



Universidad
Monteávila



Facultad de Ciencias
de la Comunicación e Información

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

**PROYECTO FINAL DE CARRERA:
TRAS DEL BEAT: DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE
CONTENIDO DIGITAL**

Autor:

Russo Murillo, Alessandro Jose.

Profesor coordinador:

Manzano, Max

Caracas, 9 de Junio de 2026

DERECHO DE AUTOR

Quien suscribe, en condición de autor/es del trabajo titulado **TRAS DEL BEAT: DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE CONTENIDO DIGITAL** 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.

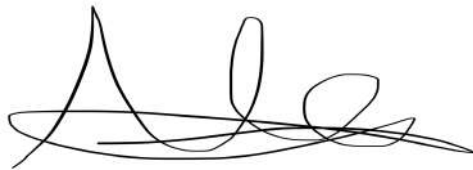
Conforme a lo anterior, esta cesión patrimonial sólo comprenderá el derecho para la Universidad de comunicar públicamente la obra, divulgar, publicar o reproducirla en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar mis intereses y derechos que me corresponden como autor 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 tutoría o a cualquier tercero que haya colaborado o fuere hecho posible la realización de la presente obra.

Autor/es: Alessandro José Russo Murillo

C.I. 29.955.186

FIRMA DIGITAL DEL AUTOR O DE LOS AUTORES

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of loops and strokes that form the name 'Alessandro'.

En la ciudad de Caracas, el 9 de Junio de 2026



Universidad
Monteávila



Facultad de Ciencias
de la Comunicación e Información

TRAS DEL BEAT: DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE CONTENIDO DIGITAL

Objetivo (s) del Desarrollo Sustentable (ODS) al cual se orienta el trabajo de investigación

INSTRUCCIONES: Escribir una "x" en las casillas "directo" o "indirecto" junto al o los Objetivos de Desarrollo Sostenible (**seleccione entre 1 y 3 ODS**) a los que el proyecto contribuye; y describa brevemente (**250 caracteres**) de qué forma aporta, en función de las metas del ODS, y el objetivo general de su trabajo.

ODS	Descripción	Relación con los Objetivos de la Investigación	Directo	Indirecto
	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.		X	

DEDICATORIA

A mis padres, y a mi hermano mayor por el inmenso esfuerzo que hicieron por mí, por su apoyo incondicional y por impulsarme en cada paso de todo este proceso universitario.

A todos los productores que se esfuerzan día a día en crear cosas nuevas, por buscar verdaderamente hacer algo diferente en nuestro país para que no sea siempre lo mismo, y por abrirle caminos innovadores a los artistas a través de su música.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Monteávila, por brindarme un espacio de formación académica de excelencia y las herramientas necesarias para mi desarrollo como comunicador social y diseñador digital.

Al profesor coordinador, Max Manzano, por su valioso apoyo en la organización de las ideas y por su guía constante en el desarrollo, estructuración y culminación de este Proyecto Final de Carrera.

A los productores y letristas que formaron parte fundamental de esta investigación: Luis Acosta, El Hache, Douglas Villamil, Jerick Fissher y Fuenma. Gracias por recibirme, por su valioso tiempo, por la total disposición de compartir sus historias de vida de forma tan transparente y por confiar en "Tras del Beat" como una ventana para visibilizar el increíble trabajo que hacen por la música dentro y fuera de Venezuela.

A mi familia y a mis hermanos, por su amor incondicional, su paciencia y por ser el motor que me impulsó a seguir adelante en cada etapa de este proceso académico.

Y finalmente, a mis amigos de la universidad, al nuevo salón y especialmente a mi grupo que ha estado conmigo desde hace mucho tiempo: Rafael Arocha, José Romero y Diego Matute. Gracias por el aliento constante, por la lealtad y por acompañarme firmemente a lo largo de este camino.

ÍNDICE

DERECHOS DE AUTOR	2
ODS (OBJETIVOS DE DESARROLLO SUSTENTABLE)	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTOS	5
ÍNDICE	6
RESUMEN	7
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	8
Problema u oportunidad	
Justificación	
Motivación	
Nociones teóricas	
OBJETIVO DEL PROYECTO	14
PLAN DE ACCIÓN	15
PROYECTO	17
ENLACE AL PROYECTO	42
CONCLUSIONES	44
RECOMENDACIONES	46
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	48
ANEXOS	49

RESUMEN

Este proyecto final de carrera, hecho bajo la modalidad de Diseño de Productos Digitales, muestra cómo se armó y ejecutó la estrategia de contenido para la cuenta de "Tras del Beat". El trabajo se enfocó en crear videos y publicaciones adaptadas especialmente para plataformas como Instagram y TikTok.

La problemática que encontramos es que la mayoría de los productores musicales venezolanos trabajan en el anonimato y la gente no los conoce. Esto pasa mucho porque en Venezuela no hay una industria musical consolidada que les dé el crédito y el valor que se merecen.

El objetivo general es lograr que estos profesionales tengan más visibilidad y reconocimiento a través de videos cortos. La idea es conectar con la audiencia, ponerles rostro a los que crean la música y mostrar quiénes están detrás de las canciones.

La propuesta metodológica se basó en un plan de acción donde grabamos entrevistas a fondo para luego picarlas en clips verticales (9:16). Organizamos el contenido por semanas, mezclando las historias de los productores con posts educativos y datos curiosos.

Como conclusión, nos dimos cuenta de que publicar de forma flexible y mostrar el lado humano del estudio ayuda a crear una comunidad real en redes. El proyecto demostró que estas plataformas son perfectas para dar a conocer su trabajo y servirles como un portafolio digital.

Palabras clave: productores musicales, redes sociales, storytelling y estrategia digital.

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

El tema central de este Proyecto Final de Carrera es la creación, diseño y ejecución de "Tras del Beat", un producto digital enfocado en el desarrollo de una estrategia de contenido estructurado para redes sociales. El núcleo de la propuesta consiste en la producción de microcontenidos en formato de video vertical, planificados y optimizados específicamente para conectar con las audiencias jóvenes que hacen vida en las plataformas de Instagram y TikTok, utilizando además la plataforma de YouTube como un repositorio documental del material extendido.

Dentro de la cadena de valor de la industria musical, los productores musicales cumplen un rol fundamental. Son los encargados del diseño sonoro, la estructura conceptual, la mezcla y la composición lírica de las obras; es decir, definen la identidad de las piezas que consume el mercado. A pesar de este peso operativo e intelectual, la exposición mediática suele concentrarse casi exclusivamente en los intérpretes principales. Esta asimetría condena al productor al anonimato frente al oyente común, limitando la construcción de su marca personal y reduciendo sus oportunidades de crecimiento comercial.

Esta problemática se vuelve crítica en el contexto venezolano. El mercado musical local opera bajo fuertes limitaciones estructurales, fallas de distribución y una evidente falta de presupuesto para la promoción de talentos emergentes. Según datos del sector recopilados por portales especializados como Radiónica (2023), aproximadamente el 75% de las propuestas musicales independientes en la región no logran recuperar la inversión económica realizada durante las fases de grabación, mezcla y masterización. Esta falta de retorno financiero dificulta la sostenibilidad de los estudios locales. Asimismo, estudios globales sobre la industria técnica de la música demuestran que los creadores independientes enfrentan barreras de acceso severas debido a la falta de

canales de comunicación propios que validen y difundan su trabajo (Smith & Pieper, 2023).

Ante este escenario, el presente trabajo desarrolla "**Tras del Beat**", un producto digital diseñado para redes sociales que funciona como una estrategia de comunicación omnicanal para visibilizar a los productores musicales en Venezuela. La propuesta aprovecha las lógicas de recomendación de los algoritmos de Instagram y TikTok, utilizando microformatos audiovisuales y técnicas de *storytelling* para narrar la trayectoria de los que están detrás de cada canción.

Como soporte de este ecosistema digital, el proyecto incorpora un canal secundario en YouTube que funciona estrictamente como un repositorio audiovisual de respaldo transmedia. Al alojar en esta plataforma las entrevistas completas y de larga duración, se garantiza la transparencia metodológica de la investigación de campo, permitiendo además que aquellos usuarios interesados en profundizar en las trayectorias de los productores puedan acceder al material extendido. De este modo, YouTube actúa como una biblioteca audiovisual de consulta que complementa la experiencia, manteniendo el foco comercial y de interacción diaria exclusivamente en los formatos cortos de Instagram y TikTok. El propósito general es humanizar el rol técnico, conectar emocionalmente con la audiencia joven y ofrecer una vitrina digital estructurada que sirva como portafolio para estos profesionales.

1. **Storytelling digital:** Aplicado como la estructura narrativa que fragmenta las historias de vida de los productores en ganchos de retención y desarrollos dinámicos adaptados a pantallas móviles.
2. **Engagement:** Entendido como el indicador cualitativo de la respuesta del usuario, midiendo cómo la audiencia se apropia del contenido a través de

comentarios, guardados y compartidos.

