

# **BECAST - JOINING ARTISTS : App como medio para la consolidación de proyectos artísticos<sup>1</sup>**

**Autores:** Edwar David Rodriguez Ibarra<sup>2</sup>

## **Resumen**

El siguiente artículo consta de la exposición de una propuesta en pro de afrontar problemáticas sociales como la desvalorización, la falta de oportunidades y la estigmatización que muchos artistas reciben en la actualidad. La intención es influir de manera positiva para artistas de bajo y medio perfil fortaleciendo vínculos que contribuyan para la consolidación de sus proyectos, con ello se logra hacer sentir al usuario no solo parte de una red sino también de una comunidad. No obstante, basados en la metodología de investigación proyectiva se genera una estrategia aplicada como campaña de expectativa a partir de un diseño gráfico elocuente, fortalecida con respecto a resultados obtenidos a partir de una investigación de técnica mixta, en donde la aplicación de herramientas de índole cualitativa permite construir una acertada funcionalidad basados en las necesidades, gustos u opiniones por parte de profesionales en variedad de perfiles artísticos, con ello se compara las estrategias e impacto por parte de grandes compañías, encontrando la posibilidad de plantear un sistema íntegro como factor diferencia.

**Palabras Clave:** Diseño, Usuario de información, Red social, Arte, Innovación científica, Medios de comunicación de masas, identidad visual,

## **Abstract**

The following article consists of the exhibition of a proposal in favor of facing social problems such as devaluation, the lack of opportunities and the stigmatization that many artists receive today. The intention is to positively influence low and medium profile edges by strengthening

---

<sup>1</sup> Trabajo de grado para el nivel de Tecnólogo en

<sup>2</sup> Autor 1: Estudiante de Diseño Gráfico, Nivel Tecnológico, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN . Correo: ewuard.rodriquez@cun.edu.co

links that contribute to the consolidation of their projects, thereby making the user feel not only part of a network but also of a community. However, based on the projective research methodology, a strategy applied as a campaign of expectation is generated from an eloquent graphic design, strengthened with respect to results obtained from a mixed technique research, where the application of tools of the nature Qualitative allows building a successful function based on the needs, tastes or opinions of professionals in a variety of artistic profiles, thereby comparing the strategies and impact of large companies, finding the possibility of proposing a complete system as a differentiating factor.

**Keywords:** Design, Information user, Social network, Art, Scientific innovation, Mass media, visual identity,

## **Introducción**

Actualmente son muchas las personas que tratan de incursionar y mantenerse a flote en este mundo cuyo futuro es incierto. El arte es un mundo que cada día se ve afectado no solo por la mala remuneración sino también por un auge imparable de tecnologías que promueven comportamientos e ideologías consumistas, dando como resultado que todo el contenido sea efímero. Lograr “enganchar” a la audiencia y perdurar en el tiempo es el mayor de los retos, por lo tanto, querer destacar como artista en un presente totalmente saturado resulta ser un panorama complicado para muchos. Y es que para crear contenido que impacte se depende más de un mayor esfuerzo económico.

Por otra parte, para comprender la intención y la manera de desarrollar la solución a estas problemáticas, es necesario adentrarse y visualizar el contexto y diario vivir de jóvenes artistas de medio y bajo perfil. Por consiguiente, para la correspondiente investigación se trazó una estrategia que permite concluir con una propuesta gráfica conceptual ligada a la funcionalidad y a sus vínculos emocionales.

El desenvolvimiento de la propuesta parte de claros motivos encontrados a partir del análisis del panorama actual del arte, comprendiendo que la falta de oportunidades para los artistas es la mayor problemática observada a nivel local, regional, nacional e internacional respaldada por diversos estudios, tales como el estudio sobre los artistas en Australia de Throsby (2007) y cifras del DANE sobre el desempleo juvenil en Colombia (2020); en donde se expone la situación que enfrentan los jóvenes, no ajeno al panorama actual del arte colombiano. Hoy en día, existen muchos sistemas, plataformas, aplicaciones o herramientas que en su gran mayoría **garantizan** ayudar a los usuarios y prometiéndoles lograr un impacto social; sin embargo, muchas de estas se aprovechan del desconocimiento de las herramientas por parte de quienes cuentan con menos posibilidades y su principal objetivo es lucrarse a partir del desconocimiento o ingenuidad de los usuarios. Por otra parte, muchas comprometen al artista con cláusulas y términos que no lo benefician por el contrario los obligan a permanecer con ellos y mantener el lucro o beneficio de quienes los **explotan**, por lo que dada esta situación para ellos se sigue manteniendo complicada su situación; son más quienes quedan estancados, llegan a conflictos con las compañías o simplemente deciden dejar de lado su arte.

Con lo anterior, se vio la necesidad de influir para bien en el mundo artístico con una idea llamativa, sólida estructuralmente y sobre todo funcional. Por lo que se parte de un análisis y exploración acerca de las alternativas con las que se cuentan, encontrando infinidad de opciones que toman de referencia un solo tipo de artista de acuerdo a sus intereses, brindando a dichos usuarios ciertos beneficios y a su vez estas compañías cuentan con la ventaja de poder llegar a los distintos medios digitales generando mayor confianza para sus usuarios. Por lo cual, se observa que en algunos sectores artísticos pocas veces ellos son tenidos en cuenta. Sin embargo los artistas no desconocen el presente del arte y buscan afrontarlo en su día a día de la mano de otros artistas, estas actitudes y comportamientos observados en la gran mayoría de los artistas, denotan su compromiso y ponen en mayor evidencia lo poco respaldados que se encuentran.

Por otra parte, cuando las nuevas tecnologías son una parte importante del día a día, se plantea el interrogante de *¿Cómo conectar al artista y su obra en pro de beneficios y mejores oportunidades, aprovechando el desarrollo de medios digitales?* El diseño de orden y la experiencia de usuario se convierten en elementos claves a la hora de asegurar el éxito de proyectos. Marger (2007) expone que el desarrollo de un sistema digital busca que las interfaces sean útiles, utilizables y deseables desde el punto de vista del usuario. Por su parte, Morville (2004) indica que un software es deseable producto de la eficiencia en armonía con la imagen, lo gráfico y el manejo de marcas características del diseño emocional. El enfoque de diseño emocional se formaliza en la concepción de Diseño UX empleado en el marco del reconocimiento del valor del uso desde una visión perceptiva, experimental y con un significado emocional (Gothelf et al., 2019).

### **Pregunta Problema**

¿Cómo generar por medio del diseño, una herramienta interactiva en donde artistas puedan fortalecer sus proyectos?

### **Objetivo General**

Desarrollar una app de tono cercano cuya finalidad sea consolidar vínculos entre usuarios de diversos perfiles en pro de mejorar sus producciones artísticas y garantizar un mayor impacto para sus contenidos.

### **Objetivos específicos**

1. Sistematizar las funciones a partir de los intereses profesionales de los artistas.
2. Desarrollar el diseño de interfaces de acuerdo a los resultados obtenidos.

3. Generar una campaña de expectativa por medio de piezas gráficas, que permita conocer qué reacciones y grado de aceptación tendrá a futuro.

## Metodología

Se desarrolla el tipo de investigación proyectiva, en lo cual se postula que esta herramienta interactiva podría llegar a solucionar en gran parte la problemática a tratar, teniendo en cuenta un proceso de exploración e indagación. Se otorga un enfoque de investigación de técnica mixta debido a que es necesario recolectar datos y puntos de vista, además de encontrar qué emociones y reacciones expresan a quienes se quiere llegar; lográndolo por medio de la aplicación de técnicas e instrumentos de recolección de la información tales como la entrevista ( 3 artistas de diferentes perfiles con trayectoria), la encuesta (de 8 artistas) y la observación. Por otra parte, la propuesta se estructura basada en el modelo de doble rombo compuesto por cuatro fases, encontrado en la DESIGNPEDIA (Gasca y Zaragoza, 2014).

