



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

PROYECTO FINAL DE CARRERA:
CON ACENTO VENEZOLANO: PLATAFORMA DIGITAL
DEDICADA A LAS HISTORIAS QUE FOMENTAN EL
ARRAIGO EN VENEZUELA

Autor:

Quijada Riina, Jose Ricardo

Profesor coordinador:

Costa, Ana Julia

Caracas, 13 de junio de 2025

DERECHOS DE AUTOR

Quien suscribe José Ricardo Quijada Riina, en condición de autor del trabajo titulado *Con acento venezolano*, declara que cedo a título gratuito, y en forma pura y simple, ilimitada e irrevocable a la Universidad Monteávila, los derechos de autor de contenido patrimonial que me corresponden sobre el presente trabajo. Conforme a lo anterior, esta cesión patrimonial sólo comprenderá el derecho para la Universidad de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla o reproducirla en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar mis intereses y derechos que me corresponden como autor de la obra antes señalada. La Universidad en todo momento deberá indicar que la autoría o creación del trabajo corresponde a mi persona, salvo los créditos que se deban hacer a la tutora o cualquier tercero que haya colaborado o fuere hecho posible la realización de la presente obra.



Autor: Jose Ricardo Quijada Riina

C.I.: 28.474.655



Tutora: Ana Julia Costa

C.I.: 28.185.279

En la ciudad de Caracas a los 13 días del mes de junio de 2025

DEDICATORIA

A Venezuela:

por dejarse entrever en los caminos,
por mostrar su lado más sensible,
por su duelo y su esperanza.

Por dejarme nacer aquí y hacerme parte,
por permitirme descubrirla y conocerla,
por sus respuestas y certezas,
por concederme la dicha de contar su historia.

Este proyecto busca honrar,
más que a un país,
a un sentido: la venezolanidad.

A los venezolanos:

por su nobleza y deferencia,
por sus testimonios de vida,
por su arraigo.

Por construir un gran país,
por “echar pa’ lante” para mantenerlo,
por seguir apostando por un “nosotros”.

Este proyecto quiere honrar el arraigo y la pertenencia,
no solo de quienes se quedaron,

también de aquellos a los que la patria llama de vuelta.

Desde lo más sincero de mi corazón, ¡Gracias infinitas!

AGRADECIMIENTOS

A Dios, principalmente por ser Dios, el Ser Necesario; y a la Divina Pastora.

A mi mamá, por ser motor, guía e inspiración. Lo que soy hoy es una construcción de ella misma. Gracias por enseñarme el esfuerzo, la resiliencia y la constancia.

A Claudia Nebraska, por presentarme mi casa de estudios y alentarme a esta profesión. Gracias por apostar por mí hace 4 años, hoy te admiro más que nunca.

A mi universidad, por ser distinta a las demás, por su educación personalizada y las experiencias vividas. Gracias por mostrarme el camino hacia la cima.

A mi papá, a Ricarda Riina y a Rolvid Ramírez, por ser siempre apuesta segura. Y a mis demás familiares por su incondicionalidad.

A mis amigos y mis ojos en tantos momentos de este proyecto: Andreina Ferreira, Carlos Castro, Clarissa Ruan, Gustavo Puchi, Jennifer Ávila, Jhender Guerra, Jose Torres, Mariana Cardozo, Maryorin Mendez, Rosi Suniaga, Sandra Sanchez, Zoe Mora y Zory González.

A Ana Julia Costa, mi tutora; a Cristina Hossne, Isa Lessmann, José de Oliveira y Ruben Rodríguez, por creer en este proyecto desde el primer día y encaminarme en lograr lo que hemos alcanzado.

A cada marca, emprendimiento y organización con la que hemos hecho alianzas, y agradecer de antemano por las futuras colaboraciones.

Pero por encima de todo, a cada venezolano que abrió las puertas de su corazón y me habló desde dentro, *Con acento venezolano*.

Esto es posible gracias a sus testimonios y vivencias que se mantendrán vivas, como este proyecto, hasta que Venezuela exista.

Desde el alma, mi agradecimiento eterno.

ÍNDICE

DERECHO DE AUTOR.....	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTOS	4
ÍNDICE	6
RESUMEN	7
PRESENTACIÓN DE PROYECTO	8
PROPUESTA	12
Objetivo General.....	12
Objetivo Específico	12
PLAN DE ACCIÓN	13
Fase 1.....	13
Fase 2	14
Fase 3.....	14
Cronograma.....	16
PROYECTO	19
Referencias estéticas y comunicacionales para el medio.....	19
Identidad verbal del medio.....	19
Identidad gráfica del medio.....	26
Uso de softwares.....	30
Presentación del medio.....	31
Estructura del medio.....	33
Contenido del medio.....	34
ENLACE DEL PROYECTO.....	43
CONCLUSIONES.....	44
RECOMENDACIONES.....	45
REFERENCIAS.....	47
ANEXOS.....	50

RESUMEN

Con acento venezolano es una marca personal que plantea la creación de una plataforma digital narrativa enfocada en relatar historias humanas que honren la identidad venezolana. A través de la combinación de crónicas escritas, piezas audiovisuales y contenido digital, el proyecto propone una mirada sensible y auténtica sobre el país, más allá del turismo convencional y el paisajismo, rescatando la voz de quienes lo habitan, lo añoran desde lejos, y lo sostienen desde su cotidianidad. La propuesta nace del deseo de fortalecer el sentido de arraigo y pertenencia, construyendo una narrativa emocional que permita a los venezolanos, dentro y fuera del territorio nacional, reconectarse con sus raíces. Lejos de idealizar o edulcorar la realidad, el enfoque parte de la empatía, la resiliencia, la diversidad y la identidad para generar una conexión profunda con la audiencia. Dirigido a un público amplio que incluye a migrantes, jóvenes interesados en la cultura, turistas, medios de comunicación, investigadores y organizaciones culturales, *Con acento venezolano* se consolida como una herramienta de reconstrucción simbólica del imaginario colectivo. La plataforma busca ser un puente entre generaciones y territorios, reivindicando la memoria cultural del país a través de relatos que inspiran, movilizan y provocan reflexión. Este proyecto no sólo comunica una visión de Venezuela cargada de emoción y humanidad, sino que plantea un modelo narrativo comprometido con la autenticidad y el arraigo. *Con acento venezolano* es más que una marca: es un espacio donde cada historia tiene voz propia y cada rincón del país encuentra un lugar para ser contado desde el corazón.

Palabras clave: Identidad, turismo, crónicas, marca personal, Venezuela.

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

En el presente apartado se presenta una descripción del proyecto que se propone. Incluyendo una introducción con nociones teóricas y conceptuales que sustentan este Proyecto Final de Carrera, las razones que hacen necesaria la realización del proyecto, la motivación para la realización del mismo y sus objetivos.

La realización de este Proyecto Final de Carrera *Con acento venezolano* responde a la necesidad de construir narrativas que visibilicen la identidad del país desde una perspectiva emocional, humana y auténtica. En un contexto marcado por la crisis, la migración masiva y la desconexión simbólica que muchos venezolanos sienten con su tierra, existe una carencia de contenidos que reflejen no solo los paisajes, también las historias, los rostros y los relatos cotidianos que siguen dando vida a Venezuela.

Los venezolanos en épocas pasadas no se encontraban con el arraigo ni con su país. La Venezuela saudita nubló a los ciudadanos sobre lo que verdaderamente poseen, que no es precisamente lo que está debajo del suelo, y la propia abundancia generó un pensamiento colectivo de que “Venezuela siempre será rica”, cuando la realidad es que hoy Venezuela cuenta con 82,4% de pobreza en sus habitantes según la más reciente Encuesta Nacional de Condiciones de Vida 2023 (Encovi), publicada en marzo de 2024.