3. **Cultura participativa:** Basada en las teorías de la Web 2.0, donde los seguidores dejan de ser receptores pasivos y se convierten en prosumidores que interactúan directamente con los creadores y el material extendido de respaldo.
4. **Marca personal en entornos virtuales:** concebida como la gestión estratégica de la identidad digital, permitiendo que el productor técnico adquiera un valor diferenciador en un mercado competitivo.

Problemática u oportunidad

El problema central que atiende este proyecto es el marcado anonimato mediático, comercial y social que sufren los productores musicales, letristas, ingenieros de mezcla y beatmakers en Venezuela. A pesar de ser los arquitectos detrás del sonido de cualquier pieza musical y los encargados de estructurar los éxitos comerciales, sus figuras casi siempre quedan ocultas en los créditos de las canciones. Esta situación empeora debido a la falta de una industria musical formalizada en el país y a la escasez de medios alternativos que muestren su trabajo.

Sin embargo, esta problemática encuentra una gran oportunidad gracias a cómo los venezolanos usamos el internet hoy en día. Según los últimos estudios globales de consumo digital, el formato de video corto vertical se ha convertido en el rey completo de las redes. En Venezuela esto es clave: el país ya supera los 17 millones de usuarios de internet, y la gran mayoría está metida de forma activa en redes sociales, consumiendo contenido diariamente desde el teléfono.

La gran oportunidad para "Tras del Beat" está en aprovechar que la atención masiva en el país está volcada hacia plataformas como TikTok e Instagram. Al no existir

en el mercado nacional un espacio dedicado exclusivamente a documentar el lado humano y técnico de los estudios de grabación, nuestro proyecto aprovecha este consumo global de videos cortos para sacar a los productores del anonimato, dándoles una vitrina digital que funcione como un portafolio profesional para el mundo.

Justificación

La pertinencia de este proyecto radica en la necesidad de visibilizar y reivindicar el rol fundamental del productor musical dentro del ecosistema artístico venezolano. En un contexto donde el sector creativo enfrenta importantes desafíos tecnológicos, financieros y de difusión, son los productores emergentes quienes impulsan la innovación sonora y garantizan la evolución de la música local. A pesar de su impacto directo en el éxito de las producciones, su labor técnica y creativa suele permanecer en el anonimato fuera del entorno estrictamente profesional.

Por lo tanto, la ejecución de "Tras del Beat" se fundamenta en tres dimensiones clave: cultural, comunicacional y profesional.

Desde la perspectiva cultural, la propuesta contribuye al reconocimiento y puesta en valor del talento nacional, fortaleciendo la identidad musical venezolana contemporánea y registrando su memoria creativa. En el ámbito comunicacional, el proyecto aprovecha el alcance orgánico de las redes sociales y la efectividad del micro contenido audiovisual —formato idóneo para conectar con audiencias jóvenes—, permitiendo democratizar el acceso a la información especializada. En el plano profesional, se constituye una plataforma de difusión que funciona como portafolio digital, fomentando el *networking* y potenciando el posicionamiento de los creadores dentro del mercado musical actual.

Finalmente, el proyecto se dirige estratégicamente a un público objetivo joven, de entre quince y treinta años, con un marcado interés en la música urbana y las dinámicas

de la cultura digital. A través de un enfoque que equilibra el entretenimiento con la rigurosidad informativa, el material audiovisual busca ser auténtico y accesible, promoviendo la reflexión y el valor de los productores. De este modo, la iniciativa se consolida como una fuente de inspiración, un punto de encuentro y un canal idóneo para la proyección y libre manifestación de los artistas sonoros en Venezuela.

Noción Teórica

La creación de un producto digital nativo que busca rescatar un sector invisibilizado —como el de los productores y creadores de sonido en Venezuela— exige un respaldo teórico interdisciplinario. No se trata simplemente de subir videos a la web, sino de entender cómo interactúan la comunicación digital, el comportamiento del usuario y el diseño ágil de interfaces. Por ello, el sustento científico de esta propuesta se articula bajo tres dimensiones fundamentales: la Arquitectura y Estrategia de Contenidos, la Convergencia Transmedia y el Modelo de Optimización Lean Content.

Arquitectura de Contenidos y Formatos Líquidos en Video Vertical

Para la construcción de "Tras del Beat", esta teoría se aplica con el objetivo de estructurar y dosificar la información técnica del estudio musical, transformándola en piezas de rápido consumo que se adapten a la velocidad del entorno móvil. El proyecto se apoya formalmente en los principios de la economía de la atención, la cual demuestra que el cerebro del usuario digital descarta o aprueba un estímulo visual en un lapso no mayor a tres segundos. Por ende, la estrategia de contenidos utiliza técnicas de edición acelerada, subtítulo dinámico y diseño tipográfico para lograr la retención del espectador dentro de plataformas hiperconectadas como TikTok e Instagram.

Convergencia Transmedia y Consumo Multiplataforma

Este enfoque se incorpora al proyecto para diseñar una distribución inteligente del material audiovisual entre diferentes entornos digitales, evitando la duplicidad idéntica de archivos y adaptando la narrativa a la naturaleza de cada interfaz. Según esta teoría, la historia del productor musical se expande de forma orgánica para que cada red social aporte una experiencia de usuario única. De este modo, la plataforma de YouTube asume el rol de repositorio documental horizontal (16:9), aportando profundidad y archivo, mientras que Instagram y TikTok operan como anzuelos dinámicos de distribución masiva mediante fragmentos verticales complementarios.

Metodología Lean Content y Diseño Iterativo de Producto

La implementación de esta metodología ágil responde a la necesidad de lanzar el producto digital al mercado de forma rápida y eficiente, optimizando los recursos técnicos disponibles para mejorar el contenido según la respuesta real de la audiencia. Esta teoría defiende la producción a través de un Contenido Mínimo Viable (CMV), lo que permite publicar las primeras series de videos sin requerir infraestructuras de gran presupuesto. Al analizar las métricas en tiempo real (como el porcentaje de retención y los compartidos), este enfoque metodológico ofrece la flexibilidad de ajustar o pivotar la grilla editorial sobre la marcha, validando el producto directamente con el comportamiento del algoritmo.

Motivación

La principal motivación para desarrollar este proyecto nace de un interés personal por la producción musical y de la necesidad de combatir un fenómeno común en el público venezolano: la tendencia a asumir que los grandes éxitos de la música urbana actual provienen exclusivamente de industrias extranjeras, como la puertorriqueña o la colombiana. En el día a día, la audiencia consume canciones que se posicionan en lo más alto de las listas globales sin saber que los arquitectos detrás de

ese sonido, los creadores de las pistas y los mismos compositores de las letras, son profesionales venezolanos que trabajan desde el anonimato.

El verdadero motor de "Tras del Beat" es revertir esa percepción y otorgar el valor y el reconocimiento histórico que merecen nuestros productores. La meta personal y profesional con este trabajo es demostrarle al espectador local que no hace falta mirar únicamente hacia afuera para encontrar referentes de calidad mundial; dentro de nuestro propio país existe una escena técnica de altísimo nivel que está definiendo el sonido de la música actual.

Objetivo del Proyecto

Objetivo general

Diseñar y ejecutar una estrategia de contenido digital basada en microformatos audiovisuales y técnicas de *storytelling* transmedia para potenciar la visibilidad y el reconocimiento de los productores musicales y letristas emergentes en Venezuela a través de Instagram y TikTok, empleando un canal secundario de YouTube como repositorio de respaldo documental.

Objetivos Específicos

1. Analizar las dinámicas de consumo de contenido digital en audiencias jóvenes interesadas en música y cultura digital.
2. Identificar los formatos y tipos de contenido más efectivos en redes sociales para generar interacción y reconocimiento de creadores emergentes.
3. Desarrollar una línea editorial y pilares de contenido enfocados en destacar el rol del productor musical.

4. Diseñar piezas de contenido audiovisual en formato corto que integren elementos narrativos y visuales coherentes con la identidad del proyecto.
5. Evaluar el desempeño del contenido a través de métricas digitales como alcance, interacción y crecimiento de audiencia.

Plan de Acción

Para la consolidación práctica de "Tras del Beat", se diseñó un plan de acción estructurado bajo la Metodología Lean Content, una adaptación de los principios de gestión ágil de proyectos y desarrollo de clientes de Eric Ries (2011). Este enfoque metodológico prioriza la acción, la producción iterativa y la validación directa en el mercado a través de un Contenido Mínimo Viable (CMV), permitiendo optimizar los recursos técnicos y financieros.

Fase 1: Diagnóstico del Entorno y Conceptualización Ágil

En lugar de iniciar con un desarrollo teórico extenso, esta fase adoptó el principio de investigación de campo rápida para validar la oportunidad en el mercado.