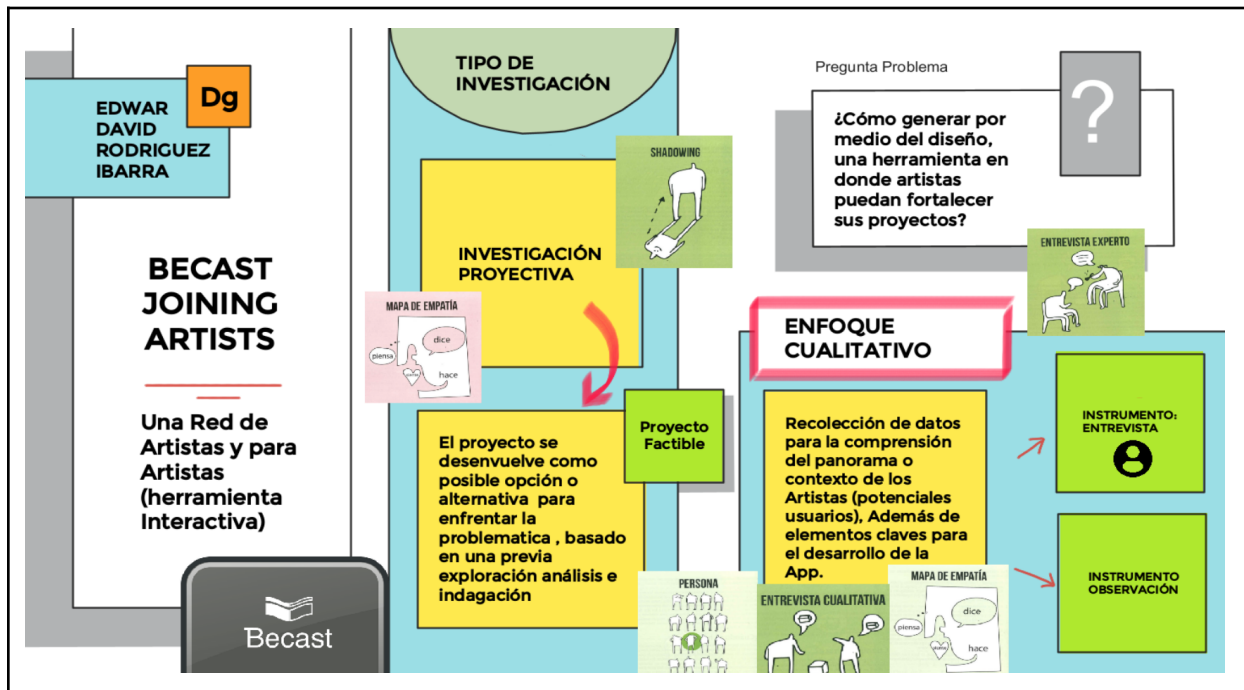


Figura 1: Estructura de la metodología del proyecto. Fuente: Elaboración propia

**Fase 1. Mapear:** se define como target a jóvenes artistas en edades entre los 16 a 27 años, artistas de bajo y medio perfil que mantienen constante interacción con herramientas tecnológicas, atentos a las nuevas vanguardias; tomando de referentes a artistas de la ciudad de ibagué que actualmente se encuentran ejerciendo su profesión artística. Por otra parte se logra llegar a jóvenes de características similares pero que han tenido que migrar a Estados Unidos para encontrar mejores oportunidades. No obstante, se tiene presente que al a comprender gran variedad de perfiles artísticos se hace extenso y diverso el contenido racional y emocional que se logra recolectar, por lo que se desarrolla un planteamiento ligado a encontrar similitudes en sus actitudes y comportamientos, lo cual por medio de la herramienta *persona* y el *mapa de empatía* logra idealizar el usuario para el proyecto.

**Fase 2. Explorar:** Con el grupo objetivo establecido se recolectan datos que permiten identificar las necesidades, actitudes y puntos de vistas, haciendo uso de herramientas de enfoque cualitativo tales como la *Entrevista a experto* y el *Shadowing*. Por consiguiente, la recolección de estos datos, permite generar una propuesta con bases sólidas y sobre todo con motivos para que logre un mayor grado de aceptación.

**Fase 3. Construir:** En los resultados encontrados, se hace énfasis en cómo es el comportamiento del artista frente a las adversidades, exaltando el valor que dan en contribuir para la comunidad, es decir siempre pensando en cómo poder ayudar a sus colegas, siendo un resultado no ajeno al propósito del arte. Por otra parte, se comprende que por ser jóvenes existe cierto temor a poder contar con mayor experiencia, lo cual es un comportamiento muy presente en diversos ámbitos, por ende muchos jóvenes artistas afrontan sus retos junto a personas en su mismo nivel o incluso afrontando los retos por sí solos. Por consiguiente se hace uso de herramientas de prototipado como *prototipo para empatizar*, empleando en la propuesta ese aire de comunidad transformado en red social, permitiendo ganar puntos con los jóvenes debido a que allí encontrará contenido con el que se puede llegar a identificar. No obstante también se hace uso del *prototipo funcional*, brindando al target una propuesta cercana que logra acercar la idea del proyecto, simulando su

funcionalidad. Por consiguiente se le da nombre Joining Artists, a partir de la necesidad de aclarar su propósito, tomando partida de una marca construida a partir de la representación de elementos que se complementan para consolidarse en una forma, escritos en el idioma inglés con el fin de llegar a ser tomado en parte de un lenguaje universal.

**Fase 4. Testear:** Se procede a dar a conocer la idea en un grupo objetivo, especificando y aclarando algunas de las funcionalidades dentro de la app; aplicando las técnicas del *Test Cuantitativo* y el *Test de Usuario* con el fin de obtener datos y puntos de vista que permitan concretar la idea.

## **Cuerpo Teórico**

### ***Una compleja delimitación***

El contexto actual del arte no es bueno y especialmente para los jóvenes que se incursionan en él, implica tener presente las vertientes artísticas con sus características, darse a conocer en su actividad, las condiciones económicas, sociales y culturales. Por ende a partir de Sharat (2019) se interpreta que para el artista es muy complejo y a su vez ambiciosa su expectativa de vida, y no todos logran tener asegurado un buen futuro a partir del arte, siendo la mala remuneración económica la principal amenaza, lo cual es un presente desolador y que no depara un futuro prometedor para el arte.

No ajeno a este presente, basado en la reflexión realizada por en Sánchez (2021) a partir de la muestra de resultados del contexto del desempleo juvenil en Colombia según el Dane, para Julio del año 2020 se obtuvo un resultado alarmante de un 21,8% de los 10,9 millones de jóvenes en Colombia. lo cual demuestra un *desperdicio* de la vida productiva en la etapa más importancia;

No obstante el panorama es más desalentador teniendo en cuenta la desigualdad de oportunidad que se tienen frente a las expectativas de vida. sobre todo que gran porcentaje de dicha población se ha preparado y formado, por lo que al ver que no cuentan con las oportunidades conlleva una tendencia a que estas personas se vean afectadas como ser humano, es decir sin encontrar un lugar en la sociedad, lo cual genera una baja autoestima a lo cual muchos temen enfrentar.

Al mismo tiempo, se tiene presente que dicho problema abarca un gran impacto, no resulta útil o incluso suena imposible pensar en poder ayudar a que cada artista teniendo en cuenta la diversidad de profesiones presentes; por lo que plantear una alternativa en donde las oportunidades surjan al unir o agrupar artistas en pro de la generación de contenidos no resulta estar fuera de lugar. No obstante se aparta de métodos que han buscado muchas compañías; transformando ese factor de comunidad en la pieza clave para lograr mayor impacto y con ello conseguir una **alternativa económica**. Esta sería quizás la esperanza para muchos artistas colombianos desempleados que necesitan dar a conocer sus producciones artísticas nacional e internacionalmente desde una App amigable y económica, pero significativamente impactante.