Los venezolanos han descubierto que las formas y las crisis no paralizan a un país, y que en medio de ellas han encontrado ápices de luz donde han gestado por sí mismos y a pulso las oportunidades para saciar la fatiga económica y aportar valor al país. Es por ello que abunda la sociedad del emprendimiento, el reconocer el valor como nación privilegiada, y la nostalgia que se transformó no en un deseo de volver al

pasado que condujo al país al hoy, sino de avanzar a un futuro donde no se cometan los errores antiquísimos que los trajeron hasta aquí y donde todos tengan la oportunidad de surgir en base a la meritocracia.

Actualmente, el contenido turístico y cultural que circula en medios tradicionales y redes sociales suele estar centrado en una visión superficial, paisajista o estandarizada, que deja de lado el valor de la gente y su arraigo. Frente a ello, *Con acento venezolano* propone una plataforma de diseño de medios que actúe como puente emocional, capaz de reconectar a los venezolanos con sus raíces y con una narrativa que exalte lo que el país es más allá de la crisis: una sociedad resiliente, diversa y profundamente humana.

Además, la narración de historias tiene un impacto significativo en la construcción de la identidad. La investigadora Zizi Papacharissi, en "A Private Sphere: Democracy in a Digital Age" (2010), analiza cómo las plataformas digitales permiten a los individuos construir identidades y comunidades basadas en relatos personales, desafiando las nociones tradicionales de identidad nacional y cultural. Estas narrativas digitales son fundamentales para la cohesión social y la autoexpresión en un mundo globalizado, reflejando la continuidad de la idea de que las historias compartidas son esenciales para la construcción de identidades colectivas. En este sentido, las crónicas periodísticas y el contenido audiovisual sobre el turismo venezolano pueden actuar como catalizadores para la creación de una identidad nacional más fuerte y unificada.

La motivación del autor para desarrollar este proyecto surge de una inquietud como comunicador y como venezolano: la necesidad de contar historias con propósito, que sirvan para sanar, recordar y reconstruir el imaginario colectivo. Contar desde la emoción y con honestidad es una forma de resistir el olvido, pero también de sembrar esperanza.

Este proyecto no solo responde a un vacío comunicacional, sino que representa una oportunidad para generar contenido cultural con identidad, profundidad y arraigo, capaz de inspirar a nuevas generaciones y ofrecer una alternativa narrativa que reivindique la voz del ciudadano común en la historia del país. *Con acento venezolano* nace de una urgencia emocional y comunicacional: narrar lo que le da voz a Venezuela. Esta plataforma propone construir una narrativa desde la pertenencia, lo cotidiano, desde las historias que aún se cuentan y se viven con sabor, color y aroma.

Esta marca nace del principio de que la identidad cultural no es una imagen fija ni una postal del pasado, sino una construcción viva, que “encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente”, (Molano, 2007).

La venezolanidad, entendida aquí como una forma de estar en el mundo con una sensibilidad particular, se convierte en el centro narrativo del proyecto. Desde lo teórico, *Con acento venezolano* se sustenta en los aportes de la comunicación cultural, que concibe la cultura como una práctica simbólica (Hall, 1997), y en la idea de que el relato no solo informa, sino que construye realidad (Bruner, 1991). La crónica y el periodismo narrativo ,inspirados en referentes como Leila Guerriero o Juan Villoro, son aquí herramientas que permiten darle voz a lo común con profundidad poética y mirada reflexiva. La narrativa no se impone, se escucha.

Además, este proyecto dialoga con la noción de memoria colectiva (Halbwachs, 1950), entendida no como una suma de recuerdos individuales, sino como un tejido que da sentido de pertenencia. Venezuela, golpeada por su historia reciente, ha visto fragmentada esa

memoria. Recuperarla, aunque sea en fragmentos, es un acto de reconstrucción cultural.

La noción de arraigo también atraviesa este trabajo, entendida más allá de la permanencia física. Arraigarse es cuidar una tradición, persistir en un oficio, resistir desde lo pequeño, contar desde donde otros ya no miran. *Con acento venezolano* es eso: un intento de volver la mirada a lo esencial, al país que no sale en los titulares pero sigue hablándose en las esquinas, los pueblos, las playas y las manos de quienes aún creen. Como afirma Valentina Quintero (2019), “el arraigo es saber de dónde vienes, qué te emociona, qué defiendes... es lo que hace que te duela tu tierra y quieras echarle ganas para verla florecer”.

Este proyecto no pretende hablar por Venezuela, sino con ella y desde ella, a través de sus protagonistas. Personas comunes cuyas historias revelan valores como la resiliencia, la identidad, la empatía y la pasión por lo propio. A través de la crónica, la imagen y la voz, se busca tender un puente entre generaciones, territorios y memorias, para contar con honestidad y emoción una Venezuela que no se rinde, y que sigue hablando, como siempre lo ha hecho: *Con acento venezolano*.

Objetivo general

Desarrollar una plataforma narrativa que visibilice la identidad cultural venezolana a través de relatos emocionales, auténticos y profundos que conectan a los venezolanos —dentro y fuera del país— con sus raíces, fomentando el arraigo, la reflexión y el orgullo nacional.

Objetivos específicos

- Diseñar una estrategia de contenido transmedia que combine crónicas, relatos visuales y audiovisuales para mostrar historias humanas que reflejan la diversidad y resiliencia del pueblo venezolano.
- Construir una identidad visual con una narrativa identitaria basada en la autenticidad, la empatía y la emocionalidad, capaz de generar conexión emocional con los venezolanos que se han desconectado de su país y sus tradiciones.
- Fomentar el turismo consciente y la cultura del arraigo mediante la comunicación visual de historias que enaltezcan el esfuerzo de quienes aún apuestan por Venezuela desde distintos rincones del país.
- Crear una comunidad activa de seguidores que se identifiquen con las historias contadas, promoviendo el intercambio, la participación y la difusión de contenido cultural auténtico.

PLAN DE ACCIÓN

En el presente apartado se desarrolla el esquema de plan de acción, adoptando una metodología cualitativa basada en el periodismo narrativo, el trabajo de campo y la producción de contenido multimedia dividido en las siguientes etapas.

Fase 1 - Preproducción

1	Revisión exhaustiva de los antecedentes mencionados donde se identifiquen estrategias y métodos para el proyecto a realizar
2	Identificación de las tareas y la producción de los viajes para optimizar el trabajo y la estadía
3	Identificación de las historias que pretende contar este proyecto
4	Creación de presupuesto inicial que incluya diferentes áreas a tomar en cuenta que permita calcular el costo estimado de los viajes, incluyendo estadía, guiatra, alimentación y diversos costos de movilidad.
5	Identificación y contacto de posibles entrevistados sobre el arraigo y la visión narrativa de <i>Con acento venezolano</i>
6	Planificación y diseño de plan comunicacional para la publicación y alto alcance de las historias a contar
7	Diseño de la línea gráfica y audiovisual para RRSS
8	Coordinar las fechas para los viajes de pauta de grabación y obtención de material.
9	Preparación del kit de herramientas para la producción
10	Mantener reuniones con el profesor tutor para mejorar detalles y

	recibir sugerencias de los avances del proyecto.
--	--

Fase 2 - Producción

1	Realización de viajes con herramientas de grabación y fotografía para contar las historias ya identificadas
2	Realización de entrevistas a personajes destacados que amplíen en ellas la visión del proyecto
3	Documentación y captura de ambientes, sonidos, detalles del lugar y cotidianidad.
4	Documentación complementaria para las historias a contar