- **Investigación de mercado digital:** Se realizó un diagnóstico en Instagram y TikTok para evaluar la existencia de cuentas o productos similares en el contexto venezolano, constatando el vacío en el nicho de los productores musicales.
- **Definición del Concepto de Marca:** Al comprobarse la viabilidad, se estableció el sentido identitario y el tono de comunicación de la cuenta. Siguiendo la filosofía *Lean*, se prescindió de un manual corporativo complejo para priorizar la agilidad, definiendo una línea estética minimalista orientada a la usabilidad y al consumo del público joven.

Fase 2: Arquitectura de la Grilla Editorial y Lanzamiento del Piloto

Esta etapa se fundamentó en las estrategias de programación y constancia algorítmica planteadas por autores de marketing de contenidos como Joe Pulizzi, quien argumenta que la lealtad de una audiencia digital depende de la predictibilidad y regularidad del estímulo.

- **Diseño de la Grilla Semanal:** Se estructuró un calendario editorial fijo por semana, definiendo los días y horas de publicación para entrenar al algoritmo de Instagram y TikTok.
- **Desarrollo del Contenido Mínimo Viable (CMV):** Se produjo y publicó el primer video de la cuenta, diseñado estratégicamente para introducir el concepto de la marca, medir la respuesta inicial de los usuarios y activar operativamente la plataforma.

Fase 3: Captación de Talentos y Ejecución del Rodaje

Para el abordaje del contenido real, se aplicaron las técnicas de la entrevista cualitativa en profundidad orientada al *storytelling*, permitiendo extraer el valor humano y técnico del estudio de grabación.

- **Búsqueda y Captación:** Con la cuenta ya en funcionamiento, se contactó a los productores musicales y letristas clave de la escena nacional, utilizando la misma plataforma activa como portafolio para generar confianza.
- **Registro Audiovisual Nativo:** Se planificaron y ejecutaron las sesiones de grabación dentro de los estudios de los artistas, capturando material optimizado tanto para las dinámicas verticales de consumo móvil como para los requisitos del formato documental tradicional.

Fase 4: Flujo Iterativo de Postproducción y Repositorio de Respaldo

Esta fase consolidó el núcleo operativo del proyecto, aplicando un ciclo de producción continuo basado en el bucle fundamental de las metodologías ágiles: crear, medir y aprender

- **Edición y Optimización Semanal:** El material bruto se procesó semana a semana, aplicando cortes dinámicos, subtítulo interactivo y ganchos visuales según lo exigido por la grilla editorial. Este flujo permitió ajustar los recursos de edición en los siguientes videos según el comportamiento de las métricas de retención de la semana anterior.
- **Consolidación del Repositorio Documental:** De forma paralela, las entrevistas extendidas en formato horizontal (16:9) se editaron y cargaron en la plataforma de YouTube, funcionando como un archivo histórico permanente de libre acceso, cumpliendo así con el objetivo de respaldar institucionalmente el patrimonio técnico de la música venezolana.

Proyecto

La conceptualización de "Tras del Beat" se originó a partir de la experiencia laboral previa del autor dentro de la industria musical en Venezuela, específicamente en las áreas de administración de cuentas en la plataforma Spotify y en la creación de contenidos digitales para el sector. Fue precisamente esta inmersión directa en la dinámica diaria de la distribución musical y el entorno digital lo que permitió identificar, con ojos propios, una asimetría crítica en el mercado cultural venezolano: la existencia de un vacío comunicacional completo en torno a las figuras que operan en el estudio de grabación.

Al trabajar directamente con los catálogos musicales y las plataformas de *streaming*, se constató que muchos productores e ingenieros venezolanos poseen un nivel técnico extraordinario y han desarrollado las bases sonoras de canciones con un impacto comercial masivo; sin embargo, su labor permanece completamente invisibilizada para el público general debido a que no existen canales que les asignen la importancia que merecen. Metodológicamente, se determinó que el productor musical, el letrista y el ingeniero de audio representan aproximadamente el 90% del proceso de arquitectura y estructuración de una obra musical, ya que sin su intervención técnica y creativa la existencia de la canción moderna sería inviable. A pesar de este peso operativo, la promoción en redes y medios masivos se ha centralizado exclusivamente en la figura del cantante, relegando al cuerpo técnico al anonimato.

Esta observación empírica se transformó en una propuesta académica formal durante el semestre pasado, en el marco del desarrollo del anteproyecto de grado. Bajo la orientación del profesor tutor asignado para la materia, se estructuró metodológicamente este hallazgo, concluyendo que el problema no radicaba en la calidad del producto sonoro venezolano, sino en la escasez de canales nativos digitales dedicados a proyectar el lado humano y técnico del estudio de grabación. Ante la confirmación de este nicho desatendido, se tomó la decisión de diseñar y ejecutar un producto comunicacional capaz de subvertir dicho anonimato, iniciando formalmente su etapa de estructuración de marca a partir del mes de enero de 2026.

Planificación de formatos y estrategias de contenido (Enero 2026)

A partir de enero de 2026, el proyecto entró en una fase de diseño técnico y estructuración de formatos para garantizar que cada pieza audiovisual, guion y descripción (*caption*) estuviese milimétricamente calculada en función del comportamiento de consumo del público objetivo. Entendiendo que la audiencia meta está compuesta por jóvenes expuestos a una saturación constante de estímulos en

plataformas como Instagram y TikTok, la ingeniería de contenidos se alejó de los formatos tradicionales de entrevista para desarrollar estructuras de microcontenido de alto impacto.

Cada publicación requirió la redacción previa de guiones técnicos y literarios adaptados al lenguaje nativo de las redes sociales. Las descripciones o *captions* no se concibieron como textos meramente decorativos, sino como extensiones de la pieza audiovisual, incorporando ganchos de lectura (*hooks*) y etiquetas optimizadas para el posicionamiento orgánico dentro de los algoritmos de búsqueda de las aplicaciones. Esta planificación garantizó que el contenido técnico del estudio de grabación se tradujera a un código accesible, fresco y altamente adictivo para el usuario común.

Definición y selección de las plataformas

Para el desarrollo de “Tras del Beat”, se decidió que el proyecto no se iba a realizar medios tradicionales como Wix o un blogs, sino directamente se iba a utilizar medios mas moderno como Instagram, Tik Tok y Youtube.

Las elecciones de estas plataformas modernas sobre un sitio web, se debe a dos razones:

1. Hábitos de consumo del público joven

El público al que va dirigido este proyecto tiene entre 15 y 30 años, y consume contenido sobre música urbana directamente dentro de sus redes sociales. Crear una página web en WordPress o Wix obliga al usuario a salir de sus aplicaciones, abrir un navegador y buscar un enlace, lo que genera flojera o desinterés. Al publicar "Tras del Beat" en Instagram y TikTok, el contenido le aparece al usuario de forma orgánica mientras revisa su inicio (*feed*), facilitando que lo vea y comparta.

2. Videos como formatos claves

El proyecto necesita obligatoriamente el formato de video para mostrar los estudios de grabación, escuchar cómo se hicieron las pistas y ver a los productores en acción. Las plataformas elegidas son perfectas para esto:

- **Instagram (Reels) y TikTok:** Están diseñadas para el video vertical (9:16), lo que permite que los videos cortos se visualicen rápido gracias a sus algoritmos de recomendación. Además, permiten que la gente comente, voten en encuestas y guarde el contenido, algo que un blog estático no ofrece.
- **YouTube:** Funciona como el respaldo del proyecto, permitiendo guardar las entrevistas completas en formato horizontal (16:9) para que queden como un archivo ordenado a largo plazo.

Conceptualización de la estrategia de contenido

La estrategia de contenido de "Tras del Beat" no se diseñó únicamente para los entretener, sino con un objetivo educativo y comunicacional muy claro: desafiar la creencia común de que el artista o cantante es el único creador y el elemento principal de una canción. En la industria de los medios tradicionales, toda la atención y el fanatismo se dirigen hacia la persona que interpreta el tema. La estrategia de este proyecto busca revertir esa pirámide y educar a la audiencia para que entienda que, sin el trabajo técnico y creativo que ocurre dentro del estudio, esos éxitos musicales simplemente no existirían.

Para lograr este cambio de percepción en el público, la estrategia se dividió en dos pilares fundamentales que guiaron la producción de cada video y post:

- **El productor como figura central:** La primera tarea de la estrategia fue sacar al productor del fondo del estudio y ponerlo frente a la cámara. Al mostrar sus

rostros, sus espacios de trabajo y sus historias personales, el contenido humaniza a estas figuras y les otorga el mismo estatus de importancia que se le da a un cantante. El usuario empieza a asociar una canción famosa con la cara y el nombre de la persona que la construyó desde cero.

- **Revelación de créditos ocultos (Anclaje cultural):** Una de las tácticas más efectivas de la estrategia consistió en conectar con el usuario a través de canciones que escucha diariamente en la radio o en Spotify. Al desglosar estos éxitos globales y revelar al público que la pista fue creada o la letra fue escrita por un productor venezolano, se genera un impacto inmediato en el espectador. Este contraste educa de forma orgánica, demostrando que detrás de los temas más grandes del mercado hay mentes locales liderando el proceso.

