así sino que solamente es el nombre de la canción pero es una nena que está ahí sentada

- ¿Cuál fue el último artista que conociste?

Y bueno la última artista que conocí es una nena que se llama Carla Marie no sé si lo está diciendo bien creo que ella es puertorriqueña y la conocí porque un bajista al cual admiro mucho y es un grande amigo que se llama Héctor Benavides subió un video tocando una canción de ella porque iba a acompañarla aquí en Medellín entonces me gustó mucho y le pregunté quién de quién era la canción entonces me explicó y me di la tarea cómo buscar un poco más de ella y de su música la música

- ¿Cada cuanto escuchas nuevos artistas?

Los nuevos artistas los escuchó pues cuando era como la oportunidad, cuando se escuchó que están sacando música nueva, que salió tal tema siempre me doy a la tarea de escuchar más que todo pues como a los músicos locales. Siempre como que cuando alguien está promocionando algún video o alguna canción nuevamente que me gustara, me pongo la tarea de escuchar entonces no sé sería pues como una vez a la semana, tal vez más o me-

nos, no sabría decirlo con exactitud

- ¿Qué es lo que más te acerca a tu artista favorito, como conectas con ellos?

Bueno mis artistas favoritos son varios y cómo conecto con ellos siento que es algo que uno no puede describir como tal porque bueno, ya que yo soy músico y sé como mucho de la armonía y todo, a veces eso es como lo que más me atrae cuando escucho algunas canciones que sé que son complejas, hablando armónicamente, eso me atrae mucho y me gusta pero también a veces hay música que es súper sencilla, hay veces que he escuchado que a muchos músicos no les gusta el reggaetón, a mí me fascina el reggaetón, entonces a veces no podría darme una explicación como tal a eso porque siento que es como que cuando me gustó una canción me gustó o cuando me gusta un artista me gustó su música completa y de ahí para allá

- ¿Qué valoras de un artista?

Bueno primero, la verdad a veces eso no pesa mucho pero pues para mí sí, como es su personalidad, como es con los demás, con la gente que lo sigue, eso lo valoro mucho. También como el que hay gente que es muy completa y eso también me atrae mucho a un artista que tal vez baile, que haga un buen show en tarima, que su música sea buena, que transmita, eso lo valoro mucho.

- ¿Le pones cuidado a las letras? O solo al ritmo?

A veces yo aprendo las canciones de las letras pero

al final y al cabo si me preguntan después yo no tengo ni la más mínima idea de qué fue lo que canté. Normalmente no le pongo atención a las letras de las canciones, ni a las que me gusta, ni a las que tengo que tal vez tocar, siempre es como que al ritmo y a lo musical

- ¿Te fijas en la estética del artista?

Sí, sí la verdad sí me fijo mucho en eso de hecho hay muchos artistas que tal vez no no le ponen mucha atención a su estética y me he dado cuenta que a mucha gente eso no le influye, a mí es cierto que no es como lo que más pese pero sí, para mí pesa mucho el cómo se ve al artista en tarima

- ¿Por qué plataformas escuchas música?

Youtube es la única plataforma que uso

- ¿Qué contenido te gusta ver de tus artistas favoritos?

Saber de mis artistas favoritos creo que siempre me gusta mucho cuando hacen sesiones en vivo realmente es algo que me gusta muchísimo siento que es algo que me atrae y creo que es como lo que más me gusta escuchar, tal vez en la grabación obviamente quede mucho más limpio y todo pero casi toda la música que yo escucho son las versiones en vivo que se han hecho eso me gusta mucho porque siento que allí pasan otras cosas entonces eso es como lo que más me gusta ver cuando suben videos en vivo tocando o sesiones eso me gusta muchísimo

- ¿Cuál crees que es la clave para el éxito de un

Entrevista

artista?