Fase 3 - Postproducción

1	Revisión del contenido grabado
2	Categorización del material audiovisual según el eje narrativo
3	Transcripción de entrevistas grabadas
4	Edición y montaje de videos, sonidos e imágenes contemplados para el presente proyecto
5	Escritura de crónicas periodísticas para cada pieza audiovisual
6	Escritura de captions para cada pieza publicada en el feed de la plataforma
7	Diseño de carruseles y títulos visuales priorizando la fotografía y frases relevantes

8	Diseño de stories destacadas
9	Creación de la cuenta de Instagram <i>Con acento venezolano</i>
10	Definición de biografía y canales de difusión para el lanzamiento de la cuenta de Instagram @conacentovzla
11	Diseño de grilla y calendario de contenido para el primer mes de la plataforma
12	Publicación en RRSS de los productos audiovisuales y escritos
13	Interacción y mantenimiento de la cuenta de Instagram @conacentovzla
14	Registro de resultados cuantitativos mensuales en la plataforma
15	Continuar con la redacción del Informe Final para incluir la información obtenida en las etapas de producción y postproducción
16	Búsqueda y generación de alianzas con medios de comunicación y creadores en la plataforma seleccionada
17	Selección de piezas claves de contenido para presentación a posibles aliados y patrocinios de la marca.
18	Selección de contenido para la presentación de este proyecto en la Universidad Monteávila
19	Producción de la presentación de este proyecto en la Universidad Monteávila
20	Presentación del informe del Proyecto Final de Carrera al profesor tutor para su última corrección
21	Entrega del informe del Proyecto Final de Carrera a la Facultad

	de Ciencias de la Comunicación e Información de la Universidad Monteávila.
22	Evaluación del Proyecto Final de Carrera

Cronograma

<i>Mes</i>	<i>Semanas</i>	<i>Actividad</i>
SEPTIEMBRE	4 23 al 27	Introducción al Proyecto Final de Carrera Selección de la modalidad Primeros pasos e impresiones del proyecto a realidad

<i>Mes</i>	<i>Semanas</i>	<i>Actividad</i>
OCTUBRE	4 21 al 25	Revisión exhaustiva de los antecedentes mencionados.
	5 28 al 1	Identificación de las tareas y logística de los viajes Identificación de posibles expertos en el área que amplíen la visión de este proyecto

<i>Mes</i>	<i>Semana</i>	<i>Actividad</i>
NOVIEMBRE	1 4 al 8	Identificación de las posibles historias candidatas a contar
		Creación del presupuesto

	2 11 al 15	Planificación del plan comunicacional
	3 y 4 25 al 29	Coordinación de las fechas para el viaje

Mes	Semana	Actividad
DICIEMBRE	1 2 al 6	Mantener reunión con tutores y expertos

Mes	Semana	Actividad
ENERO	3	Mantener reuniones con tutores y expertos

	13 al 17	Organización de la logística de los viajes
--	-----------------	--

Mes	Semana	Actividad
FEBRERO	1 31 al 4	Inicio de entrevistas y planificación de viajes

Mes	Semana	Actividad
MARZO	2 3 al 7	Reuniones con tutores y expertos
ABRIL	2 7 al 12	Reuniones con tutores y expertos

	3 13 al 10	Planificación de Kit para el viaje
	4 21 al 25 5 28 al 3	Viajes y documentación
MAYO	Todas	Publicación de los productos audiovisuales y escritos

Mes	Semana	Actividad
JUNIO	1 2 al 6	Presentación del informe del Proyecto Final de Carrera al tutor
	2 9 al 13	Entrega del informe del Proyecto Final de Carrera a la Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información
	3 16 al 20	Evaluación del Proyecto Final de Carrera.

PROYECTO

En el presente apartado se incluirá la identidad del medio, tanto gráfica como verbal, junto a la justificación del nombre, la visión y la misión, su estructura y referencias visuales.

1. Referencias estéticas y comunicacionales para el Medio

En el desarrollo visual y comunicacional de *Con acento venezolano* se partió de la premisa de que el diseño no solo comunica, sino que también construye identidad, territorio y emoción. Como afirma Bustos (2012), “el diseño gráfico es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados”. En este sentido, la estética de este proyecto fue pensada para acompañar historias reales de arraigo, sin adornos excesivos, desde una narrativa visual honesta, cálida y cercana.

La propuesta estética de *Con acento venezolano* se construye desde una mirada que busca resonar emocional y culturalmente con el imaginario colectivo del país. La selección cromática centrada en tonos tierra, beige, terracota y azul responde a una intención semiótica concreta: evocar los paisajes sensoriales de la Venezuela profunda, los mercados de artesanía popular, la tierra árida de los llanos y la vibración cálida de sus atardeceres. Esta paleta cromática no es decorativa, sino significativa: genera una atmósfera que remite a la pertenencia, la memoria afectiva y la identidad local. Según Kandinsky (1911), el color posee una resonancia interna capaz de provocar emociones específicas, y en este caso, los colores tierra apelan a la raíz, al origen y al arraigo.

Los referentes comunicacionales del proyecto se inspiran tanto en el nuevo fotoperiodismo latinoamericano como en narrativas contemporáneas impulsadas por la cronista Leila Guerriero o la

cronista venezolana Maryorín Méndez, además por marcas personales como la periodista de viajes Valentina Quintero y el fotógrafo venezolano Isaías Landaeta.

Todo esto se complementa con un enfoque de comunicación que pone al testimonio como protagonista, reforzando el carácter periodístico y sensible del proyecto. De este modo, la estética y la comunicación visual en *Con acento venezolano* no solo embellecen el contenido: lo sostienen, lo amplifican y lo vuelven parte del relato.

(Ver anexo 1)

2. Identidad verbal del Medio

2.1 Producto o servicio?

Con acento venezolano es una plataforma que plantea mostrar una mirada de la sociedad venezolana, ofreciendo una experiencia emocional al público, orientado a conectar con la profundidad de las historias y la cultura, posicionándose como un servicio de narrativa, exploración cultural y conexión emocional que llevará a sus seguidores a descubrir las historias humanas que dan vida a Venezuela.

Está creado con el propósito de conectar con la identidad del país y que aquellos venezolanos que están fuera, o dentro pero desconectados de la realidad, puedan vivir bajo la perspectiva de la superación y la profundidad del arraigo. *Con acento venezolano* es un espacio donde cada historia tiene voz propia, cada vida un relato por descubrir, y cada rincón de Venezuela, un testimonio que merece ser contado. Más que un viaje sobre las potencialidades turísticas del país, es una ruta emocional que conecta con la esencia de la gente.

2.2. Naming

La marca se llama *Con acento venezolano* ya que su fin es escribir y contar historias *con acento venezolano*. La palabra *accento* no sólo se refiere a la característica lingüística, sino al énfasis emocional que brindarán los relatos. La palabra *venezolano* no solo se refiere a lo que es originario de Venezuela, sino que es usado como adjetivo para comunicar la conexión con la cultura venezolana y la identidad de los venezolanos.

Con acento venezolano habla con énfasis y orgullo sobre Venezuela, poniendo a sus ciudadanos como centro de las historias y crónicas que serán relatadas. Se trata de un nombre orgulloso de su identidad cultural que también resalta la emocionalidad de lo que significa ser venezolano. Este nombre comunica positividad y orgullo, enfatiza el componente auténtico, singular, en primera persona, de “tú a tú” reconocible del venezolano. Evoca un enfoque auténtico y emocional y cuenta con una connotación positiva y nostálgica que puede hacer eco con venezolanos que están fuera de su país y con aquellos que dentro, buscan reconectar con su identidad.

Es un nombre que será memorable por su toque distintivo y fácil de recordar, relevante, porque está alineado con la propuesta de valor; original, por el enfoque dentro del contexto del periodismo de viajes y combina con la idea de hacer resonar la voz de Venezuela. Añadido a esto, *Con acento venezolano* posee un atractivo emocional fuerte por su carácter genuino, profundo y enfático.