Planificación Hipertextual: pilares de contenido y grilla de contenido semanal

La estrategia de contenido de "Tras del Beat" se estructuró a partir de tres pilares fundamentales que permitieron organizar la grilla semanal de manera lógica y atractiva para la audiencia. Estas líneas temáticas aseguraron que cada video o post cumpliera un propósito específico dentro de las plataformas, equilibrando la educación con el entretenimiento. A continuación, se detallan los pilares definidos para el desarrollo del proyecto:

1. **Informativo:** Explicación de conceptos técnicos, herramientas del estudio y la diferenciación de roles en la industria (por ejemplo, qué hace un productor frente a lo que hace un letrista) en un lenguaje sencillo.
2. **Storytelling:** Narración de las historias de vida de los productores y letristas, abarcando sus inicios, sus desafíos en el contexto venezolano y el momento en que lograron su primer éxito.
3. **Datos:** Revelación de curiosidades, créditos ocultos y datos de canciones que son éxitos globales y que el público no sabe que fueron creadas por talentos

venezolanos.

Grilla de Contenido Semanal

Pilares de Contenido	Formato/Duración	Redes sociales	Objetivo Comunicacional
Storytelling	Reels y Tik toks (1:00). Guión estructurado con ganchos de retención y una edición sencilla.	Instagram y Tik Tok	Lograr que la audiencia conozca la cara del productor, descubra su pasado, sus inicios en el estudio y entienda cómo llegó a convertirse en la figura experimentada que es hoy en día.
Informativo	Post.Guión explicativo e información exacta	Instagram y Tik Tok	Informar a la audiencia sobre la clara diferencia de roles que existen al crear una canción, aclarando que ni el artista hace todo el trabajo solo, ni el productor se encarga absolutamente de cada detalle de forma aislada.
Datos	Post. Guion + información de datos curiosos	Instagram y TikTok	Brindar información precisa sobre la industria que el público probablemente no sabía, ofreciendo un conocimiento

			divertido y sorprendente que despierte el interés por el detrás de escena musical.
--	--	--	--

Presentación eficiente de los contenidos

Con el fin de asegurar que el proyecto lograra el impacto más significativo y evitar el cansancio del usuario, se diseñó un formato de presentación optimizado para cada tipo de archivo dentro del ecosistema digital. La prioridad fue la eficiencia: proporcionar la máxima cantidad de valor en el mínimo tiempo, ajustándose a los patrones de consumo móvil proyectados para el año 2026.

A continuación, se describe la forma técnica en que se organizó cada formato:

- **Videos y Publicaciones (*Posts* en Redes Sociales):** Cada publicación se concibió como un conjunto unificado que incluye el video vertical (9:16) para Instagram y TikTok, una edición sencilla con subtítulos automáticos para que se entienda sin audio, y su respectiva descripción o *caption*. Estos textos se diseñaron para una lectura rápida, usando líneas cortas, separación por párrafos, emojis para guiar al usuario y etiquetas (*hashtags*) clave para el posicionamiento orgánico. Para YouTube, se presentaron los videos completos en formato horizontal (16:9) como el respaldo de formato largo.
- **Audios:** Debido a que las entrevistas se realizaron de forma online y fueron grabadas a través de videollamadas, la calidad del audio dependía de la conexión a internet y de los equipos de cada entrevistado.

- **Gráfica General y Portadas (*Thumbnails*):** Se mantuvo la línea gráfica retro-vanguardista en todas las imágenes de perfil y portadas de los videos. Las portadas utilizaron títulos grandes en tipografías gruesas sobre fondos oscuros para que el usuario pudiera identificar el tema del video de un vistazo mientras navegaba por la cuenta.

Conceptualización y justificación del logotipo

El logotipo es la pieza central de la identidad visual de "Tras del Beat". Su diseño digital se concibió bajo una estética retro-vanguardista (inspirada en la tendencia Y2K o del año 2000), la cual conecta directamente con los códigos visuales actuales de la música urbana, el *streetwear* y las industrias creativas.

Justificación

- **El Óvalo Dinámico:** En lugar de utilizar un círculo perfecto tradicional, el logotipo está encerrado en un óvalo horizontal expandido (un círculo estirado). Esta forma evoca la idea de una órbita, globalidad y movimiento continuo. Visualmente, rompe con lo convencional y hace referencia a la estética del diseño de los años 2000, muy vigente en la cultura del reggaetón y el trap actual.
- **Uso del Monograma:** Se seleccionaron las letras iniciales de "Tras del Beat" para crear una marca gráfica de alto impacto, fácil de recordar y reconocer en avatares pequeños de redes sociales (como el círculo de perfil de Instagram o TikTok).

- **Estilo de la Fuente:** La tipografía elegida es de estilo *sans-serif* (sin serifas), con trazos notablemente gruesos (*bold*) y firmes. Esta elección es una analogía directa al rol del productor musical: transmite la fuerza, la estructura, el peso operativo y la solidez técnica de quienes construyen la base de las canciones. Sus líneas limpias garantizan que las letras no se deformen ni pierdan legibilidad al ser escaladas a formatos muy pequeños o pantallas de teléfonos.
- **Paleta Monocromática (blanco y negro):** La elección de prescindir de colores llamativos y mantener el logo estrictamente en blanco y negro responde a una estrategia de contraste íntegro, seriedad y elegancia. El negro representa la oscuridad del estudio de grabación (donde ocurre el trabajo de fondo) y la madurez técnica, mientras que el blanco aporta la luz y el contraste necesario. Además, al ser monocromático, el logotipo es altamente versátil: se puede colocar encima de cualquier video, foto o portada musical sin alterar la armonía visual del contenido de la cuenta.

Maquetación y montaje final del proyecto

La maquetación y el montaje de "Tras del Beat" se ejecutaron directamente en los entornos nativos de Instagram y TikTok, dejando atrás la estructura de una página web tradicional para usar un diseño de cuadrícula (*feed*) optimizado para teléfonos móviles. El montaje final cumplió de forma práctica con los tres principios fundamentales de la comunicación digital:

A. Maquetación de la Interfaz (El orden del Feed)

El perfil se organizó visualmente en ambas plataformas para que el usuario entienda la temática al instante. Cada publicación se maquetó siguiendo un

orden estricto:

- **Portadas Unificadas:** Se diseñaron portadas estables con fondos oscuros, tipografías gruesas en blanco y el logotipo "TB" en una esquina. Esto permite que el muro se vea limpio y ordenado tanto en el *feed* de Instagram como en el de Tik Tok, diferenciando claramente los títulos de los videos (como "Diferencia entre productor y letrista" o "Seguro has quemado estos tracks").
- **Estrategia de Anclados en TikTok:** En el caso de Tik Tok, se maquetó la pantalla de inicio utilizando la herramienta de "Anclajes" para fijar tres videos clave en la parte superior del perfil. Esto garantiza que cualquier usuario nuevo tope de primero con el contenido más importante o de mayor impacto de la cuenta.

Los Tres Principios Digitales

- **Multimedialidad (Fusión de formatos en el contenido):** Este principio se cumplió al integrar en cada publicación tres capas distintas de información que funcionan como una sola pieza. El usuario ve los planos de apoyo de los artistas en el estudio, escucha el audio de la entrevista online nivelado con la música de fondo que ese mismo productor creó, y lee los subtítulos en pantalla junto al texto del *caption*. No son formatos aislados, sino una mezcla diseñada para captar la atención en redes sociales de manera inmediata.
- **Hipertextualidad (Ecosistema y navegación cruzada):** No se obligó al usuario a consumir los videos en un orden lineal (del primero al último); la estructura de cuadrícula permite que la audiencia navegue libremente y haga clic en el tema

que le genere curiosidad, ya sea una diferencia de roles o un dato curioso. Asimismo, la hipertextualidad se aplicó para romper las fronteras de una sola red social, conectando las plataformas mediante el texto directo Ig: trasdelbeat y el enlace de redirección en la biografía de Tik Tok, permitiendo que el público salte de una cuenta a la otra con un solo toque.

- **Interactividad (Reacción y vinculación con la comunidad):** La interactividad dejó de ser un concepto teórico y se evidenció en la respuesta del público a través de las herramientas nativas de las plataformas (marcar "Me gusta", comentar los debates sobre los roles o compartir las curiosidades de los temas musicales). Del mismo modo, se generó un canal de interacción directa en las historias destacadas de Instagram bajo la sección "PRODUCTORES", donde se colgaron las capturas de las videollamadas y se etiquetaron las cuentas oficiales de los entrevistados (Acosta, Hache, Real Doug, Fuenmaa, Jerick Fissher), sirviendo como puente para que la audiencia pudiera hacer clic e interactuar directamente con los perfiles de los artistas.