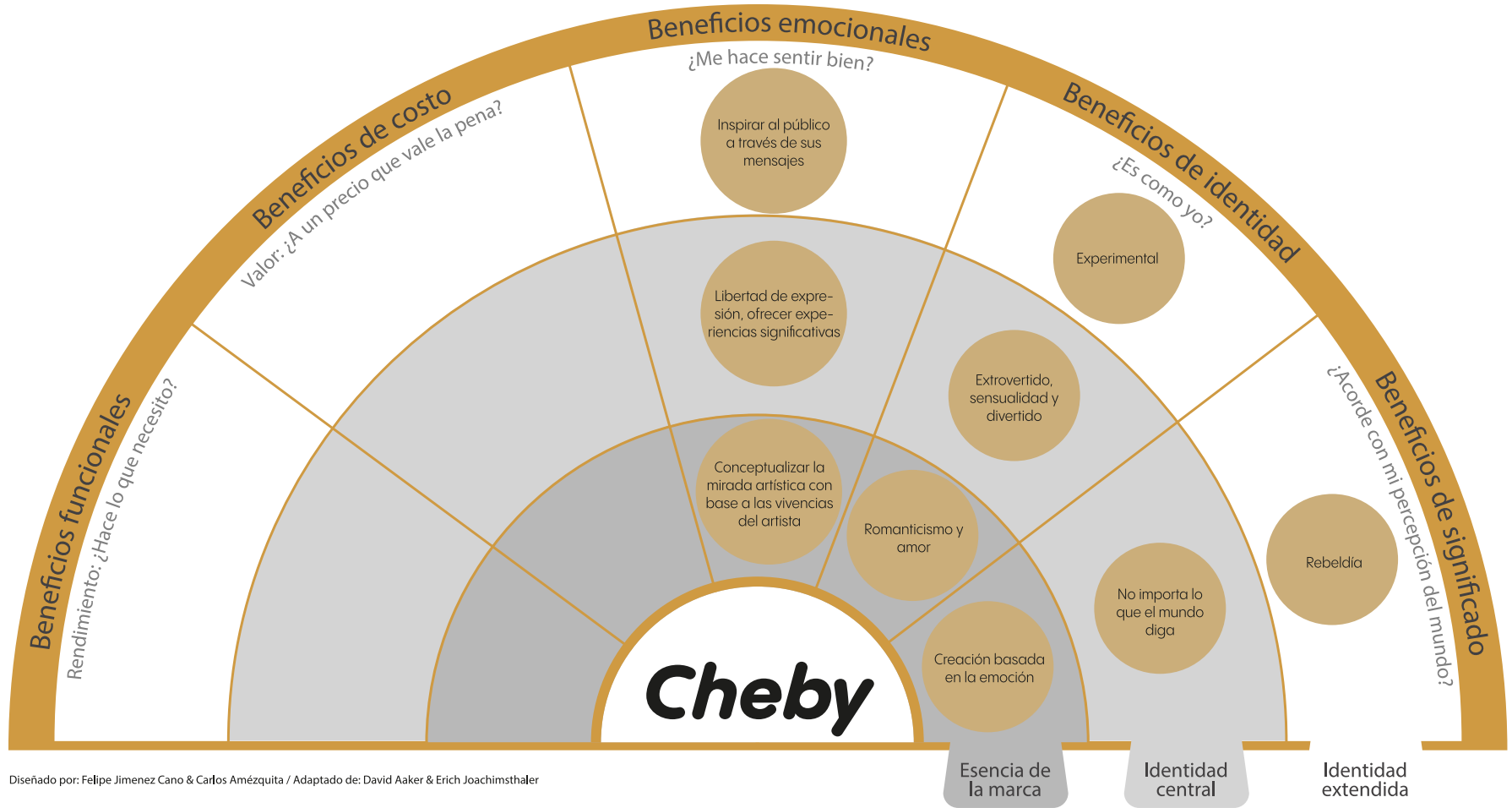
Pues siento que musicalmente hay que llegar como un punto en donde puedas hacer algo que musicalmente sea muy bueno y que también le pueda gustar a la gente porque siento que a veces hay gente que hace unas cosas muy brutales pero que no pegan o tal vez ni siquiera no es que no peguen sino que no gustan porque ya es muy complejo musicalmente y hay gente que ya pasa al otro lado, donde hace cosas que son súper vacías y que pegan full entonces siento que encontrar ese equilibrio puede generar que hoy en día alguien surja mucho, porque yo lo veo también desde mi lado que soy músico y siento que eso es muy importante, encontrar un equilibrio y no irse a ninguno de los dos extremos porque pues los extremos no son buenos. En redes siento que hay que moverlas siempre, hay que cuidarse cómo de qué contenido subes a las redes y a es importante subir las fotos, sea con el grupo o sea el artista solo, pero también hay que subir cosas de música que se vean, está bien subir tal vez los videos y qué chévere y todo