2.3. Visión y Misión

Visión: Ser la marca referente de narrativas que honran la identidad cultural venezolana, donde cada historia contada *Con acento*

venezolano se convierta en una herramienta poderosa para conectar a los venezolanos con su identidad y arraigo.

Misión: Contar las historias más profundas de Venezuela y su gente. *Con acento venezolano* tiene la misión de ser un espacio donde se cuentan historias desde el corazón, con un enfoque reflexivo sobre la realidad humana de la resiliencia y el sentido de pertenencia.

2.4. Valores centrales

- **Autenticidad** en las historias que se cuentan para reflejar la esencia de las personas sin edulcorar ni distorsionar la realidad, construyendo narrativas genuinas con un enfoque real y honesto
- **Identidad** para fortalecer el sentido de pertenencia y producir la acción de volver a los valores de la venezolanidad
- **Empatía** en la conexión emocional de las historias que se plantea contar, volviéndose más humanas, cercanas y poderosas.
- **Resiliencia** como motor de arraigo en los venezolanos para superar las diversas crisis de los últimos años. Este valor es crucial porque cada relato busca resaltar el “echar pa’lante” de los venezolanos, inspirando esperanza y fortaleza a quienes lean y escuchen las historias *Con acento venezolano*.
- **Diversidad** en las visiones, historias y cultura, enriqueciendo la identidad nacional y aportando la inclusión

de todas las voces de los venezolanos logrando mostrar una visión completa del país.

- **Honestidad** en la narrativa, ofreciendo una perspectiva transparente, abordando tanto lo bonito como lo desafiante del día a día de los turistas y locales.
- **Pasión** por conectar con la Venezuela profunda. Este valor es lo que impulsa este proyecto y lo vuelve contagioso, ayudando a crear una comunidad activa de seguidores que comparten el amor por su cultura y su gente.

2.5. Público objetivo

El público objetivo de *Con acento venezolano* está compuesto por una audiencia amplia, diversa y segmentada por su vínculo emocional, cultural o profesional con Venezuela. En primer lugar, se dirige a venezolanos dentro del país, especialmente aquellos que valoran la identidad local y las historias que emergen desde la cotidianidad, el territorio y la tradición. También se orienta a venezolanos en el extranjero, que conforman una diáspora que, según cifras recientes de la Plataforma R4V (2024), supera los 7,7 millones de personas distribuidas principalmente en América Latina, Estados Unidos y Europa.

Además, esta población migrante representa para el presente Proyecto final de Carrera un segmento clave al ser catalogados como embajadores de la cultura nacional fuera del territorio, donde muchos de los mencionados en la cifra buscan reconectar con sus raíces mediante contenidos que evoquen su identidad y memoria afectiva.

Asimismo, el proyecto se enfoca en jóvenes y estudiantes, tanto en Venezuela como en el exterior, interesados en explorar la cultura desde una mirada actual y sensible. Otro segmento fundamental lo constituyen los turistas que desean conocer una Venezuela más allá del imaginario tradicional, acercándose a sus historias humanas y a su riqueza sociocultural desde el arraigo.

Además, el proyecto es relevante para investigadores, periodistas y medios de comunicación que trabajan temas de identidad, pertenencia y narrativas sociales. Finalmente, se considera público clave a marcas, empresas y organizaciones culturales que buscan generar alianzas alrededor de contenidos auténticos, visualmente atractivos y con fuerte carga simbólica.

Mapa de públicos:

- Venezolanos dentro del país
- Venezolanos en el extranjero (migrantes y segunda generación)
- Jóvenes y estudiantes interesados en el quehacer cultural venezolano
- Turistas nacionales e internacionales con interés en el turismo cultural
- Investigadores y académicos en temas de identidad, migración y cultura
- Medios de comunicación, periodistas y creadores de contenido social
- Marcas y empresas interesadas en comunicación de viajes e identidad
- Organizaciones culturales, ONG y colectivos de promoción del arraigo

2.6. Propuesta de valor

Ser una plataforma única que va más allá de los clichés turísticos al contar las historias auténticas y profundas de los venezolanos. A través de crónicas, vídeos y contenido escrito y audiovisual, *Con acento venezolano* conecta emocionalmente con quienes buscan redescubrir sus raíces y fortalecer su identidad, al mismo tiempo que ofrece ser la ventana sincera y humana de Venezuela. La propuesta de esta marca radica en la autenticidad, la empatía y la reflexión, brindando a la audiencia una experiencia enriquecedora que promueve el orgullo nacional y la conexión con la memoria del país.

2.7 Percepción deseada

Esta marca aspira ser vista como una plataforma auténtica, honesta, emocional y cercana, que conecta profundamente con las raíces y los valores más venezolanos. Una marca que cuenta historias reales, profundas, humanas y llenas de resiliencia que fomentan el orgullo, el arraigo y la reflexión sobre nuestras raíces y cultura.

2.8 Canales de comunicación

Instagram fue seleccionada como plataforma principal para la ejecución de este proyecto debido a su carácter visual, narrativo y altamente interactivo, lo que permite transmitir historias humanas de forma inmediata, atractiva y emocional. Esta red social ofrece un ecosistema ideal para la combinación de recursos como fotografía, video corto, texto y audio, elementos fundamentales en la estrategia comunicacional de *Con acento venezolano*. Además, su formato de *reels*, *stories* y carruseles facilita una conexión cercana con audiencias jóvenes y adultas, tanto dentro como fuera del país, permitiendo generar comunidad en torno al arraigo, la memoria y la identidad venezolana.

En un contexto marcado por la movilidad y la dispersión geográfica de los venezolanos, Instagram se convierte en un puente seguro y efectivo entre los venezolanos que se encuentran en Venezuela y los que pertenecen a la diáspora, favoreciendo la difusión de contenido con vocación documental, emocional y cultural, desde un lenguaje accesible, dinámico y auténtico.

2.9 Mensajes clave

- **La exaltación de la venezolanidad** destacando la superación y resiliencia de los venezolanos
- **La nueva perspectiva de la crisis** destacando el paso de la queja a la superación
- **El turismo sostenible es posible** porque los venezolanos que trabajan en turismo lo hacen posible porque tienen las ganas
- **Venezuela sigue con vida** aún cuando ha vivido la migración más grande de su historia hay venezolanos que apuestan por este país
- **La esperanza de la unión familiar** y el fomento del arraigo en los venezolanos que están fuera de Venezuela

3. Identidad gráfica del medio

- **Logotipo.**

El logotipo de *Con acento venezolano* fue diseñado con criterios de funcionalidad, emocionalidad y adaptabilidad digital. La elección de una tipografía sin serifas responde a su claridad visual y carácter contemporáneo. Según Gómez Palacio y Vit (2010), las tipografías sin serifas “transmiten

modernidad, objetividad y limpieza visual, lo que facilita la lectura en medios electrónicos y refuerza la identidad contemporánea de las marcas” (p. 74).

El uso de letras minúsculas aporta una carga simbólica relevante: proyecta cercanía, humildad y un tono conversacional que refuerza el carácter íntimo y emocional del proyecto, según Samara (2014), las minúsculas en diseño de identidad ayudan a generar un tono accesible y empático. Esta elección resulta coherente con la identidad verbal de la marca, la cual se sustenta en la narrativa humana, sensible y testimonial.

Por otro lado, el diseño resalta intencionalmente la palabra *acento*, no solo por ser central en el nombre del proyecto, sino por su peso conceptual dentro del discurso de marca. Como afirma Wheeler (2017), los elementos gráficos con carga simbólica deben ser tratados como “activadores emocionales que resumen la personalidad y promesa de una marca” (p. 58). En este caso, el acento no solo representa una marca lingüística, sino también un gesto visual que condensa el sentido de identidad, pertenencia y arraigo que define el presente proyecto.