Análisis de resultados y Métricas Clave (KPIs)

Con el fin de medir el verdadero impacto y la aceptación del proyecto de comunicación digital "Tras del Beat", se llevó a cabo un estudio detallado de las métricas nativas obtenidas de los paneles estadísticos oficiales de Instagram y TikTok. Este análisis de los Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs) facilita la auditoría del comportamiento de los usuarios, la eficacia del contenido audiovisual utilizado, el grado de reconocimiento de la marca y la lealtad orgánica de la audiencia en el área de la producción musical urbana.

A continuación, se presenta el desglose detallado y la interpretación técnica de los

datos consolidados en cada una de las plataformas que conforman el ecosistema del proyecto:

Evaluación del Rendimiento y Tráfico Orgánico en Instagram

Las métricas arrojadas por el panel profesional de Instagram demuestran un sólido nivel de descubrimiento de contenido por parte de usuarios externos y una distribución saludable en el consumo de los formatos maquetados para el perfil:

- **Volumen General de Visualizaciones:** El ecosistema de la cuenta registró un total acumulado de **15.003 visualizaciones** durante el ciclo de medición establecido. Esta cifra representa la exposición masiva del proyecto frente a las pantallas de los dispositivos móviles, validando el interés hacia los temas abordados.
- **Atracción de Nuevas Audiencias (No Seguidores):** Uno de los hallazgos más significativos radica en el origen del tráfico, donde el **64,5% de las visualizaciones provino de cuentas de no seguidores**, en contraste con un 35,5% correspondiente a la base de seguidores actuales. Esta disparidad positiva confirma la eficiencia algorítmica del proyecto; la configuración visual de las portadas, el uso estratégico de palabras clave y el tratamiento del tema permitieron romper la burbuja inicial de la cuenta para posicionar el material directamente en la sección de exploración de usuarios nuevos.

- **Actividad del Perfil y Tráfico de Retención:** El volumen de interacciones logradas impactó directamente en las acciones ejecutadas sobre la cuenta de la marca, alcanzando un total de **613 visitas al perfil**. Este KPI denota un incremento crítico del **+69,8%** en la tasa de visitas en comparación con el histórico previo del canal. En términos de comunicación digital, esto demuestra que el contenido no fue ignorado de forma lineal en el *feed*, sino que funcionó como un gancho lo suficientemente efectivo para motivar al usuario a abandonar el visor de videos, entrar al perfil principal e investigar la propuesta de valor unificada.
- **Distribución de Consumo por Tipo de Contenido:** El interés del público se distribuyó de manera simétrica entre los diferentes formatos digitales planificados en la parrilla, garantizando que el perfil se mantuviera equilibrado:
 - **Reels (Formato Audiovisual Vertical):** Lideraron la captación con un **36,7%** del total de las visualizaciones.
 - **Historias (Formato Efímero e Interactivo):** Sostuvieron un importante **33,3%** del consumo.
 - **Publicaciones (Formatos Fijos o Carruseles de Imagen):** Representaron el **30,0%** restante de la actividad general. Este balance justifica metodológicamente la decisión de no depender exclusivamente del formato de video corto, evidenciando que la maquetación de imágenes fijas (como la presentación gráfica de la marca o la iconografía del mapa) sirvió para asentar la base documental e informativa del proyecto en la interfaz.

- **Rendimiento Individual de Piezas Clave:** Al examinar las publicaciones específicas con mayor tracción orgánica dentro del panel, se evidenció el éxito del contenido con picos de reproducción sumamente altos:
 - El video de formato conceptual de Manuel Lara lideró con **1,9 mil reproducciones** individuales.
 - La pieza de Eydren consolidó **1,5 mil reproducciones**.
 - La publicación fija de corte institucional titulada "Venezuela" sumó **1 mil reproducciones** de impacto visual.
 - El video de Luis Acosta tuvo un volumen de **877 reproducciones**.

Evaluación del Volumen y la Audiencia en Tik Tok

Por su parte, la plataforma TikTok ofreció indicadores cuantitativos orientados al análisis masivo del alcance, permitiendo medir de forma estricta la efectividad de la retención del formato vertical rápido y la viralidad del nicho evaluado:

- **Métricas Clave de Difusión:** Durante el ciclo de despliegue cronológico del material, el canal consolidó una base de **10.000 (10K) visualizaciones de video totales**. Aunado a ello, se registraron **119 visualizaciones directas al perfil** de la cuenta de usuario.
- **Validación Directa (Engagement de Comunidad):** La respuesta cualitativa e interactiva del público frente a las piezas musicales se tradujo en una acumulación veloz de **524 "Me gusta"** y la generación de **15 comentarios** activos dentro de las cajas de debate de los videos cortos.

- **Índice de Viralidad Funcional:** El contenido registró un KPI crítico para medir el interés real del mensaje: las piezas audiovisuales fueron compartidas un total de **30 veces** por los propios espectadores a través de servicios de mensajería externa. El hecho de que un usuario decida compartir un video denota que el material aporta valor informativo real para su círculo social, expandiendo el proyecto orgánicamente sin necesidad de invertir capital de pauta publicitaria.
- **Origen del Tráfico (El Algoritmo):** Las analíticas internas confirman el rotundo éxito del tratamiento formal del contenido, puesto que el **95,0% del tráfico general provino exclusivamente de la sección "Para ti" (For You Page)**. Esta cifra ratifica que el algoritmo clasifica el material bajo parámetros de alta calidad y retención, distribuyéndolo directamente a las pantallas del nicho específico interesado en la música urbana. Solo un 4,2% del tráfico correspondió a la navegación directa de usuarios desde el perfil personal.
- **Volumen y Absorción de Espectadores Únicos:** El panel especializado registró que la campaña impactó a un universo de **8.626 espectadores totales** en la plataforma.
- **Tasa de Adquisición de Espectadores Nuevos:** De los usuarios totales

impactados, **7.583 corresponden a espectadores nuevos**. Este comportamiento estadístico confirma la capacidad de renovación de audiencias del proyecto, garantizando que el mensaje de valoración del productor musical llegará casi en su totalidad a personas frescas que no tenían contacto previo con la marca.

Criterios de selección de productores y objetivos comunicacionales

La elección de los productores musicales que conforman el núcleo de **"Tras del Beat"** no se basó únicamente en su nivel técnico o en el éxito de sus canciones, sino en una realidad sociodemográfica que atraviesa directamente a la industria musical venezolana. Se buscó perfilar a creadores que, además de poseer una gran experiencia profesional, representarán la verdadera vivencia del talento local frente a las adversidades del entorno.

Razones de la selección: Contexto migratorio y referentes de superación

El principal motivo para seleccionar a este grupo específico de productores radica en su realidad migratoria y profesional. En la actualidad, el país presenta barreras estructurales y económicas que dificultan el desarrollo a largo plazo de una carrera rentable y estable dedicada exclusivamente a la producción musical. Como consecuencia de esto, casi la totalidad de los productores entrevistados para este proyecto tomó la decisión de emigrar. Esta salida de Venezuela no solo respondió a la búsqueda de una mejor calidad de vida personal, sino a la necesidad imperativa de encontrar mayores oportunidades de crecimiento e inserción dentro de la industria musical global.

En este sentido, se les eligió porque se han convertido en referentes directos para los creadores de la nueva escuela. Para muchos productores emergentes que continúan trabajando desde el país, estos profesionales representan la materialización

de una premisa clara: "si ellos pudieron salir adelante y lograrlo, nosotros también podemos hacerlo". Al convocar a estos perfiles, el proyecto garantizó la participación de voces que inspiran respeto y demuestran que las limitantes geográficas se pueden superar con talento y disciplina.

Objetivos comunicacionales: Vivencias, competitividad y legado

El propósito comunicacional central del proyecto fue brindarles un espacio digno para relatar sus vivencias y documentar cómo fue su proceso de desarrollo profesional frente a la compleja situación del país. Se buscó evidenciar que el camino hacia el éxito en la música urbana no es sencillo y está marcado por una altísima competitividad, tanto dentro de Venezuela como en el mercado internacional, donde deben medirse diariamente con creadores de todo el mundo.

Finalmente, el proyecto se trazó el objetivo de otorgarles una plataforma donde pudieran narrar abiertamente su trayectoria y recordar sus inicios. Más allá de exponer cómo funciona un programa de edición o un estudio de grabación, la intención de fondo en cada entrevista fue que estas historias de vida sirvieran como una herramienta de apoyo, guía y motivación para todos aquellos productores emergentes a los que esta información les pueda ayudar a impulsar sus propias carreras.