súper bien pero también es muy bacano ver como esas sesiones así en vivo, eso he visto que atrae mucho, también como ver otro momento del artista. La estética siento que es algo importante, no es lo más importante pero siento que la estética hay que cuidarla muy bien, el hecho de que te pares bien, de verte bien, de maquillarte a mí la verdad no me gusta maquillarme pero siento que es algo necesario para poder verme bien ante una cámara o ante un público, igual los hombres, también es importante que se maquilen para que no se les vea la piel brillante y bueno cantidad de cosas, vestirse bien es muy importante también, de eso varía pues el género que estés tocando y y todo pero pues yo que soy un poquito más salsera a veces veo que tal vez los cantantes que son los que más deberían cuidar su estética a veces no lo hacen y van tal vez con una camiseta normal cuando se verían mucho más lindos y elegantes para la ocasión con una camisa de botones y por dentro, entonces siento que es importante cuidar la estética siempre, todo entra por los ojos, fue algo que me enseñó una persona muy cercana y me decía que todo entra por los ojos más que todo la gente que tal vez no es músico entonces la primera impresión que van a tener de ti es el cómo te ves por eso hay que cuidarlo y hay que tratar de que siempre estar elegantes y obviamente estar bien de acuerdo a la ocasión

Naming

Meicuest	sheby	Nativo	c-bas
questma	Es cheby	Sebas Maya	Im cheby
Cheeb	Cheb E	Mayquest	Cheby Bass
Ese	Eseme	Tian	TianMa
Tian Maya	Maque	Cheby flow	Sema
Saturn	Marques	Maya	Espresso
Sky	Magia	Mayia	Cheby Matts
Sebastian	Mayita	Seby	Sebi
Red	Shevy	May	Di cheby
cheby	zeb	Cheby	Chby
Spresso	Cheb	Cheby Q	Sebitas
C Bass	Navy	SMQ	Quev
Maya	Sebastian Maya	Zheby	Cheby Quev
Seb	Cheby Marquist	Ceb	S/fresh
CBS	Otro más	S. Maya	Cheb
Masha	Mesh	Maya Q	Marquist
Malla	Sebas	Quevedo	Entre otros

ADN de marca

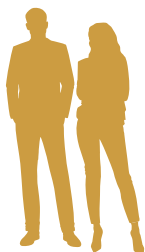


Diseñado por: Felipe Jimenez Cano & Carlos Amézquita / Adaptado de: David Aaker & Erich Joachimsthaler

ADN de marca

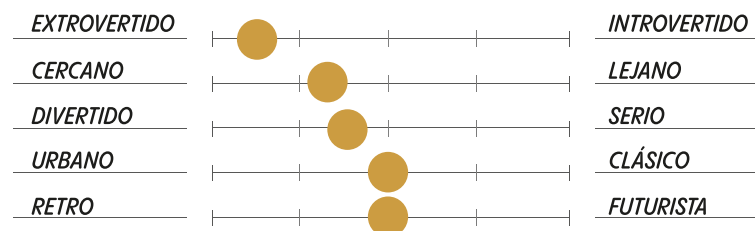
Propuesta de valor

Marca como persona



Cheby es un cantante, compositor de 29 años, vive una vida tranquila, libre. Es un alma viajera, divertida, extrovertida y emocional. Le gusta el deporte, salir con sus amigos, conocer otras culturas y bailar. Tiene dos perros, le gusta tocar guitarra y jugar fútbol. Tiene un estilo casual, urbano. Su color favorito es el vino tinto, es un soñador y romántico.

Perfil psicológico



Posicionamiento













Artista creativo, artístico y con una propuesta musical pegajosa que disfrutan escuchar en un ambiente entretenido.

Tono de comunicación

Parcero
Calmado
Coqueto
Conocedor

Diseñado por: Felipe Jimenez Cano & Carlos Amézquita / Adaptado de: David Aaker & Erich Joachimsthaler


ADN de marca

Colores				
Texturas				
Sonidos 	Guitarras, beat		Música 	Pop, urbano, rock
Sabores 	Tequila, limón, menta, chocolate		Aromas 	Libro nuevo, loción elegante
Símbolos 	Olas, luna		Lenguaje verbal / Visual  Rebelde, espontaneo, coqueto	

Diseñado por: Felipe Jimenez Cano & Carlos Amézquita / Adaptado de: David Aaker & Erich Joachimsthaler