### ***Pensando como Artista***

Por otra parte, Sánchez (2021) indica ***¿Qué pasó con la promesa de: a mayor estudio, mejores oportunidades?*** El mercado laboral viene presentando desde hace un tiempo una serie de transformaciones como la flexibilización laboral y el aumento en los niveles de tercerización que, aunque bien percibidas en términos de ingresos económicos, están dejando totalmente marginados a quienes, en últimas, son uno de los motores de la economía: “los jóvenes trabajadores”.

Por consiguiente, las garantías que existen para los artistas no son las suficientes, y las oportunidades son escasas; además el entorno laboral no resulta ser incentivo para los jóvenes, cada vez, son más los pretextos, prejuicios e ideologías los que se imponen a la hora de contratar



a los jóvenes en las empresas, tal vez porque la oferta desbordada de artistas buscando oportunidades supera la demanda de oportunidades laborales que brinden estabilidad y motivación para los artistas, consiguiendo con ello mayor capacidad de trabajo creativo.

Por otra parte, Del Castillo (2017) en su artículo La auto-explotación del artista en el corporativismo cultural (I), nos deja ver desde los postulados de Byunc, que el artista actual se encuentra en la encrucijada de continuar alimentando el ego de los empresarios que se lucran de la producción artística y cultural respondiendo a unos *estándares* cada vez más difícil de responder; o buscar una “libertad” condicionada a los gustos estéticos de quienes le compran el arte al precio que ellos quieren. Cualquiera de estas dos direcciones que escoja tomar siempre terminará frustrando o desmeritando su arte llenándolo de temores e incertidumbres con llevándolo a la aceptación pasiva de esas condiciones y exigencias. Se requiere entonces que el artista encuentre una razón para valorarse y valorar su producción y ello lo puede hallar sintiéndose “parte de” un medio artístico en el cual pueda interactuar y participar activamente de los procesos para sentirse “incluido” y verdaderamente valorado.

### ***El desarrollo de una red***

No obstante es necesario argumentar desde variedad de experiencias, contar con 2 o 3 aportes no es suficiente para comprender los factores que involucran a la idea de proyecto; para buscar la solución de una problemática de tan grande índole es necesario entrar en contacto con la diversidad artística, aprender, conocer y adaptar su contexto; la interacción con jóvenes artistas debe ir ligado a las herramientas con las que pueden contar; Por tanto, las redes sociales permiten crear una vida y desarrollarla. La recolección de la información es pertinente para la concepción y estructuración de cualquier herramienta, lograr acercarse a posibles usuarios y conectar con un propósito posibilita un mayor grado de aceptación, interacción y sobre todo llevar la idea de necesidad para el usuario.

Otro de los aspectos a tener en cuenta es el mercado del streaming de video on demand (SVoD), Escamilla, O. (2021), en su artículo *Las plataformas de streaming y el problema de la saturación de estos servicios* nos da a conocer la problemática que se hace evidente en la cada vez mayoritaria aparición de plataformas *streaming* en las diferentes pantallas de los usuarios latinoamericanos especialmente en el ámbito mexicano. Si tenemos como referente que la competencia es cada vez mayor entre plataformas de contenido video como Netflix, Amazon, Disney, etc, nos damos cuenta que un gran número de la población está accediendo cada vez más a este tipo de entretenimiento, es decir, las personas están viendo cada vez más fácil y rápido el contenidos digitales en distintas plataformas inclusive entre población adulta. Por ello resulta viable generar este tipo de App en la cual los usuarios que serían casi exclusivamente artistas con intereses afines logren ver una oportunidad de encontrarse y promocionar sus productos artísticos y allegando también a los usuarios *no artistas* pero que les gusta el arte y las diferentes tendencias culturales que aparecen en el contexto cibernauta.

## **Resultados**

Los resultados obtenidos permite consolidar un concepto funcional, lográndolo gracias al interactuar con el target, postulando una propuesta de la manera más cercana y sobre todo contando con sus opiniones; no solo se destacan resultados a favor provenientes de las herramientas aplicadas en la metodología, sino también respuestas negativas generadas al no comprender de la mejor manera la funcionalidad de la app, lo cual permitió precisar mejor en aquellos para ajustar dicha funcionalidad.

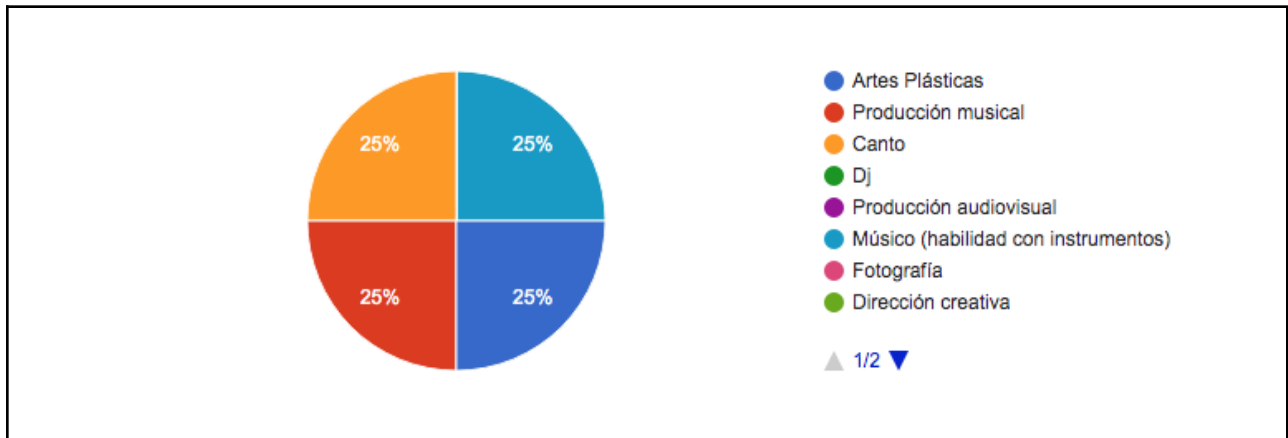
A partir de las herramientas utilizadas durante la metodología en su fase de mapeo, se logró el arquetipo de usuario factible con el cual se quiere interactuar para conocer su contexto, emociones e ideologías; lo cual se logra por medio de la herramienta *persona* y el *mapa de empatía* como se muestra en la siguiente figura:



**Figura 2:** Mapa de empatía. **Fuente:** Elaboración propia

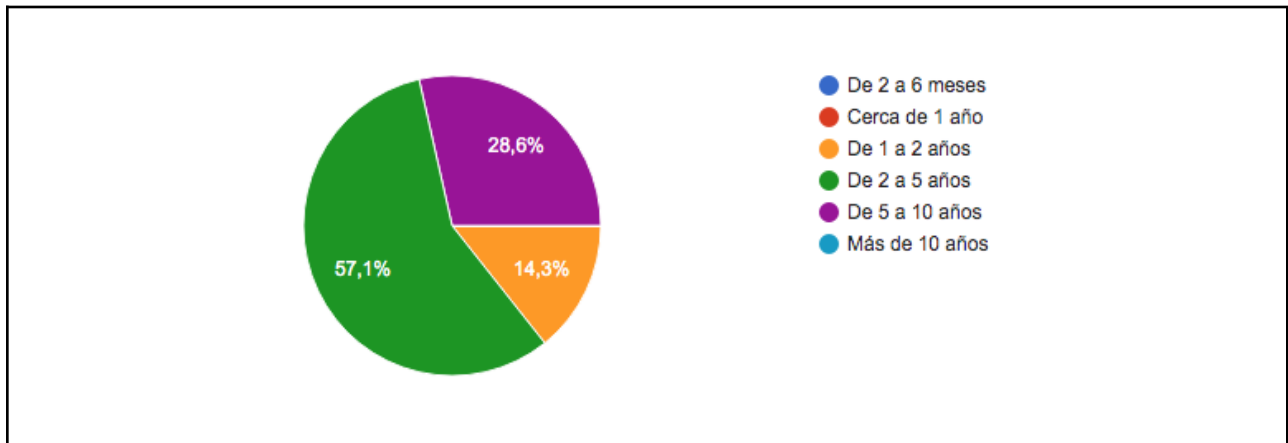
Por consiguiente, Se realizó un formulario con el enfoque de investigación de técnica mixta, aplicando preguntas para la obtención de resultados de tipo cuantitativos y cualitativos; en la cual se realizaron las siguientes preguntas:

### 1. *Selecciona tu vocación artística*



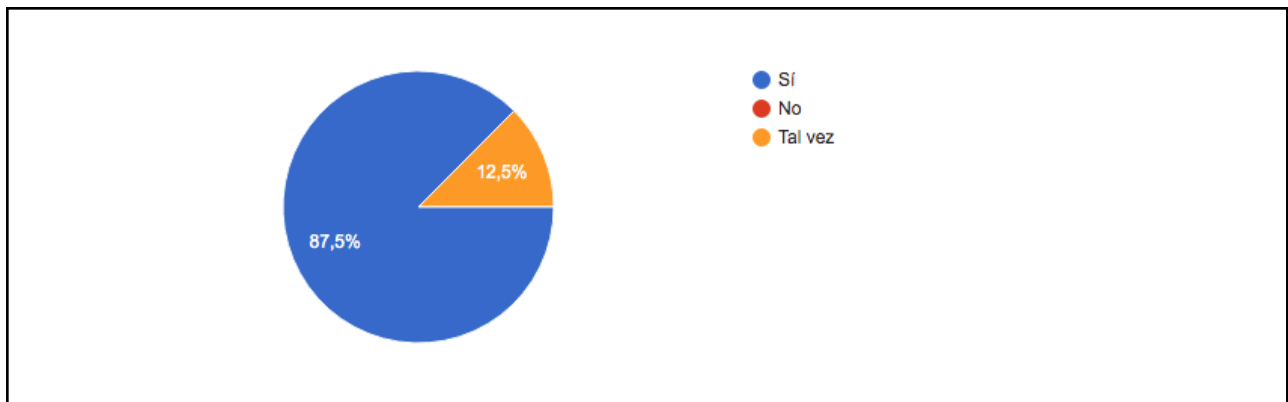
**Figura 3:** herramienta de recolección de datos. **Fuente:** Elaboración propia - google forms

### 2. *¿Cuánto tiempo lleva ejerciendo como artista?*



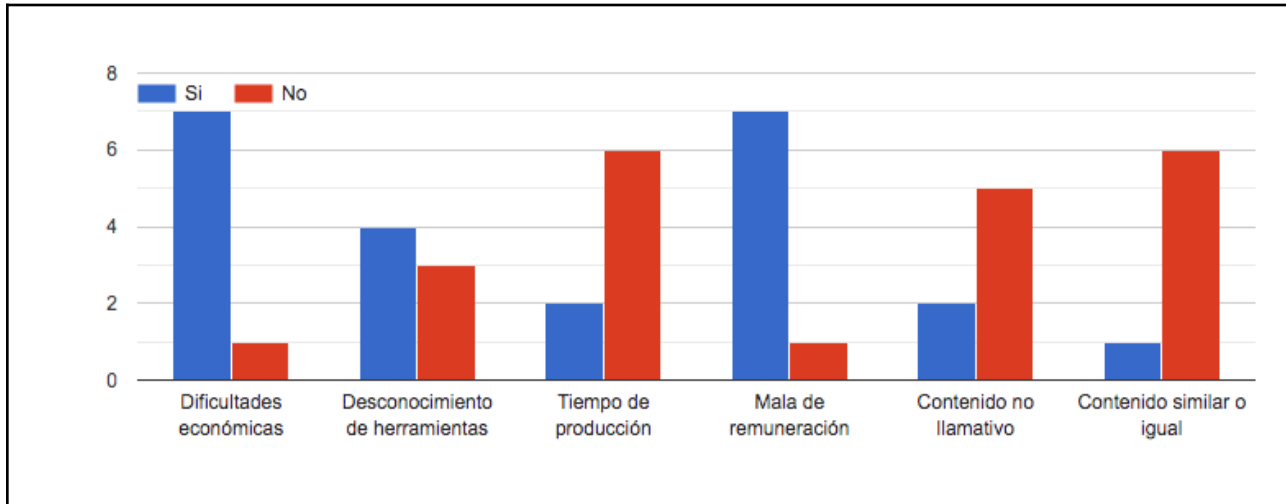
**Figura 4:** herramienta de recolección de datos. **Fuente:** Elaboración propia - google forms

### 3. *¿Tiene o ha tenido inconvenientes durante su carrera artística?*



**Figura 5:** herramienta de recolección de datos. **Fuente:** Elaboración propia - google forms

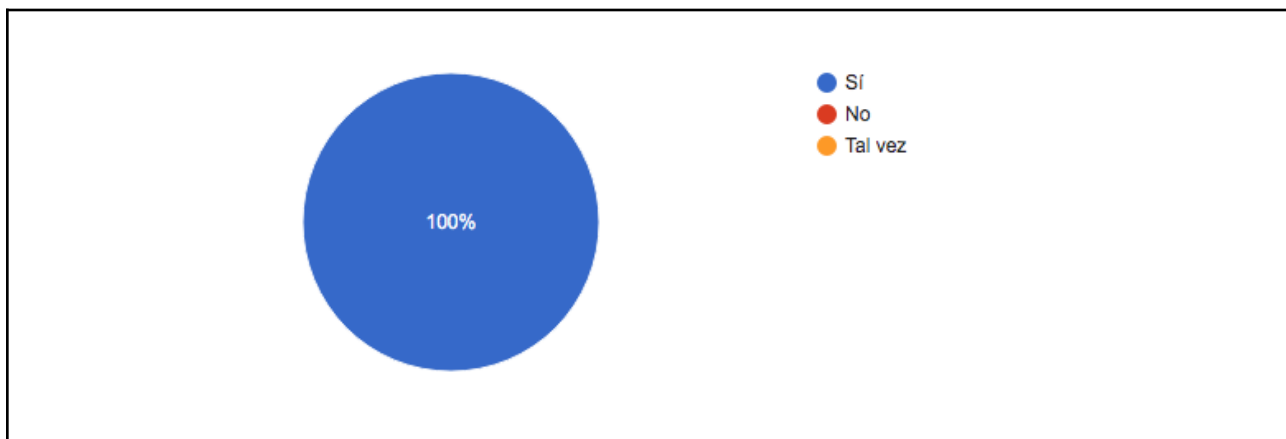
4. *¿Con cuáles de estas adversidades te has encontrado? (marca sí o no)*



**Figura 6:**herramienta de recolección de datos. **Fuente:** Elaboración propia - google forms

5. *La app será de acceso gratuito, su funcionalidad es de red social, pero con propósito e intención de vincular diversos perfiles artísticos para la producción de contenidos, lo cual potencia la trayectoria de los usuarios.*