Testimonio de Luis Acosta

El análisis de la vivencia de Luis Acosta permite documentar de forma cruda y real los retos de hacer música urbana desde Venezuela y el impacto de la migración en el gremio. En su relato, Acosta expone que sus inicios estuvieron marcados por la necesidad de trabajar con herramientas limitadas, teniendo que abrirse paso desde cero en un mercado local saturado y complejo. Explica detalladamente cómo fue su experiencia al producir dentro del país, señalando que la situación económica y las deficiencias de infraestructura imponen un techo muy bajo para cualquiera que intente

vivir exclusivamente de los créditos musicales. Esta falta de garantías locales fue el detonante para tomar la decisión de emigrar de Venezuela; una salida que describe no sólo como un paso para mejorar su calidad de vida y la de su familia, sino como la única vía real para poder competir de tú a tú en la industria musical internacional y acceder a mercados con mayor flujo de inversión.

Respecto a la competitividad, la trayectoria de Acosta demuestra que los productores venezolanos poseen un nivel de excelencia técnica capaz de posicionarse en la cúspide de la música global. A lo largo de la entrevista, se evidencia cómo el trabajo constante le permitió firmar producciones y colaborar directamente con las leyendas más grandes y los artistas más influyentes del género urbano, incluyendo a **Wisin, Yandel, Arcángel, Chencho Corleone, Jhay Cortez y Latin Mafia**. El desglose de estos créditos internacionales no se presenta como un simple listado de logros, sino como la prueba fáctica de que el talento formado bajo las dificultades del entorno venezolano es "bueno, bueno" y tiene la capacidad de liderar la ingeniería sonora de éxitos mundiales. Acosta subraya que haber aprendido a resolver problemas bajo las condiciones críticas de su país natal le otorgó una disciplina y una capacidad de adaptación que terminaron siendo su mayor ventaja competitiva al llegar al extranjero a demostrar el valor de su trabajo frente a la élite de la industria.

Finalmente, el testimonio de Acosta valida de forma directa el propósito de este informe al expresar su agradecimiento con el espacio de "Tras del Beat". El productor destaca la importancia de que se haya ejecutado este proyecto, manifestando que es una oportunidad invaluable para que se hable en profundidad del productor que pasa horas encerrado en el estudio construyendo las pistas que bailan millones de personas, y no solo del cantante de turno. Para las nuevas generaciones de productores emergentes que hoy se encuentran trabajando desde Venezuela, ver que un compatriota salió de las mismas condiciones y logró que estrellas de la talla de Yandel o Arcángel grabaran sobre sus ritmos se convierte en el espejo motivacional definitivo. Agradece que la

propuesta académica ponga el foco en dignificar este oficio, demostrando a los jóvenes talentos que la meta es completamente alcanzable si se mantiene la constancia.

Testimonio de Luis Acosta

El análisis de la vivencia de Luis Acosta permite documentar de forma cruda y real los retos de hacer música urbana desde Venezuela y el impacto de la migración en el gremio. En su relato, Acosta expone que sus inicios estuvieron marcados por la necesidad de trabajar con herramientas limitadas, teniendo que abrirse paso desde cero en un mercado local saturado y complejo. Explica detalladamente cómo fue su experiencia al producir dentro del país, señalando que la situación económica y las deficiencias de infraestructura imponen un techo muy bajo para cualquiera que intente vivir exclusivamente de los créditos musicales. Esta falta de garantías locales fue el detonante para tomar la decisión de emigrar de Venezuela; una salida que describe no sólo como un paso para mejorar su calidad de vida y la de su familia, sino como la única vía real para poder competir de tú a tú en la industria musical internacional y acceder a mercados con mayor flujo de inversión.

Respecto a la competitividad, la trayectoria de Acosta demuestra que los productores venezolanos poseen un nivel de excelencia técnica capaz de posicionarse en la cúspide de la música global. A lo largo de la entrevista, se evidencia cómo el trabajo constante le permitió firmar la producción de obras que se convirtieron en éxitos masivos dentro del género urbano. Su carrera tomó un impulso definitivo desde el lanzamiento de su primer sencillo comercial titulado **"Party y Alcohol "**, sirviendo como base para escalar hacia proyectos de gran envergadura internacional junto a figuras de la élite musical. Entre sus producciones más reconocidas destacan canciones como **"Cómo es que se hace"** en colaboración con Latin Mafia y Yandel, el éxito **"Porche"** de Jhay Cortés junto a Yandel, y el tema **"QNP"** de Dei V en combinación con Arcángel.

De forma muy destacada, estas colaboraciones se tradujeron en hitos históricos para un

productor nacional; su trabajo en el álbum de Yandel le otorgó una nominación a los prestigiosos Latin Grammy, además de alcanzar la certificación de Disco de Oro por el volumen de ventas de dicho proyecto. Asimismo, su participación en el álbum de Jhay Cortez lo consolidó como merecedor de un Disco de Platino. El desglose de estos créditos internacionales y canciones icónicas no se presenta como un simple listado de éxitos, sino como la prueba fáctica de que el talento formado bajo las dificultades del entorno venezolano es de la más alta calidad y tiene la capacidad de liderar la ingeniería sonora a nivel mundial. Acosta subraya que haber aprendido a resolver problemas bajo las condiciones críticas de su país natal le otorgó una disciplina y una capacidad de adaptación que terminaron siendo su mayor ventaja competitiva al llegar al extranjero.

Finalmente, el testimonio de Acosta valida de forma directa el propósito de este informe al expresar su agradecimiento con el espacio de "Tras del Beat". El productor destaca la importancia de que se haya ejecutado este proyecto, manifestando que es una oportunidad invaluable para que se hable en profundidad del productor que pasa horas encerrado en el estudio construyendo las pistas que bailan millones de personas, y no solo del cantante de turno. Para las nuevas generaciones de productores emergentes que hoy se encuentran trabajando desde Venezuela, ver que un compatriota salió de las mismas condiciones y logró hits globales, nominaciones al Grammy y discos de platino junto a estrellas de la talla de Yandel, Jhay Cortez o Arcángel se convierte en el espejo motivacional definitivo. Agradece que la propuesta académica ponga el foco en dignificar este oficio, demostrando a los jóvenes talentos que la meta es completamente alcanzable si se mantiene la constancia.

Testimonio de Hache

El testimonio de Hache ofrece una perspectiva profundamente técnica y analítica sobre la evolución de la música urbana y el rol fundamental del productor como ingeniero del

sonido. Durante su intervención, Hache profundiza en sus inicios y en cómo la falta de una infraestructura óptima en Venezuela lo obligó a desarrollar un nivel de disciplina y autoexigencia mucho mayor al habitual. En su relato, expone que el entorno local presenta barreras significativas en cuanto a recursos tecnológicos, equipos de estudio y estabilidad económica, lo que invariablemente empuja a los creadores a buscar la internacionalización y la migración. Esta búsqueda de nuevos horizontes no se plantea en su historia como una simple salida, sino como un paso estrictamente necesario para poder elevar el estándar técnico de sus producciones y acceder a una industria global que exige una calidad de audio impecable.

En cuanto al nivel de competitividad, el testimonio de Hache subraya la importancia vital de desarrollar una "firma sonora" distintiva. Explica que, en un mercado saturado tanto dentro como fuera de Venezuela, la única forma de destacar y sobrevivir es mediante la excelencia en la ingeniería, el diseño de texturas únicas y la constante innovación. Este nivel de destreza y su riguroso método de trabajo le han permitido abrirse puertas en el exterior y consolidar un catálogo de producciones de gran impacto comercial. Su trayectoria es un reflejo de cómo la adversidad forja profesionales altamente resolutivos, llevándolo a trabajar y firmar colaboraciones con figuras de renombre internacional como **Arcángel, Danny Ocean, Justin Quiles, Randy Nota Loca, Andy Rivera, Big Soto, Marc Seguí, Ingratax y Zhamira.**

El alcance de su trabajo queda evidenciado en la creación de obras ampliamente reconocidas por el público, destacando éxitos rotundos como **"Canaima"** (interpretada por Big Soto y Danny Ocean), **"Mi peor momento"** (de Arcángel), **"Te perdí"** (junto a Andy Rivera y Beele), **"No me digas que no"** (de Randy Nota Loca con colaboración Justin Quiles) y **"Me enamoré de una fan"** (de Marc Seguí). Posicionarse junto a este nivel de artistas y materializar estas canciones demuestra en la práctica que el talento venezolano no se limita a estructurar pistas básicas, sino que tiene la capacidad de esculpir verdaderamente la identidad sonora que lidera las listas de reproducción a nivel

global.

Finalmente, Hache valida de manera contundente la creación del espacio "Tras del Beat". En su intervención, agradeció la oportunidad de visibilizar el trabajo minucioso, casi científico, que ocurre detrás de las consolas y las pantallas de los programas de edición.

Testimonio de Real Doug

El testimonio de Real Doug aporta una dimensión fundamental y diferenciadora al proyecto investigativo, ya que su rol dentro de la industria no es el de estructurar la pista musical, sino el de **letrista y compositor**. Durante su intervención, expone la realidad de quienes construyen la identidad lírica y melódica de las canciones urbanas. Al igual que sus colegas, relata cómo sus inicios en Venezuela estuvieron marcados por un entorno con recursos limitados y una industria que, en su momento, no ofrecía las plataformas necesarias para monetizar y sostener una carrera basada exclusivamente en la composición. Esta carencia de infraestructura y de respeto formal por los derechos de autor (editoriales) fue el factor determinante que lo impulsó a emigrar, buscando insertarse en mercados internacionales donde el oficio del compositor es valorado, estructurado y remunerado de forma justa.