(ver anexo 2)

- Imagotipo.

El símbolo gráfico que acompaña a la palabra *acento* es una representación estilizada del apóstrofo invertido, transformado en un ícono visual cargado de sentido. Esta decisión de diseño responde a criterios simbólicos, identitarios y estéticos que contribuyen a fortalecer la narrativa visual de la marca.

El imagotipo de este proyecto hace alusión al acento fonético, pero también al acento emocional que define la identidad narrativa del proyecto, por tanto, el signo no representa solamente un producto, sino una forma de mirar, de pensar y de sentir, por ello, el símbolo actúa como un gesto gráfico que sintetiza la esencia del proyecto: pequeñas historias que, como un acento, cambian el ritmo del discurso y resignifican la percepción de lo cotidiano.

Según Wheeler (2017), “la fuerza de una marca visual radica en su capacidad de condensar grandes ideas en formas simples, memorables y coherentes con su propósito” (p. 44), de esta forma, este imagotipo no solo complementa el nombre, sino que lo acentúa visualmente, convirtiéndose en el elemento gráfico que unifica lo lingüístico con lo emocional, el acento con el arraigo.

(ver anexo 3)

- **Paleta de color.**

La paleta escogida equilibra lo emocional, lo natural, lo amplio y lo cultural.

- **#474135** El *marrón tierra* simboliza las raíces, la tierra fértil, los oficios tradicionales y la conexión con lo rural. Aporta profundidad y contraste.
- **#abc9e8** El *azul cielo* evoca esperanza, encuentro, amplitud, libertad, y conecta con el cielo y el mar del país.
- **#d5a075** El *terracota* es un tono cálido, nostálgico y humano, que recuerda a la arcilla, la piel, la cocina criolla y la artesanía venezolana.

- #f2ddb7 El *amarillo sueva* representa la luz, la calidez del hogar, la ternura de las memorias familiares. Es ideal como fondo o acento suave.
- #fff5ec. El *blanco crema* da balance, limpieza y permite que el contenido destaque sin saturar, aporta una atmósfera acogedora y orgánica.

Esta paleta es emocionalmente rica y gráfica y visualmente armónica, por lo cual permite crear una identidad reconocible, única, coherente con la narrativa del presente Proyecto Final de Carrera y, además, es perfectamente adaptable a múltiples formatos digitales en la plataforma escogida mediante imágenes, diseños, ilustraciones, etc.

(ver anexo 4)

- **Tipografías.**

Para la construcción de la identidad visual de *Con acento venezolano*, se seleccionaron las tipografías Aileron y Anton, en coherencia con los valores visuales y comunicacionales del proyecto. Ambas fuentes fueron elegidas por su capacidad para proyectar una marca clara, legible, sólida y cercana, lo que es esencial en entornos digitales donde la lectura rápida y el impacto visual resultan prioritarios.

Aileron fue seleccionada ya que es una tipografía sin serifas que aporta limpieza visual y equilibrio formal. Su trazo armónico transmite claridad y sencillez, características que favorecen una narrativa accesible y sensible, como la que propone este proyecto. Según Lupton (2014), la elección de una tipografía debe responder a “la voz visual del contenido” (p. 30), y Aileron cumple esta función al conectar con un público diverso sin imponerse visualmente.

Por su parte, Anton fue incorporada como tipografía de apoyo en títulos y frases destacadas, debido a su peso tipográfico y fuerte carácter. Esta elección introduce énfasis, y afirmación, cualidades necesarias para destacar ideas clave dentro de una narrativa que busca movilizar emocionalmente al espectador. Como sostiene Samara (2014), la tipografía no sólo comunica lo que se dice, sino cómo se dice, y en este caso, el contraste entre Aileron y Anton aporta dinamismo visual sin comprometer la coherencia gráfica.

(ver anexo 5)

4. Uso de softwares

Los softwares seleccionados para el presente proyecto fueron escogidos por su carácter intuitivo, su accesibilidad y su capacidad de producir resultados de alto nivel profesional. Cada herramienta fue evaluada en función de su complejidad operativa y su adecuación a los objetivos del proyecto, considerando no solo su facilidad de uso, sino también la calidad del acabado final. Estas plataformas demostraron ser idóneas para el desarrollo de piezas comunicacionales coherentes con la identidad visual y narrativa de *Con acento venezolano*.

Canva fue utilizada como herramienta principal de diseño por su interfaz intuitiva y su capacidad de facilitar la creación de piezas gráficas estéticamente coherentes sin requerir experiencia avanzada en diseño, ya que plataformas como Canva democratizan la producción gráfica, permitiendo que comunicadores no especializados puedan generar contenido visual con calidad semiprofesional y criterios de diseño coherentes.

Por su parte, Adobe Illustrator fue incorporado como software profesional de diseño vectorial para la creación del logotipo y otros elementos de identidad visual. Esta herramienta es ampliamente reconocida por su precisión y capacidad de control sobre trazos, formas y composición. Como afirma Botello (2020), “Illustrator es indispensable para el diseño de logotipos funcionales y escalables, al permitir trabajar con estructuras vectoriales adaptables a múltiples plataformas y formatos” (p. 104).

En cuanto a la producción audiovisual, se utilizó *CapCut* para la edición de *reels*, *stories* y clips narrativos. Su interfaz accesible, herramientas de edición por capas y compatibilidad con formatos nativos de Instagram permitieron generar piezas dinámicas, emotivas y técnicamente pulidas. Plataformas como *CapCut* representan una tendencia creciente en la producción móvil.

Finalmente, el procesamiento del audio fue optimizado mediante Adobe Podcast, una herramienta creada e impulsada por inteligencia artificial que permite limpiar y mejorar la calidad de grabaciones vocales. Esta plataforma fue utilizada para asegurar una experiencia sonora clara, limpia y emotiva en las entrevistas de campo.

5. Presentación del Medio

Instagram es el espacio digital más estratégico en la presente marca por su naturaleza visual, narrativa y emocional, tres pilares que definen el alma de este proyecto. Esta plataforma permite unir imagen, palabra y voz en un solo ecosistema donde las crónicas, los rostros, los paisajes, los oficios y las historias pueden contarse con fuerza y sensibilidad.

Diversos estudios muestran que los jóvenes adultos, especialmente dentro del rango etario de 18 a 35 años, prefieren esta red social para consumir y compartir contenido emocional, auténtico y culturalmente significativo (We Are Social & Meltwater, 2024). Por ello, *Instagram* no solo es un canal de difusión, sino también una plataforma de validación social y retroalimentación narrativa

Además permite destacar las historias cotidianas a través de imágenes potentes, videos breves y textos que conectan emocionalmente. El formato de *reels*, carruseles y *stories* es perfecto para compartir relatos de vida, tradiciones, gastronomía, sentimientos, paisajes y memorias que definen el arraigo y el sentido de pertenencia del venezolano.

El presente proyecto no solo cuenta con un universo visual, sino que también apuesta por el periodismo narrativo en tono emocional. Instagram facilita el uso de subtítulos, voz en off, escritura en *captions* y publicaciones secuenciales que hacen posible una narrativa envolvente. Además, la mayor parte del público objetivo del proyecto ya está en Instagram. Esta es la red donde se construyen hoy las referencias culturales, donde se comparte lo auténtico y donde lo emocional tiene mayor alcance e interacción.

A diferencia de otras redes, esta plataforma permite crear una comunidad fiel y cercana. El contacto a través de mensajes, respuestas a stories y comentarios hace posible que *Con acento venezolano* no solo narre historias, sino que invite a otros a contarlas también, fomentando la participación y el sentido colectivo.