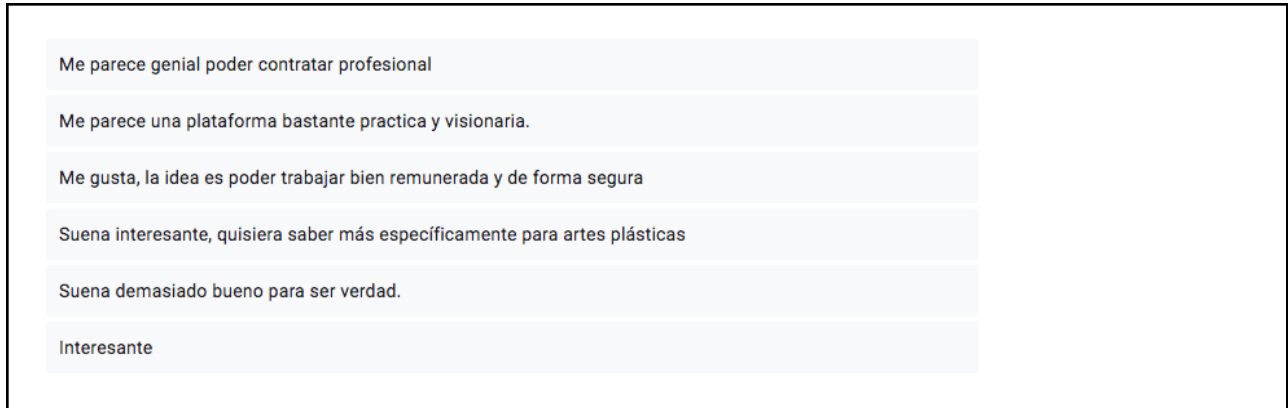
*¿Le llama la atención?*



**Figura 7:**herramienta de recolección de datos. **Fuente:** Elaboración propia - google forms

6. *Los artistas podrán contratar directamente con Becast para cualquier tipo de producción artística e incluso contar con el respaldo del sello discográfico, sin términos ni restricción alguna para la producción de contenido.*

***¿Qué opina de esto?***



Me parece genial poder contratar profesional

Me parece una plataforma bastante practica y visionaria.

Me gusta, la idea es poder trabajar bien remunerada y de forma segura

Suena interesante, quisiera saber más específicamente para artes plásticas

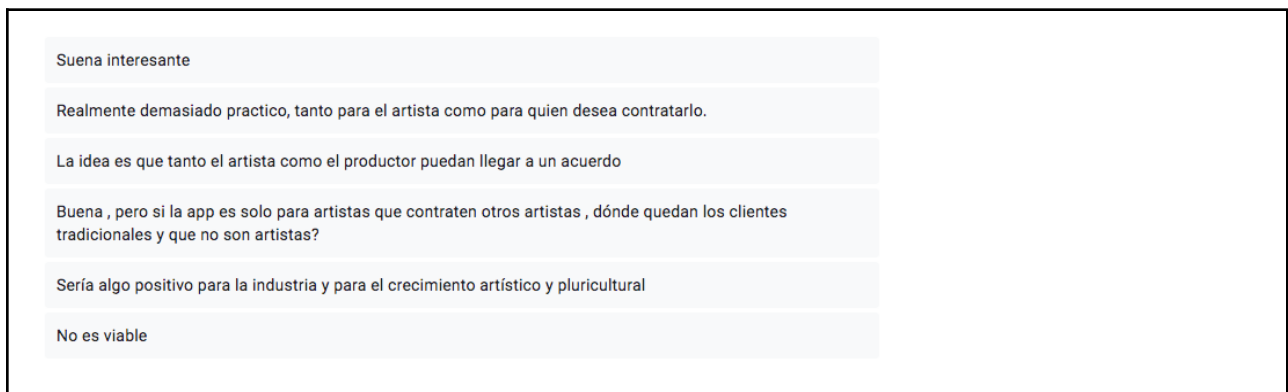
Suena demasiado bueno para ser verdad.

Interesante

**Figura 8:**herramienta de recolección de datos. **Fuente:** Elaboración propia - google forms

7. *Al conectar con otros artistas los usuarios podrán establecer acuerdos de modelos de pago, dependiendo de cómo mejor les convenga. Por ejemplo, los artistas ligados a la música que contraten con otros artistas podrán estipular de acuerdo a la cantidad de reproducciones en las diferentes plataformas de streaming.*

***¿Qué piensa de poder contar con diferentes formas de contratar con artistas?***



Suena interesante

Realmente demasiado practico, tanto para el artista como para quien desea contratarlo.

La idea es que tanto el artista como el productor puedan llegar a un acuerdo

Buena , pero si la app es solo para artistas que contraten otros artistas , dónde quedan los clientes tradicionales y que no son artistas?

Sería algo positivo para la industria y para el crecimiento artístico y pluricultural

No es viable

**Figura 9:**herramienta de recolección de datos. **Fuente:** Elaboración propia - google forms

8. ¿ Le gusta el estilo gráfico o diseño en estás secciones?

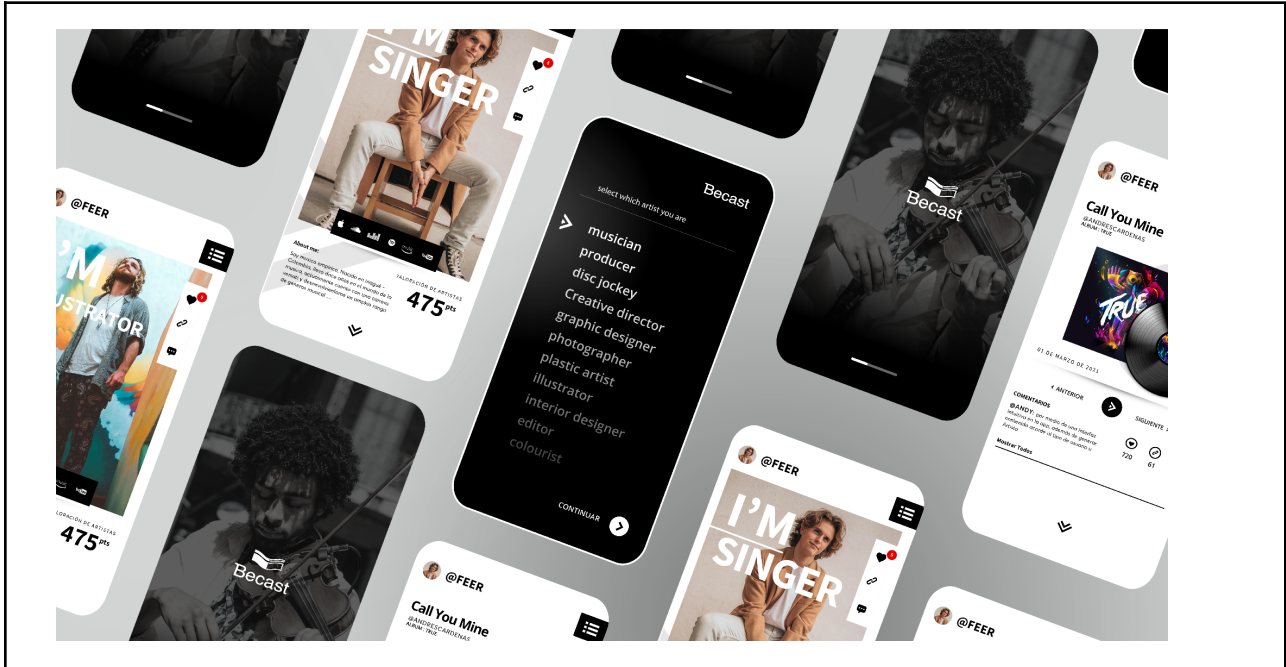


Figura 10: Diseño de interfaces. Fuente: Elaboración propia

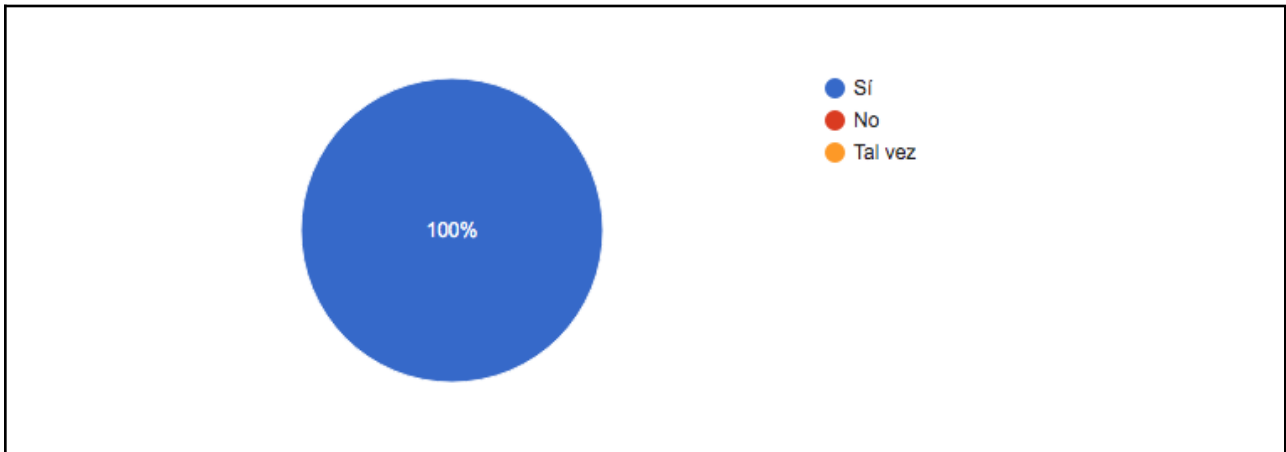


Figura 11: herramienta de recolección de datos. Fuente: Elaboración propia - google forms

9. ¿cuales de las siguientes opciones denota del diseño?