En el ámbito de la competitividad, el testimonio de Real Doug ilustra el altísimo nivel de exigencia que requiere escribir para la industria global. Explica que el trabajo del letrista va mucho más allá de simplemente rimar palabras; se trata de una lectura psicológica del intérprete, de diseñar melodías vocales (conocidas como *toplines*) que sean comercialmente atractivas y de estructurar ganchos que conecten masivamente con el público. Su trayectoria demuestra que el talento venezolano posee una "pluma" versátil y una capacidad de adaptación lingüística y cultural que le permite competir al más alto nivel. Este nivel de excelencia lo ha llevado a colaborar y firmar composiciones para figuras de talla mundial y referentes completos de la música latina como **Feid, Yandel,**

Thalía, Saiko, Lyanno, Jerry Di, Kobi Cantillo y Aria Vega.

El alcance de su capacidad creativa queda en evidencia al ser el autor detrás de canciones de gran impacto comercial, destacando obras fundamentales como **"El cuarto de Fercho"** y **"Confesión"** (ambas interpretadas por Feid), **"Caserío"** (de Yandel y Saiko), **"Mente dañada"** (en colaboración de Feid y Lyanno) y **"Hechizo"** (de Kobi Cantillo y Jerry Di). El hecho de que artistas de este calibre confíen la narrativa de sus proyectos en sus letras evidencia que la resiliencia forjada al sortear las adversidades de su país se transformó en la ética de trabajo inquebrantable que hoy le permite destacar en sesiones de composición (*campamentos musicales*) frente a creadores de todo el mundo.

Finalmente, Real Doug válida con gran énfasis la pertinencia del espacio "Tras del Beat". Destaca que, si el productor musical suele estar a la sombra del cantante, el letrista es una figura aún más invisibilizada por la industria y los medios de comunicación. Agradece profundamente la creación de este canal, ya que otorga rostro y voz a los autores intelectuales de las letras que corean millones de personas. Para él, este proyecto cumple un rol inspiracional vital: demostrarle a los jóvenes escritores y talentos emergentes en Venezuela que no necesitan ser los cantantes principales para tener una carrera exitosa en la música, y que con disciplina, lectura y creatividad, sus composiciones tienen el potencial de darle la vuelta al mundo.

Testimonio de Fuenma

El testimonio de Fuenma aporta una visión enriquecedora sobre la figura del productor integral contemporáneo, aquel que no solo programa ritmos, sino que actúa como músico, arreglista y director dentro del estudio. En su relato, Fuenmaa expone cómo

fueron sus primeros pasos en Venezuela, enfrentándose a un panorama donde las limitaciones técnicas y la inestabilidad económica hacían casi insostenible desarrollar una carrera a largo plazo enfocada únicamente en la producción. Al igual que sus colegas, explica que la decisión de emigrar no fue un simple cambio de residencia, sino una necesidad profesional imperativa para buscar una mejor calidad de vida y encontrar una infraestructura industrial sólida que le permitiera monetizar su talento y expandir sus horizontes hacia el mercado internacional.

En cuanto a la competitividad del medio, el testimonio de Fuenmaa subraya que hoy en día el mercado global exige mucho más que saber utilizar un programa de edición de audio. Destaca que la verdadera ventaja competitiva radica en el criterio estético y en la capacidad de dirigir al artista durante las sesiones de grabación, moldeando su interpretación vocal y tomando decisiones musicales complejas. Su experiencia demuestra que el productor venezolano se ha visto en la obligación de profesionalizarse al máximo, convirtiendo las carencias de su etapa inicial en una versatilidad técnica envidiable. Esta capacidad para dominar tanto el entorno analógico (instrumentos reales) como el digital lo ha llevado a integrarse en una industria internacional sumamente exigente, logrando firmar producciones y colaborar con figuras de inmenso peso en la escena urbana global, tales como **Akapellah, Myke Towers, Trueno, Pirlo, Neutro Shorty y Reykon**.

El alcance de su trabajo queda plasmado en obras de gran impacto comercial, destacando éxitos rotundos como **"Mi brillo"** (junto a Myke Towers) y **"Parriba"** (una poderosa colaboración entre Akapellah y Trueno). Asimismo, su trayectoria demuestra que el éxito internacional no lo ha desconectado de sus raíces, manteniendo un fuerte compromiso con el desarrollo de la nueva escuela al producir temas como **"El Rookie"** y **"Me Lacreo"** para talentos venezolanos emergentes como Neomai. Trabajar de la mano tanto con estrellas consolidadas como con las promesas del futuro es la prueba fáctica de que el talento forjado en la adversidad tiene las herramientas para liderar

sesiones de estudio al más alto nivel y en cualquier etapa del proceso creativo.

Finalmente, Fuenma válida con gran emotividad el propósito de "Tras del Beat". Durante su entrevista, expresa su profundo agradecimiento por la creación de un espacio que dignifica el trabajo de quienes están detrás de los controles, asumiendo la responsabilidad de que una canción suene con calidad de exportación. Señala que, lamentablemente, la industria acostumbra a dejar al productor en las sombras, por lo que contar con una plataforma que exponga sus historias de vida y sus procesos creativos es un paso gigantesco. Para él, este documental funciona como un faro de esperanza para los productores emergentes en Venezuela, demostrándoles que, si se preparan integralmente y mantienen la constancia, es completamente posible superar las adversidades del país y consolidar una carrera exitosa trabajando junto a las estrellas más grandes del género.

Testimonio de Jerick Fissher

El análisis del testimonio de Jerick Fissher cierra este ciclo de entrevistas aportando una dimensión fundamental sobre la figura del **letrista y compositor** dentro de la vertiginosa industria urbana contemporánea. Durante su intervención, Fissher narra sus inicios en Venezuela, coincidiendo con sus colegas en que el talento sobra, pero la falta de una infraestructura industrial orientada a los derechos de autor (editoriales) hace sumamente cuesta arriba el desarrollo a largo plazo para quienes se dedican exclusivamente a la escritura. En su relato, expone que la decisión de emigrar fue un paso obligado no solo para buscar una mejor calidad de vida, sino para insertarse en un mercado donde su pluma pudiera ser valorada, protegida y remunerada correctamente. Su historia refleja la de muchos jóvenes que comienzan componiendo con recursos básicos y luego deben dar el salto al exterior para profesionalizar su pasión.

En el ámbito de la competitividad, el testimonio de Fissher ilustra el altísimo nivel de exigencia que requiere escribir para la industria global. Explica que la música actual

cambia a una velocidad vertiginosa y el compositor debe ser capaz de absorber las tendencias, entender la psicología del artista y diseñar melodías que conecten masivamente. Su trayectoria demuestra que el talento venezolano posee una versatilidad lírica capaz de competir en la cúspide del negocio musical. Este nivel de excelencia lo ha llevado a firmar composiciones para estrellas globales y leyendas consagradas como **Jennifer López, Maluma, Gente de Zona, Reykon, Alexis y Fido, Ñengo Flow y Zion y Lennox**. Además, su capacidad de adaptación lo ha mantenido relevante en la nueva ola del género, escribiendo éxitos como **"10 PM"** (para Blessd), **"Por ti lo digo"** (de Juan Duque), el reconocido tema **"Rayo de Sol"** (de Mother Flowers), y colaborando con figuras de gran impacto como Ryan Castro y Pirlo. Que artistas de esta magnitud confíen la narrativa de sus proyectos en sus letras demuestra que la verdadera ventaja competitiva radica en la creatividad y la ética de trabajo.

Finalmente, Fisser valida de manera contundente la importancia de "Tras del Beat" como un espacio de reconocimiento estrictamente necesario. En su discurso, manifiesta su gratitud al ver que surge un proyecto que saca al compositor de la sombra del estudio y le otorga el protagonismo que merece.

Enlace de proyecto

Instagram:

https://www.instagram.com/trasdelbeat?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw==

Tik Tok: https://www.tiktok.com/@trasdelbeat?is_from_webapp=1&sender_device=pc

Youtube (respaldo documental): <https://www.youtube.com/@TrasdelBeat>

Conclusiones

La culminación de este proyecto de fin de carrera, centrado en la creación y desarrollo de "Tras del Beat", representa mucho más que el cumplimiento de un requisito

académico; es la materialización de un espacio necesario para visibilizar a los productores, *beatmakers* y compositores venezolanos. Al analizar las historias de figuras como Luis Acosta, Hache, Real Doug, Fuenmaa y Jerick Fissher, quedó en evidencia que alcanzar hitos como nominaciones al Latin Grammy, discos de platino o trabajar de la mano con artistas de la talla de Yandel, Feid, Arcángel y Maluma no es obra de la casualidad. Este proyecto permitió comprobar de primera mano que detrás de cada gran éxito mundial hay un nivel de sacrificio, resiliencia y una disciplina inquebrantable por parte de estos creadores que operan desde la sombra del estudio, demostrando el verdadero valor de su oficio.