6. Estructura del Medio

La estrategia de comunicación de la cuenta *Con acento venezolano* se basa en el poder de la narrativa emocional para construir identidad y sentido de pertenencia entre los venezolanos, tanto dentro como fuera del país. A través de *Instagram*, se busca crear un espacio cercano, auténtico y participativo donde cada historia contada contribuya a fortalecer el arraigo cultural y a visibilizar la diversidad que compone el alma venezolana.

El enfoque principal del presente está en contar historias reales de personas comunes, conectando con sus emociones, desafíos y resiliencia. La estrategia se fundamenta en la exaltación de la venezolanidad desde lo cotidiano, lo humano y lo íntimo, alejándose de los clichés turísticos y acercándose a la vida que se esconde en cada rincón del país. Así, se establece una narrativa honesta y cercana, que combina lo visual, lo escrito y lo sonoro, para ofrecer una experiencia envolvente.

El uso del lenguaje con sabor local y referencias culturales reconocibles busca activar la memoria afectiva de los seguidores, especialmente de aquellos que viven en la diáspora. Se promueve el uso de venezolanismos, frases típicas y símbolos culturales para crear una conexión directa con la identidad nacional. El tono de comunicación es entusiasta, reflexivo y cálido, en sintonía con una personalidad curiosa, vivaz, positiva y profundamente humana.

La estrategia también apuesta por la participación activa de la comunidad, invitando a los seguidores a compartir sus historias, recuerdos, palabras favoritas o tradiciones familiares, es por ello que se logró un alcance de 50 mil cuentas de Instagram de seguidores y no seguidores, transformando la cuenta en una plataforma colectiva, donde el sentido de pertenencia se construye

no sólo a través del contenido publicado, sino también por la interacción entre quienes se reconocen en él. Además, se plantea crear alianzas con otras cuentas, proyectos culturales y actores de la identidad venezolana para amplificar el mensaje y fortalecer el ecosistema narrativo.

7. Contenido del Medio

Post 1 - 5 de mayo

Post de Instagram + carrete 3 fotos

Contenido:

Presentación del proyecto

Colaboración con @josequijadar

- Slide 1: Imagen en el Faro Punta Ballena de Pampatar
Copy: Logo *Con acento venezolano*
- Slide 2: Imagen con pescadores en El Tirano.
Copy: Conociendo el alma de un país que muchos extrañan, otros reconstruyen y todos sienten.
- Slide 3: Imagen Faro.
Copy: el faro sigue encendido, el viento rozándonos la cara, y ese abrazo de encuentro nos sigue esperando.

Caption:

Vengo de un país que duele y que abraza, de una tierra que muchos dejaron, pero que nunca se fue del todo.

Hoy empiezo este viaje para contar esas historias que siguen latiendo, con acento, con memoria, con esperanza.

Soy Jose Ricardo y esta es mi manera de volver:

contando lo que sigue en pie,

porque hay un país que se mantiene

y tiene rostro, sabor y camino

Quiero narrar la Venezuela que no cabe en titulares, pero sí en las miradas, en los caminos de tierra, en los abrazos largos.

Escribo historias con acento venezolano, conociendo el alma de un país que muchos extrañan, otros reconstruyen y todos sienten.
Porque mientras quede gente, caminos y recuerdos, hay país.
Porque el faro sigue encendido, el viento rozandonos la cara y ese abrazo de reencuentro nos sigue esperando.
Más que viajes, es un acto de fe.
¡Esto es Con Acento Venezolano!
Un proyecto para conectar con lo que somos y apostar por lo que construiremos juntos

Post 2 - 7 de mayo

Reel de Instagram (primera crónica de arraigo)

Portada: Imágen del Castillo en Margarita

Predomina el color azul

Contenido:

Ideas y concepciones sobre el arraigo

Voceros: taxista, el palmero y Manuela (italiana en venezuela)

Incluir tomas de apoyo en movimiento sobre planos generales de la isla.

Voz en off para la narración. Sonidos de gaviotas, viento.

Caption:

Hay quienes se fueron, y hay quienes nunca dejaron de estar.

Norberto lleva más de 40 años recorriendo Margarita desde su taxi, viendo cómo todo se transforma.

Los palmeros suben la montaña cada año con fe en los hombros y orgullo en el pecho.

Y Manuela, que nació en Italia pero decidió volver, apuesta por este país todos los días porque hay cosas que no se explican, solo se sienten.

Esta no es la historia del país que fue, es la de los que siguen aquí. Los que construyen y se quedan.

Una Venezuela que no se rinde, una voz que aún habla con acento venezolano.

Post 3 - 10 de mayo

Carrusel con testimonios

Contenido:

Carrusel con testimonios escritos

Incluir imágenes alternas sobre diversas historias

Caption:

Ser venezolano es, muchas veces, una decisión que se toma cada mañana.

No se impone, se revela en los gestos cotidianos. Nos reconocemos en cualquier parte del globo por nuestra habla, nuestro “echar pa’ lante” y en la terquedad de seguir construyendo país.

Yrma lo sabe bien. Lleva más de 4 décadas vendiendo artículos religiosos en El Valle. Ha visto pasar generaciones enteras refugiándose en la esperanza.

“Yo estoy en Venezuela y aquí me quedo”, me dijo Yrma. Su respuesta no es una consigna, es una afirmación profunda de su arraigo.

Frente al mar, los colores de los botes no solo decoran la costa, anuncian que aquí todavía hay quien pesca, quien emprende, quien sueña.

En la arena, Ramón Laborí, con las manos marcadas por la faena, asegura que “este paraíso existe porque hay gente que no lo ha dejado morir”, mientras teje sus redes de pesca.

Entre lo que se fue y lo que aún resiste, Venezuela se levanta con las manos de su gente.

No hay mapa que alcance a dibujar lo que sostiene a este país: el arraigo de su gente que sigue hablando con acento venezolano.

Post 4 - 13 de mayo

Reel. Historia de Ramón Laborí

Portada: Imagen de Ramón Laborí.

Título: Arraigo desde la orilla

Colaboración con Venezuela Informa Hoy

Contenido:

Reel con entrevista a Ramón Laborí contando su historia.

Incluir tomas de apoyo de la playa y sonidos del mar

Caption:

Ramón Labori es un oriental de pura cepa, pesca desde que tiene 12 años.

Para él, Margarita es más que un paraíso, su casa, desde donde espera poder reencontrarse con los suyos.

Esta es su historia llena de arraigo y pasión. Compone y canta al Mar Caribe, desde donde ve el amanecer cada día esperando los tiempos de otrora y apostando con terquedad a este país.

Su historia tiene voz propia. Ramón desde su faena sigue hablando con acento venezolano.

Post 5 - 15 de mayo

Reel de Instagram. Tintorero

Testimonio de María Gabriela Sequeira.

Portada: Imagen de María Gabriela

Contenido:

Tintorero, Lara - Artesanías

Testimonio de María Gabriela Sequeira

Caption:

¿Cómo eres cuando te enamoras?

María Gabriela lo sabe muy bien, lo entendió desde el silencio de la madrugada cuando inicia su faena de artesana.

“Uno cuando se enamora solo ve virtudes”, así eligió María Gabriela ver al país, desde lo positivo.

Por el amor que se tiene a lo que se ha construido con las manos, a lo que huele a casa, a lo que guarda la voz de sus abuelos.

Se quedó aquí para poner todas sus ganas como quien ama de verdad, ella aprendió a mirar el país no desde la nostalgia, sino desde la esperanza, porque prefirió hablar con acento venezolano.

Post 6 - 17 de mayo

Reel Testimonio de María de Jesús Medina

Portada: imagen de María de Jesús

Título: “Aquí sigo” donde el alma se queda.

Colaboración con Venezuela Informa Hoy, tintorero, Quibor al día y Arte y Textil.