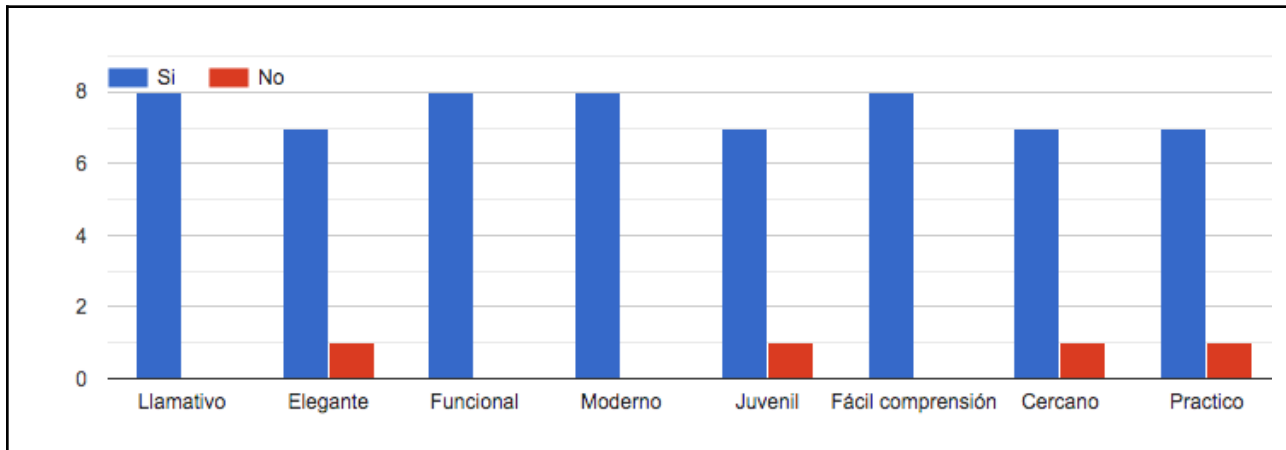


Figura 12:herramienta de recolección de datos. Fuente: Elaboración propia - google forms

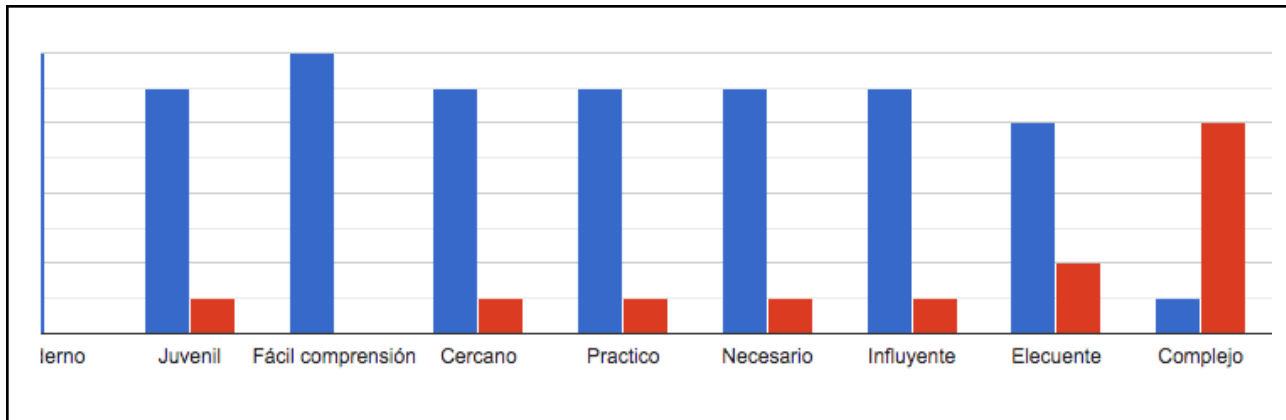


Figura 13:herramienta de recolección de datos. Fuente: Elaboración propia - google forms

10. ¿Déjanos alguna inquietud o sugerencia que tengas con el proyecto?

Me gustaría ser parte de ello pero ya!!!

Ojalá exista un lugar en la app donde se muestre el trabajo del productor

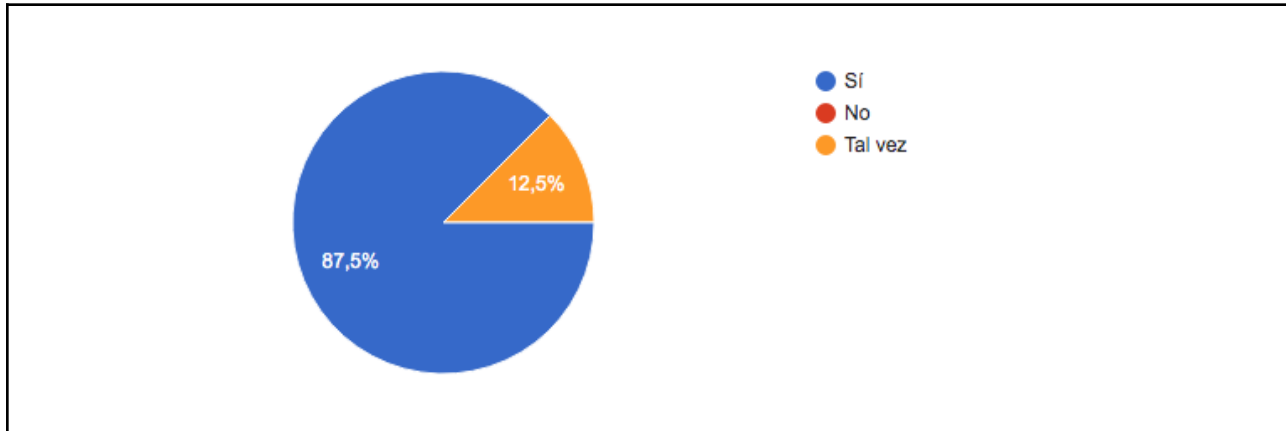
Se ve interesante. Ojalá lo logren sacar adelante. Lo único sería apartar los tipos de artistas que hay. Y tener un enfoque personalizado de acuerdo a cada tipo de artista. Y también se debería pensar en los clientes no artistas

Se menciona sello discográfico, cómo sería eso?

Figura 14:herramienta de recolección de datos. Fuente: Elaboración propia - google forms



## 11. ¿Usaría la app?



**Figura 15:** herramienta de recolección de datos. **Fuente:** Elaboración propia - google forms

El mayor logro obtenido es que para los entrevistados y encuestados les es interesante, con una aprobación de más del 85% y con un restante no del todo convencidos pero manteniendo su interés. No obstante, fue pertinente influir con preguntas claves que permitieron fortalecer vínculos. dichas preguntas fueron:

- ***¿Tiene o ha tenido inconvenientes en su carrera artística?***

Más de un 85% de las personas encuestados reconocen contar con circunstancias adversas durante su carrera artística, un resultado de esperar expuesto en las investigaciones realizadas, en las cuales se evidencian factores relevantes como la estigmatización y la desvalorización del arte.