Amézquita
BRANDS

Validación




Descripción ✕

PROGRAMA ENTRE LÍNEAS, MAYO 25 2023

3 Me gusta	125 Vistas	25 may 2023
----------------------	----------------------	-----------------------

Cheby - Cantante y Compositor
 Esteban Y Valeria - Titiriteros
 Valentina Espinoza - Actriz, Influencer, modelo




Descripción ✕

Mentirosa - Cheby (Video Oficial)

57 Me gusta	14,358 Vistas	19 may 2023
-----------------------	-------------------------	-----------------------

Emerge

Conclusiones

- 
- Tener una comunicación empática y directa es importante, no valerse únicamente del análisis de insights de redes o resultados cuantitativos para generar lealtad e identificación.
 - Saber identificar las diferentes fuentes de información y seleccionar las herramientas y datos relevantes para la investigación permiten orientar el trabajo y obtener así resultados exitosos.
 - Las diferentes validaciones que se exponen demuestran que el público ha empezado a acoger de manera positiva el contenido del artista, tanto en redes, como en plataformas musicales.
 - El sistema del producto cumple con las necesidades del aliado, quien manifiesta que se tocan todos los puntos importantes y los medios y plataformas para su reconocimiento

Bibliografía

- BitSolar.co. (n.d.). National-report. nationalREPORT. Retrieved September 6, 2022, from <https://national-report.com/top-cali/>
- Clúster de Música. (2019, December). ECONOMÍA DE LA MÚSICA EN COLOMBIA Y EN BOGOTÁ Documento de análisis: gestión, procesamiento y actualización del Observatorio de Economía de la Música de Bogotá. Bogotá; Cámara de Comercio de Bogotá.
- VIEIRA SANCHEZ, S. H. A. R. O. N. N. A. T. A. L. I. A. (2017, November). PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA AGRUPACIÓN MUSICAL DE POP LA VITAMINA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ, D.C. Bogotá; UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS.
- Martínez, M. C., Tenjo, S., & Torres, L. (2018). El Tecladista. El inventor de fusiones. Chia; Universidad de La Sabana.
- Peñaralda, A. (2022, February). Diseño gráfico, tipografía y música: el caso de las portadas de las primeras bandas Heavy Metal. Cali; Instituto Departamental de Bellas Artes.
- Roa, J. P., Rico, J. S., Molano, C., & Buitrago, L. D. (2020). Evolución del diseño visual a través del análisis gráfico de carátulas musicales del género Rap. Bogotá; Fundación Universitaria Compensar
- Ferrari, M., Pesantez-Coronel, P., & Ugalde, C. (2020). Proceso de naming: teoría vs. práctica. *Pensar la publicidad*, 14(1), 13.
- Sosa, E. S., Llanderal, T. C. C., Villegas, A. J. C., & Guerrero, N. E. C. (2020). Naming, un proceso para la creación de nombres de marca. *Insigne Visual-Revista del Colegio de Diseño Gráfico-BUAP*, 7(27).
- Arias, D., & Hernández, G. (2013). Aspectos estratégicos para el posicionamiento de marca del artista musical en Bogotá.
- Ponce Carvallo, A. E. (2021). Plan de marketing para el posicionamiento de artistas musicales en el Ecuador. Género musical: Pop Urbano (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).
- Sanchez Diaz, A. C. (2021). Construcción de marca en artistas musicales: procesos y perspectivas estratégicas de branding y posicionamiento.
- Maza, R. L. M., Guaman, B. D. G., Chávez, A. B., & Mairongo, G. S. (2020). Importancia del branding para consolidar el posicionamiento de una marca corporativa. *Killkana sociales: Revista de Investiga-*

Emerge

Bibliografía

ció Científica, 4(2), 9-18.

- Jadad Támer, V. (2017). Estrategia de marca personal para una artista musical.
- Cifuentes Mejía, C. (2017). Estrategia de comunicación utilizadas en redes sociales para la promoción de artistas musicales en Colombia.
- Marco, M., Bocio, N. N., & Isabel, A. El marketing viral polémico como estrategia de promoción musical.
- Cervantes Pérez, M. A. (2019). La imagen en el diseño de la marca personal del artista visual. RICS H Revista Iberoamericana De Las Ciencias Sociales Y Humanísticas, 8(16), 139 - 155. <https://doi.org/10.23913/ricsh.v8i16.178>
- YouTube. (2020). Trend Driven Innovation | Qglue Webinar. YouTube. Retrieved March 6, 2023, from <https://www.youtube.com/watch?v=gNEFJ-JaAhxM&t=1s>.

CHIEF