Contenido:

Entrevista

Incluir tomas de apoyo del negocio de María de Jesús y tomas del dron en Tintorero.

Caption:

“Ser venezolano es ser echado pa’ lante”, así lo dice María de Jesús, quien tiene 30 años siendo artesana en Tintorero.

En su voz no hay queja, solo certeza, como la de quien encuentra sentido a su vida.

Aconseja como una madre, vive la venezolanidad desde el corazón y habla a diario Con acento venezolano, porque los venezolanos somos “echaos pa’ lante”.

Post 7 - 20 de mayo

Carrusel

Contenido:

Fotos estilo postal

Copy slide 1: ¡Qué manía la mía!

Copy slide 2: contar a Venezuela desde aquí, es mi manera de habitarla

Caption:

¡Qué manía la mía! contar un país que a veces no se deja contar, uno que no siempre grita, pero respira en voz baja en las esquinas, en la cocina, en su gente.

Contar un país con voz propia, sin disfraz, sin traducción.

No se si es terquedad o fe, pero siempre he sentido que lo mio es quedarme con los pies en la arena... y el corazón en la palabra.

Que mi oficio no es solo comunicar, es sostener.

Sostener la memoria, los colores, las historias que no se han ido del todo, porque contar a Venezuela desde aquí es mi manera de habitarla.

Yo no hago esto por moda, lo hago con la convicción de quien se conoce como parte de la patria, porque este país se honra narrándolo con cariño, con orgullo , con verdad.

Esta es mi forma de vivirlo: narrarlo con acento venezolano.

Post 8 - 22 de mayo

Reel de instagram. Rigardo y Pablo, pescadores de El Tirano

Colaboración con Venezuela Informa Hoy, Super Stereo, Sandra Sánchez, Explora Margarita.

Portada: imagen con Rigardo y Pablo

Título: Con acento de pescador

Contenido:

Crónica sobre la vida del pescador

Voceros: Rigardo y Pablo

Incluir tomas de apoyo de El Tirano

Caption:

Rigardo y Pablo, dos pescadores venezolanos enamorados de su país.

No todos nacen pescadores, algunos llegan al mar por necesidad... y se quedan por amor.

Desde El Tirano, dos voces que nos recuerdan que hay oficios que no se heredan, te llaman.

Dos voces que hablan Con acento venezolano.

Post 9 - 25 de mayo

Carrusel sobre el significado de pertenecer

Contenido:

Carrusel 6 slides

El sentido de pertenecer

Copy slide 1: ¿Qué significa pertenecer?

Copy slide 2: Es mirar a Venezuela desde donde estés, y seguir diciendo “nosotros”.

Copy slide 3: la pertenencia no te pide pasaporte, está en lo que hacemos con lo que amamos.

Copy slide 4: “aunque tenga defectos, yo solo veo las virtudes”.

Copy slide 5: aquí, allá, en cualquier parte.

Caption:

Pertenecer no siempre es quedarse, tampoco es irse, es algo más profundo, mucho más íntimo.

Pertenecer es eso que nos une a los que estamos dentro con los que están fuera, es mirar a Venezuela desde donde estés y seguir diciendo “nosotros”.

“A usted la sangre lo llamó”, me dijo un pescador en El Tirano.

En efecto me llamó, porque el país siempre busca mostrarte un destino, una cara que ver y un testimonio que escuchar.

Es ese mismo sentimiento que vive María de Jesús en Tintorero, “yo me paro todos los días a las 5 y me vengo pa’ Tintorero”, y lo dice como quien no se ve haciendo otra cosa.

“No necesito volver para tener a Venezuela dentro”, me dijo Jose, quien se fue hace unos meses al viejo continente; lo afirma como quien lleva la patria en sí mismo.

Pertenecer, pertenecer, pertenecer.

La pertenencia no te pide pasaporte. “Aquí me quedé”, me dijo Manuela, una italiana que se vino a la perla del Caribe a gozar del clima tropical y se reconoce más venezolana que muchos.

La pertenencia está en lo que hacemos con lo que amamos, en la fe que se repite, en los oficios que nos eligen, en los afectos que nunca migran.

Rompe el mito, no somos diferentes, todos pertenecemos, compartimos la visión del enamorado, como comentó María Gabriela en Lara, “aunque tenga defectos, yo solo veo las virtudes”.

Aquí, allá, en cualquier parte
siempre hablamos
Con acento venezolano

Post 10 - 28 de mayo

Reel de Instagram. Entrevista a Martín Espinosa, gerente de Lidotel.
Colaboración con Venezuela Informa Hoy, Super Stereo y Martín Espinosa.

Contenido:

Grabación de entrevista a Martín Espinosa.
Incluir tomas de apoyo de Táchira, Lara y Margarita.

Caption:

Venezuela es un imán que atrae y conecta, no tienes que nacer en ella para sentir que le perteneces.

Martín Espinosa la eligió con el corazón y la honra con lo que hace: construir país desde el turismo y la hotelería.

Porque la venezolanidad no se define por donde naciste, sino por cómo eliges querer este país.

Y tú, ¿de qué forma eliges a Venezuela? 

Post 11 - 30 de mayo

Ilustración, mujer en playa venezolana.
Colaboración con Ana Julia Costa y Venezuela Informa Hoy

Post 12 - 31 de mayo

Reel de Instagram. Entrevista en la Universidad Central de Venezuela

Contenido:

Entrevista a “La Diosa”, la profesora Sara Vera Ascanio y estudiantes de segundo semestre de Psicología de la Universidad Central de Venezuela.

Colaboración con Venezuela Informa Hoy

Caption:

En la Central no solo se forman profesionales, aquí se aprende a resistir,
a soñar, a pertenecer.

La UCV no es solo una universidad,
es la casa que -frente a todo- sigue venciendo la sombra.

La Central es el reflejo del país:
resiliente y valiente,
en sus pasillos todavía se cruzan generaciones.

Y aunque el concreto esté agrietado,
el espíritu de quienes aún creen,
y vienen, y enseñan, y aprenden,
sigue firme.

Esta historia es para los ucevistas de ayer y de hoy,
porque ser de la Central es llevar a Venezuela en el pecho y en la
memoria,
y seguir venciendo la sombra Con acento venezolano.

ENLACE AL PROYECTO

<https://www.instagram.com/conacentovzla/>

CONCLUSIONES

Para el presente Proyecto Final de Carrera se diseñó con éxito una estrategia de contenido transmedia que combinó crónicas escritas, relatos visuales y sonoros brindando como resultado piezas audiovisuales en formatos adaptados a redes sociales, especialmente Instagram, la plataforma escogida. Esta estructura permitió abordar la venezolanidad desde múltiples ángulos como oficios, voces, territorios y emociones, generando un relato coral y representativo de la diversidad del país.

La identidad visual del presente proyecto fue construida desde valores como la empatía, la emocionalidad y la autenticidad, en coherencia con su narrativa editorial. El uso deliberado de una paleta cálida, fotografía documental, lenguaje cercano y tipografía equilibrada favorece una conexión emocional real con la audiencia, especialmente con aquellos venezolanos que se han sentido desconectados de sus raíces.

La producción y difusión de historias desde distintos puntos geográficos del país promovieron un turismo sostenible, consciente y una cultura del arraigo, al mostrar cómo los pequeños actos, como pescar, tejer, crear, cocinar, atender un puesto o mantener una tradición; son también formas vivas, dignas y honrosas de sostener a Venezuela desde adentro, aún estando fuera.

Se consolidó una comunidad digital en crecimiento, con más de 50 mil seguidores alcanzados en los primeros 30 días desde la primera publicación en la plataforma, conformada por seguidores y no seguidores que no solo consumen el contenido, sino que se sienten parte de él. A través de sus mensajes, interacciones y respuestas, se evidencia que *Con acento venezolano* no es solo una marca o proyecto de grado, sino una narrativa viva que habla desde la identidad y hacia la pertenencia.