- ***¿Con cuáles de estas adversidades te has encontrado?***

Dificultades económicas y mala remuneración fueron las opciones presentes en las respuestas de todos los participantes, evidenciando el panorama que afronta el arte en la actualidad. El desconocimiento de herramientas es la tercera opción más seleccionada, la cual genera un interrogante y abre espacio en donde poder postular la propuesta.

Otras preguntas formuladas permiten recolectar datos relevantes para concretar la funcionalidad y aceptación por parte de los usuarios, lo cual genera una interacción cercana a la posible solución que dichos usuarios estarían buscando, las preguntas formuladas de este carácter fueron:

- La app será de acceso gratuito, su funcionalidad es de red social, pero con propósito e intención de vincular diversos perfiles artísticos para la producción de contenidos, lo cual potencia la trayectoria de los usuarios.

#### ***¿Le llama la atención?***

El 100% de los encuestados aprueba la idea principal del proyecto, lo cual depara un buen comienzo para su desarrollo.

- ¿ Le gusta el estilo gráfico o diseño en estas secciones?

Se logra simpatizar con todos los encuestados, una aprobación del 100% en un apartado que influye en gran parte para la decisión final del usuario, es decir decidir optar por Joining artists no solo vendría ligado de cuan llamativa les parezca la idea, sino también influidos por una atracción lograda a partir del lenguaje visual de la app.

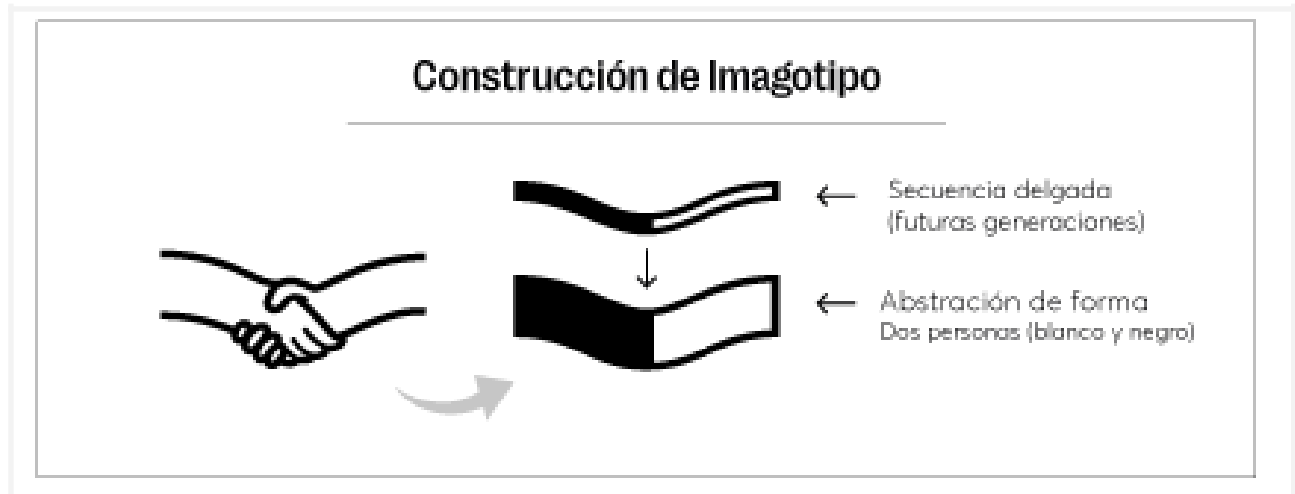
- ***¿ Cuáles opciones denota del diseño ?***

Los resultados obtenidos al acercarse al diseño de interfaces, demuestra que se va por buen camino para convencer al usuario; Todos los encuestados denotan un diseño llamativo, funcional, moderno, cercano, fácil de comprender, otras opciones con mayor popularidad son elegante, juvenil, cercano, práctico, necesario, influyente y elocuente; y para la gran mayoría fue de fácil comprensión su funcionalidad.

- ***¿Usaría la app?***

Basados en los resultados el uso de la herramienta es aprobado por un porcentaje mayor al 85%, que no solo demuestra el gusto a favor por parte de las personas encuestadas sino también el potencial que tiene la propuesta, viendo en esta la posibilidad de ser una herramienta de necesidad.

A partir de los hallazgos, se construye una marca que en su concepción parte de valores éticos para fortalecer su mensaje, lo cual garantiza una experiencia no solo ligada a su características visuales y naming, sino también a la manera en que vende, transmite y conecta.



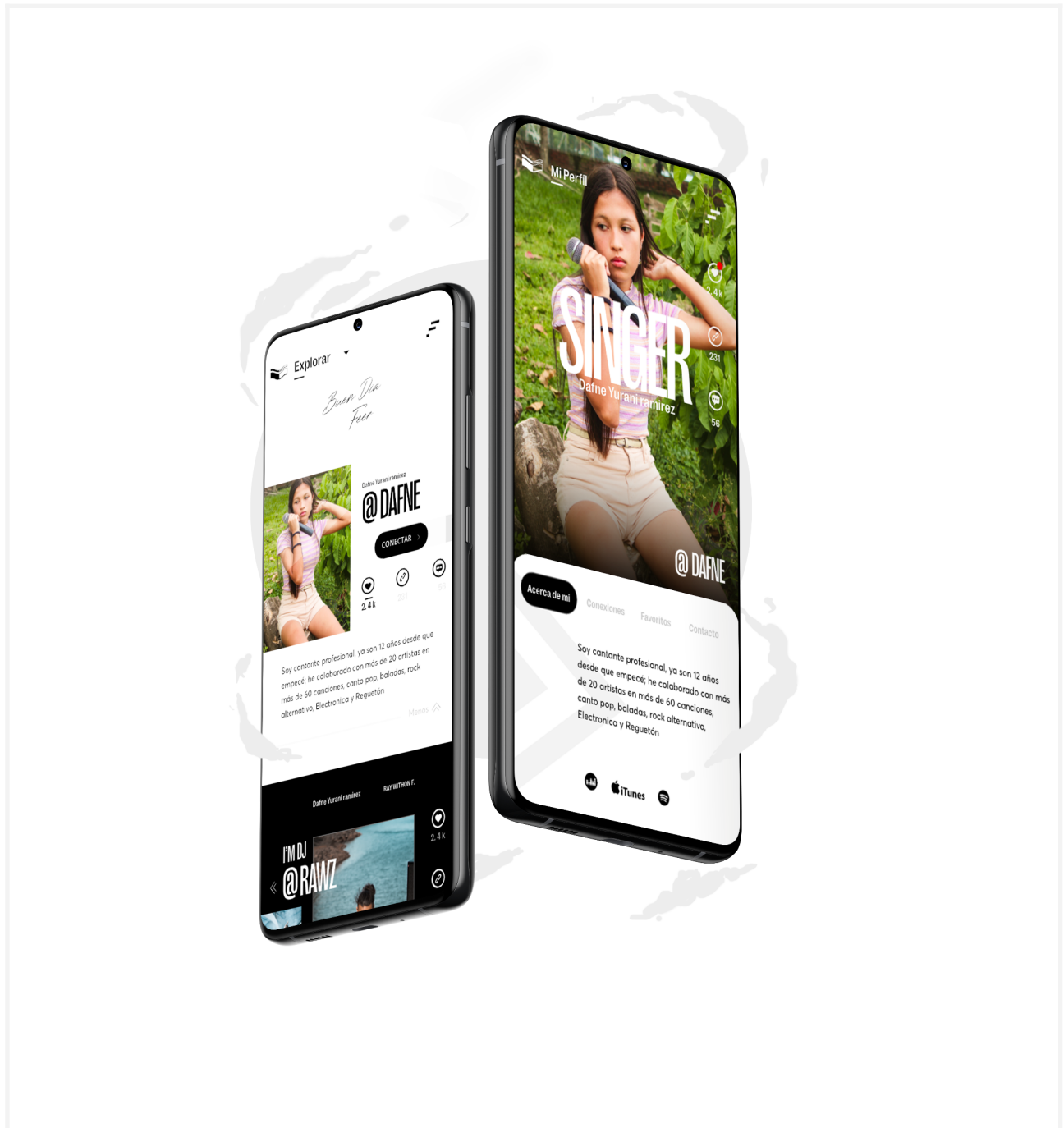
**Figura 16:** Estructura de símbolo - Diseño de orientación gráfica **Fuente:** Elaboración propia

Joining Artists cumple la función de aclarar la intención de la propuesta, dos palabras que conciernen mayor grado de atracción, este conector gráfico es logrado a partir de las influencias visuales que orbitan en los medios digitales de la actualidad, en la composición se equilibra su estructura, brindando un aire a partir de formas rígidas aplicados a una comunicación cercana.