Desde una perspectiva analítica y humana, este proceso investigativo brindó un aprendizaje profundo sobre las verdaderas dinámicas de la industria musical que a menudo se ignoran desde afuera. Escuchar sus testimonios hizo comprender que, aunque el talento y la creatividad sobran en nuestro país, las deficiencias de infraestructura y recursos impulsan a estos profesionales a tomar la difícil decisión de emigrar para poder insertarse en un mercado sólido y competir en las grandes ligas. Asimismo, permitió interiorizar la importancia crítica que tiene el marco legal en esta carrera; entender cómo funcionan realmente las editoriales, el registro de obras y la protección de los derechos de autor fue fundamental para concluir que la capacidad artística por sí sola no basta si no existe una estructura de negocio que permita al talento proteger y vivir de su arte a largo plazo.

Finalmente, en el ámbito práctico y de ejecución, levantar este proyecto desde cero se convirtió en una escuela profesional inmensurable. El reto de gestionar la plataforma digital obligó a entender cómo identificar y hablarle realmente al público objetivo, diseñando estrategias para que el material no solo fuera diferente y orgánico, sino también genuino y visualmente atractivo. Además, exigió desarrollar habilidades de relaciones públicas y gestión, perdiendo el miedo a tocar puertas y aprendiendo a comunicar la visión del proyecto para convencer a profesionales de altísimo nivel de que

creyeran en la propuesta y colaboraran en ella. Toda esta experiencia integral, desde la búsqueda de los protagonistas hasta la creación del contenido, deja la enorme satisfacción de haber entregado un producto con identidad propia, demostrando que, con constancia, estrategia y una buena ejecución, las ideas logran trascender el papel para convertirse en un impacto real.

Recomendaciones

A partir de la experiencia adquirida durante el desarrollo, producción y difusión del proyecto "Tras del Beat", surgen diversas recomendaciones orientadas a proponer

nuevos puntos de partida para futuras investigaciones. En cuanto a la inclusión de otros roles técnicos y creativos, aunque este trabajo abarcó a productores, *beatmakers* y compositores, el ecosistema musical es mucho más amplio. Se sugiere que futuros proyectos documentales exploren la figura de directores de A & R o *music business managers* venezolanos, quienes operan detrás de los reflectores y son vitales para el éxito internacional. Asimismo, resulta imperativa la exploración de la perspectiva femenina en la industria; incluir testimonios de mujeres productoras, ingenieras y compositoras aportaría una capa de análisis fundamental sobre los retos de género en la escena urbana. Por último, queda como punto de referencia el análisis de la escena local activa, pues documentar a los creadores que decidieron quedarse en Venezuela permitiría contrastar realidades y evaluar cómo se intenta reconstruir y sostener la infraestructura de la industria musical desde adentro del país.

Por otro lado, al evaluar la ejecución audiovisual y digital del proyecto, se identificaron prácticas y procesos que pueden realizarse de una mejor manera en próximas iniciativas de esta modalidad. Respecto a la gestión de tiempos en la etapa de preproducción, la coordinación de agendas con profesionales insertos en el dinámico ritmo global resultó ser uno de los mayores desafíos, por lo que se recomienda ampliar significativamente los tiempos de contacto inicial y *networking* para sortear con holgura las cancelaciones o giras de los entrevistados. En cuanto a la estandarización técnica para entrevistas a distancia, dado que muchos talentos de proyección internacional residen en el exterior, es necesario establecer lineamientos técnicos rigurosos previos a la grabación (como exigir iluminación mínima, uso de micrófonos dedicados y software de grabación local) para garantizar que el material remoto tenga una calidad audiovisual que no desentone con las tomas presenciales.

Finalmente, en cuanto a la expansión del ecosistema digital y creación de comunidad, habiendo comprobado el inmenso valor y la efectividad del crecimiento orgánico logrado, se recomienda para futuros proyectos dar un paso más allá del

contenido audiovisual tradicional. Resultaría muy enriquecedor generar espacios interactivos —como transmisiones en vivo, foros de debate o alianzas con academias de música locales— que conviertan a la audiencia no solo en espectadores, sino en una comunidad activa donde los nuevos talentos puedan compartir sus propios proyectos, recibir retroalimentación y conectar directamente, elevando así el impacto educativo y cultural de la obra.

Referencias

Pulizzi, J. (2014). *Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break Through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less*. McGraw-Hill

Education.

Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business.

Anexo.

1. Logo



2. Métricas de Instagram y Tik Tok



Actividad del perfil ⓘ

vs. 11 de dic. - 10 de mar.

613

+69,8%

Visitas al perfil

613

+69,8%

Toques en el enlace externo

0

--



8:07

86



Estadísticas

Inspiración

Resumen

Contenido

Espectadores

28 días

60 días

365 días

Personalizar

Métricas clave

8 jun 2025 - 7 jun 2026

Visualizaciones de tus...

10K

Visualizaciones de perfil

119

Me gusta

524

Comentarios

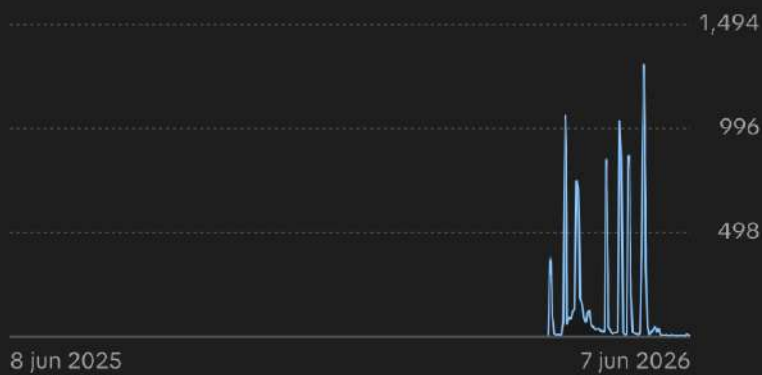
15

Veces compartido

30

Recomp. estimadas

-



Fuente de tráfico

Para ti

95.0%

Perfil personal

4.2%

3:57

64%



Estadísticas

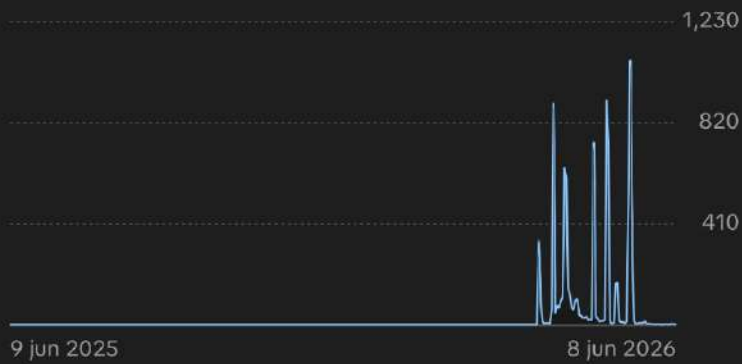
sumen Contenido **Espectadores** Seguidores LIVE

Métricas clave ⓘ

9 jun 2025 - 8 jun 2026

Total de espectadores
8,626

Espectadores nuevos
7,583



Estadísticas de espectadores ⓘ

Sexo

Edad

Ubicaciones



- **Hombre** 65%
- **Mujer** 35%
- **Otro** 0% >

3. Testimonios

Luis Acosta



Link de la entrevista con Acosta:

<https://youtu.be/R9MUnXxLHZo?si=olH6d7kuJra81FYO>

Instagram: <https://www.instagram.com/acostaproductor/>

EL HACHE



Link de la entrevista con El HACHE:

https://youtu.be/ygEElqaYsY?si=ASgDASeOVoS_rEMB

https://open.spotify.com/playlist/2iyh31i7AsPL23dnczC9XW?si=55tmhmG5SgCn_1ALHu2U4Q

Instagram: https://www.instagram.com/hache_____/

Douglas Villasmil



Link de la entrevista con Douglas:

https://youtu.be/dMqODBTrEQk?si=zlf7iHmToYc_Gwl7

<https://credits.muso.ai/profile/c0ff15a5-38f4-4ad9-9cfd-76f971309792>

Instagram: <https://www.instagram.com/realdoug/>

Fuenma



Link de entrevista con Fuema:

<https://youtu.be/e2CV8bbtZLw?si=0zehPXGYhCladMBK>

Instagram: <https://www.instagram.com/fuenmaa/>

Jerick Fisser



Link de la entrevista con Jerick:

<https://youtu.be/UGPrNj3-c9U?si=5rrUvw9BwAWVsT>

Instagram: <https://www.instagram.com/jerickfisser/>