RECOMENDACIONES

- Delimitar claramente el enfoque narrativo, especialmente si se trabaja con historias reales, para asegurar la coherencia entre el contenido, la identidad verbal y la estrategia comunicacional.
- Integrar herramientas de recolección cualitativa, como entrevistas en profundidad y de personalidad, observación y trabajo de campo, priorizando siempre el consentimiento informado y el respeto por la voz del entrevistado.
- Utilizar una metodología flexible y adaptativa, que permita combinar fases de producción periodística, desarrollo visual y comunicación digital sin perder la estructura académica requerida para un proyecto de grado.
- Priorizar la autenticidad estética y narrativa por encima de la espectacularidad visual, especialmente cuando se abordan temas relacionados con identidad cultural, arraigo o memoria colectiva.
- Desarrollar una guía de estilo que defina claramente el uso de tipografías, paleta cromática, márgenes, retículas, iconografía y tratamiento de imágenes. Esto asegura consistencia visual entre todas las piezas gráficas y refuerza la identidad del proyecto.
- Validar piezas visuales con usuarios reales del público objetivo para ajustar elementos de comprensión, carga emocional y recepción visual. Esto se puede hacer con entrevistas breves y focus groups digitales.
- Documentar cada fase del proyecto con evidencia fotográfica, audiovisual y textual, no sólo para fines académicos, sino como

respaldo del proceso de producción y validación del contenido creado.

- En el momento de la producción, documentar imaginando el futuro producto audiovisual para la plataforma.
- Seleccione plataformas digitales adecuadas para la difusión del proyecto, como Instagram, considerando su usabilidad, el perfil del público objetivo y la naturaleza visual-emocional del contenido.
- Escoger tipografías, paletas cromáticas y estilos gráficos que reflejen los valores del proyecto, y justifiquen cada elección dentro del cuerpo metodológico, siguiendo criterios de coherencia comunicacional y diseño accesible.
- Vincular el producto comunicacional con un propósito social o cultural claro, para que el proyecto no se agote en lo estético, sino que trascienda como herramienta de impacto o transformación simbólica.
- Evaluar el impacto del proyecto con herramientas de retroalimentación cualitativa, como encuestas, análisis de interacción digital o comentarios recibidos en redes, para medir la efectividad de la propuesta en términos de conexión emocional y narrativa.

REFERENCIAS

- Botello, C. (2020). Diseño gráfico vectorial con Adobe Illustrator CC. Anaya Multimedia.
<https://latam.casadellibro.com/libro-illustrator-cc-diseno-y-creatividad/9788441534582/2218888>
- Bruner, J. (2019). The narrative construction of reality.
https://www.sas.upenn.edu/~cavitch/pdf-library/Bruner_Narrative.pdf([https://www.sas.upenn.edu/~cavitch/pdf-library/Bruner_Narrative.p
df](https://www.sas.upenn.edu/~cavitch/pdf-library/Bruner_Narrative.pdf))
- Bustos, G. (2012). Teoría del diseño gráfico. Red Tercer Milenio.
https://www.aliat.click/BibliotecasDigitales/disenio_y_edicion_digital/Teorias_del_diseno_grafico.pdf([https://www.aliat.click/Bibliotecas
Digitales/disenio_y_edicion_digital/Teorias_del_diseno_grafico.pdf](https://www.aliat.click/BibliotecasDigitales/disenio_y_edicion_digital/Teorias_del_diseno_grafico.pdf))
- Encuesta Nacional sobre Condiciones de Vida (ENCOVI). (2024). Presentación integrada ENCOVI 2024.
https://cdn.prod.website-files.com/5d14c6a5c4ad42a4e794d0f7/6803aeed2dfc5c19a4ac96cd_ENCOVI%202024_presentacio%CC%81n_integrada.pdf([https://cdn.prod.website-files.com/5d14c6a5c4ad42a4e794d0f7/6803aeed2dfc5c19a4ac96cd_ENCOVI%202024_present
acio%CC%81n_integrada.pdf](https://cdn.prod.website-files.com/5d14c6a5c4ad42a4e794d0f7/6803aeed2dfc5c19a4ac96cd_ENCOVI%202024_presentacio%CC%81n_integrada.pdf))
- Gómez Palacio, B., & Vit, A. (2010). Graphic design, referenced: A visual guide to the language, applications, and history of graphic design. Rockport Publishers.
<https://archive.org/details/graphicdesignref0000gome>
- Hall, S. (Ed.). (1997). Representación: Representaciones culturales y prácticas significativas. Sage Publications, Inc.; Open University Press.

<https://psycnet.apa.org/record/1997-36930-000>](<https://psycnet.apa.org/record/1997-36930-000>)

Halbwachs, M. (2004). La memoria colectiva. Prensas Universitarias de Zaragoza.

<https://ia601509.us.archive.org/17/items/MemoriaColectivaHalbwachs./Memoria%20Colectiva-Halbwachs.-.pdf>](<https://ia601509.us.archive.org/17/items/MemoriaColectivaHalbwachs./Memoria%20Colectiva-Halbwachs.-.pdf>)

Kandinsky, W. (1911). *De lo espiritual en el arte*. Editorial Labor.

<https://gabrielagarbo.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/01/30760245-kandinsky-vassily-de-lo-espiritual-en-el-arte-pdf.pdf>

Lupton, E. (2014). Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors, & students (2nd ed.). Princeton Architectural Press.

https://www.mu branding.com/teach/wp-content/uploads/2020/06/Thinking_with_Type.pdf

Molano, O. L. (2007). Identidad cultural, un concepto que evoluciona.

<https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>](<https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>)

Papacharissi, Z. (2010). A private sphere: Democracy in a digital age.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=cNMhtalEJDUC\&oi=fnd\&pg=PR1\&dq=Zizi+Papacharissi+A+Private+Sphere+Democracy+in+a+Digital+Age\&ots=DjFqmbnaKy\&sig=9Jb1HA0tghGF-N3ElxE NIDfitEQ#v=onepage\&q=Zizi%20Papacharissi%20A%20Private%20Sphere%20Democracy%20in%20a%20Digital%20Age\&f=false>](<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=cNMhtalEJDUC&oi=fnd&pg=PR1&dq=Zizi+Papacharissi+A+Private+Sphere+Democracy+in+a+Digital+Age&ots=DjFqmbnaKy&sig=9Jb1HA0tghGF-N3ElxE NIDfitEQ>)

[#v=onepage&q=Zizi%20Papacharissi%20A%20Private%20Sphere%20Democracy%20in%20a%20Digital%20Age&f=false\)](#)

Plataforma de Coordinación Interagencial para Refugiados y Migrantes de Venezuela (R4V). (2024). Refugiados y migrantes de Venezuela en el mundo.

<https://www.r4v.info/es/refugiadosymigrantes>

Prodavinci. (2018). Valentina Quintero, el oficio de arraigo.

https://prodavinci.com/valentina-quintero-oficio-de-arraigo/?utm_source=chatgpt.com](https://prodavinci.com/valentina-quintero-oficio-de-arraigo/?utm_source=chatgpt.com)

Samara, T. (2014). Design elements: Understanding the rules and knowing when to break them (2nd ed.). Rockport Publishers.

https://archive.org/details/Design_Elements_Understanding_the_rules_and_knowing_when_to_break_them_2nd_Editi

We Are Social & Meltwater. (2024). Digital 2024 Global Overview Report.

<https://wearesocial.com>

Wheeler, A. (2017). Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team (5th ed.). Wiley.

<https://books.google.co.ve/books?id=uSNHAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

ANEXOS



anexo 1



anexo 2



anexo 3



anexo 4



anexo 5