**Figura 17:** Pieza gráfica - Animación de marca **Fuente:** Elaboración propia

Finalmente a partir de las bases estipuladas desde la marca, se desarrolla un prototipo de app que logra interactuar con el target, cuyo propósito se consolida a partir de un lenguaje gráfico acorde a las necesidades, gustos y experiencias.



**Figura 5:** Diseño de interfaces - Prototipado para empatizar - Prototipado funcional **Fuente:** Elaboración propia



**Figura 3:** Papelería corporativa - Potenciales Usuarios. **Fuente:** Elaboración propia

## Discusión

Gracias a la investigación, se hace evidente la falta que les hace esta herramienta a los artistas; en la actualidad los artistas cada vez se ven más afectados por muchos factores, lo cual prácticamente están consumiendo el interés de los jóvenes hacia el arte. La propuesta logró ser acogida por un porcentaje corto pero que refleja el panorama actual del artista y los resultados hablan más de ser tomada como necesidad. No existe un planteamiento de comunidad dentro de las compañías que *promueven* el arte; siendo este un factor clave y a su vez diferencial en el

desarrollo de la propuesta, los artistas que interactuaron comprenden gran parte de su funcionalidad, y la manera en la que es aprobada en el aspecto gráfico depara una buena expectativa.

Si bien, la problemática no se hace notar tan evidente, es necesario adentrarnos y conocer que es más debido al comportamiento y actitudes que toman los artista, pueda que no lo pidan a gritos pero está presente su necesidad, tarde o temprano existirá un detonante que puede influir de mala manera para el futuro del arte. Por otra parte, al aprovechar el auge de herramientas digitales y basados en su necesidad en el diario vivir, hace más factible su desempeño, con ello, al desarrollar una propuesta de app se podrá llegar a muchas más personas.

En el mercado actual los artistas pueden encontrar variedad e infinitas opciones en las que solamente se les rodea de acuerdo a su vocación, lo cual muchas veces no le beneficia debido a que para consolidar sus proyectos necesitan poder contar con más herramientas, y la obtención de estas adiciona valores elevados en parte a que solo por buscarle dichas opciones la marca debe lucrar, debido a esto los artistas piensan en que se requiere un enorme capital. De otra parte, este es el principal motivo por el cual la propuesta logra conectar, se genera un vínculo ligado a la manera de pensar del artista, se conocen sus necesidades, su funcionalidad práctica y la ética con la que se desenvuelve, hacen que el usuario de y reciba el apoyo y confianza que necesitan para salir adelante.

## **Conclusiones**

Finalmente, Becast logra generar una propuesta con bases sólidas para su desarrollo, promoviendo un sentido humano que logra influir como parte de las necesidades de los artistas. La propuesta trasciende a estar esperada por parte de quienes la conocen y su impacto asegura una opción para que el arte se mantenga íntegro ante las adversidades, ello constituye la motivación por utilizarla e ir apropiándose cada vez más de contacto entre pares que tienen en común la necesidad de darse a conocer y conocer más sobre las nuevas tendencias y transformaciones que el arte está adquiriendo en el mundo entero.

El resultado gráfico es acorde a su funcionalidad e intención, lo cual no hace uso de elementos que disuaden sino de recursos que trascienden la experiencia al contar con Joinig Artists. El diseño jugará un papel fundamental en la medida que los usuarios se sientan en un ambiente agradable por tener afinidades respecto a colores, tipografías, imágenes, animaciones y videos que logren encontrar entre ellos una identidad, como un nuevo territorio descubierto en el que sus habitantes deben apropiarse y defender “dentro de una extensa y desordenada selva”.

## **Lista de referencias**

Mager, B. (2007). Service design. En M. Erlhoff y T. Marshall (Eds.), *Design dictionary: Perspectives on design terminology*. Recuperado de:  
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n05/20410509.html>

Gasca J. y Zaragoza, R. (2014). *DESIGNPEDIA 80 HERRAMIENTAS PARA CONSTRUIR TUS IDEAS*. Madrid: LID Editorial Empresarial.

Throsby, D. (2007). La situación económica cambiante de los artistas del espectáculo. En *Observatorio Cultural, II Encuentro Internacional de Economía de las Artes del Espectáculo*. Argentina: Universidad de Buenos Aires. Tomado de  
<https://www.redalyc.org/journal/4576/457662072005/html/>

Palacios, M. (2017). Los artistas colombianos y las plataformas de música digitales: algunas dificultades. Tomado de  
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/derpri/article/view/5158/6226>

Sánchez, G. (2021). La paradoja de ser joven en Colombia: “para triunfar, hay que estudiar” y otras verdades a medias. Recuperado de:

<https://empresaspazddhh.ideaspaz.org/la-paradoja-de-ser-joven-en-colombia-para-triunfar-hay-que-estudiar-y-otras-verdades-medias-parte-1#>

Morville, P. (2004). User Experience Design. Recuperado de <http://semanticstudios.com/publications/semantics/000029.php>

Gothelf, J., Seiden, J., & O'Reilly, M. (2019). Lean UX: Designing great products with Agile teams. Beijing: O'Reilly. Hackos, J. T. y Redish, J. (1998). User and task analysis for interface design. New York, NY: Willey. Recuperado de: [http://library.mpibberlin.mpg.de/toc/z2009\\_2088.pdf](http://library.mpibberlin.mpg.de/toc/z2009_2088.pdf)

Sharat, C. (2019). ¿Por qué los artistas tienen cada vez más problemas para vivir del arte?. Recuperado de: <https://esferapublica.org/nfblog/por-que-los-artistas-tienen-cada-vez-mas-problemas-para-vivir-del-arte/>

Del Castillo, M. (2017). La auto-explotación del artista en el corporativismo cultural (I) Recuperado de: <https://www.espaciogaf.com/la-auto-explotacion-del-artista-en-el-corporativismo-cultural-i-48378-2/48378>

Huete, J. (2020). El estigma calla cuando el arte habla. Recuperado de: <https://www.innovaspain.com/estigma-social-arte-ucm-catedra-grupo-5/>

Francisco, J. (2020). El monopolio en la industria de la música: Los sellos independientes como fundamento para visibilizar la riqueza musical de una ciudad. Recuperado de: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/50692/TG-Pen%CC%83aloza%20Cubillos%20Juan%20Francisco.pdf?sequence=1>



López, J. (2019). El problema con las exclusivas de los servicios de streaming. Recuperado de:  
<https://promocionmusical.es/el-problema-con-las-exclusivas-de-los-servicios-de-streaming/>

Villanueva, P. (2017). De qué hablamos cuando hablamos de Proyecto Artístico. Derivas desde los artistas, la institución y el arte contemporáneo. recuperado de:  
<https://core.ac.uk/download/pdf/83545682.pdf>

Escamilla, O. (2021). Las plataformas de streaming y el problema de la saturación de estos servicios. Recuperado de:  
<https://www.merca20.com/las-plataformas-de-streaming-y-el-problema-de-la-saturacion-de-estos-servicios/>