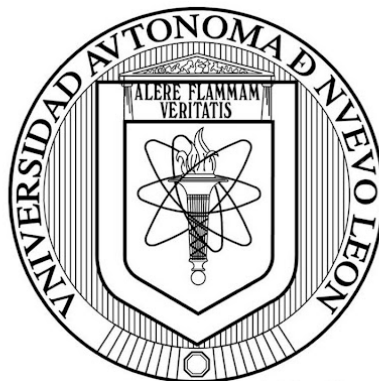


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE ARTES VISUALES

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO



“ANDROMEDAA. UNA PLATAFORMA PARA ARTISTAS DIGITALES”

POR:

**LESLIE MARIEL CABALLERO DE LA GARZA
EVANGELINA MONTSERRAT CABALLERO EZQUIVEL**

DIRECTOR DE TESIS:

DR. SALVADOR BARRERA ALDANA

**COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRÍA EN
DISEÑO GRÁFICO CON ORIENTACIÓN EN DIRECCIÓN CREATIVA**

MONTERREY, NUEVO LEÓN. A JUNIO DEL 2024.

FACULTAD DE ARTES VISUALES
CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
ACTA DE APROBACION DE PRODUCTO INTEGRADOR DEL APRENDIZAJE.

Proyecto:

ANDROMEDAA. UNA PLATAFORMA PARA ARTISTAS DIGITALES

Comité de evaluación de la tesis

Aprobación de la Tesis:

Asesor: Dr. Salvador Barrera Aldana

Secretario: Dra. Sandra Guadalupe Altamirano Galván

Vocal: M.A. Gerardo Santana Padilla

Monterrey, N.L., a junio de 2024

“ALERE FLAMMAM VERITATIS”

Dr. Jesús Eduardo Oliva Abarca

Subdirector de Posgrado

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres, quienes han sido pilares fundamentales en mi vida. A mi mamá Norma, por su inquebrantable apoyo y compañía en los momentos más difíciles, y a mi papá Miguel, por su constante motivación y ayuda a lo largo de estos años.

A mi abuelita Elva, cuya fuerza y palabras de aliento me han inspirado a seguir adelante, y a mi abuelito Jesús, quien, aunque ya no está con nosotros, siempre creyó en mis metas profesionales y me brindó su confianza.

A mis tías Mirthala y Blanca, por su fe en mí desde el primer día, por sus sabios consejos y palabras de aliento que me han guiado y fortalecido. Su cariño y apoyo incondicional siempre han sido una fuente de inspiración y motivación para mí.

A mi novio, cuyo apoyo incondicional y motivación constante fueron esenciales para la culminación de este proyecto.

Agradezco también a mis amigos, familiares maternos y paternos, y compañeros, cuya presencia y colaboración fueron invaluable, y a todas las personas que, de una u otra manera, contribuyeron a la realización de este proyecto.

AGRADECIMIENTOS

Primero y, ante todo, agradezco a Dios por darme la fortaleza y la sabiduría necesaria para llevar a cabo este proyecto. A mis padres, a mis abuelos, a mis tíos y mis primos, por su constante apoyo y motivación en cada etapa de mi vida.

Deseo expresar mi más sincero agradecimiento al director de la Licenciatura en Arte Digital del Tecnológico de Monterrey, quien me brindó la oportunidad de realizar esta investigación y me permitió aplicar encuestas a mis alumnos de la carrera. Su flexibilidad y comprensión fueron esenciales para el desarrollo de esta tesis.

A mi novio, a mis amigos, quienes me acompañaron y alentaron en cada paso del desarrollo de esta investigación, su apoyo emocional y colaboración fueron invaluable.

Agradezco profundamente al Dr. Salvador Barrera, director de este proyecto, por su guía y asesoramiento durante todo el proceso. También, extendo mi gratitud al diseñador Mario Indalecio Campos, cuya colaboración fue fundamental en la elaboración del diseño y prototipo del proyecto. Al igual de mi compañera Evangelina Caballero, su ayuda en el desarrollo e investigación de esta tesis fue fundamental.

Asimismo, al Dr. Jesús Eduardo Oliva Abarca, al profesor MDG. Oliver Garcia Trigos, por su ayuda en estos dos años de carrera. A la dra. Tania Gissel Alonso González

por su ayuda en el proceso de ingreso y egreso de la maestría, estaré muy agradecida por su apoyo.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por el apoyo económico para la realización de nuestros estudios. Al Centro de Investigaciones de la Facultad de Artes Visuales (FAV) y El Departamento De Investigación y Posgrado, por permitir el uso de sus equipos y su invaluable ayuda en el desarrollo de este estudio

Quiero expresar mi reconocimiento a los sinodales, por sus valiosas observaciones y contribuciones a este trabajo.

A Daniel Jasso, gracias por facilitarme su computadora en momentos críticos, permitiéndome continuar con mi trabajo sin interrupciones.

Finalmente, agradezco a Iliana Valenciano por su ayuda con las dudas respecto al formato de la tesis. Su disposición y conocimiento fueron de gran ayuda para la finalización de este documento.

Índice de Contenido

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	xiv
1 Capítulo 1. DEFINIR	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Justificación.....	4
1.3 Objetivos generales y específicos	6
1.3.1 Generales.....	6
1.3.2 Específicos	7
1.4 MARCO TEÓRICO.....	8
1.5 Metodología	18
1.5.1 Design Thinking.....	18
1.6 Alcances y limitantes	21
1.7 Resultados de Encuestas.	23
1.8 Conclusión de Etapa “Definir”	25
2 Capítulo 2. DESCUBRIR	27

2.1	Antecedentes	27
2.1.1	Tumblr.....	28
2.1.2	DeviantArt.....	29
2.1.3	Dribbble.....	30
2.1.4	Patreon.....	31
2.1.5	Instagram.....	32
2.1.6	Behance	33
2.1.7	ARTSTATION.....	35
2.1.8	TOYHOU.SE	35
2.1.9	TWITTER.	36
2.1.10	FACEBOOK.	37
2.2	Conclusión de antecedentes	38
2.3	Benchmark	39
2.4	DAFO/FODA.....	44
2.5	Modelo de Negocios / Determinación de usuario.	46
2.5.1	Modelo de negocios Canvas.....	46
2.5.2	Determinación de usuario	46
2.5.3	Estudios de campo.....	50
2.5.4	Estrategia metodológica	50
2.5.5	Justificación de técnicas.....	50

2.6	Conclusión de Etapa “Descubrir”	52
3	Capítulo 3. IDEAR.....	54
3.1	Solución creativa de problemas	54
3.2	Nombre (Naming).....	54
3.3	Desarrollo de Identidad y Branding	56
3.3.1	Tipografía.....	57
3.3.2	Colores	58
3.3.3	Margen de seguridad.....	59
3.3.4	Sugerencia de uso.....	60
3.4	Evaluación de alternativas.....	62
3.4.1	Mapeo (GENERAL) de la página web.	63
3.5	Desarrollo de estrategias digitales.....	68
3.5.1	Página web	68
3.6	Estrategia de difusión de medios.....	79
3.6.1	Planteamiento de las estrategias digitales	79
3.6.2	Importancia de la mercadotecnia en el proyecto.....	82
3.6.3	Ventajas de una mercadotecnia digital.....	84
3.7	Conclusión Etapa “Idear”.....	85
4	Capítulo 4. PROTOTIPAR	87
4.1	Dirección Creativa.	87

4.1.1	Diagrama de Ishikawa.....	88
4.1.2	Perfil de Usuario	95
4.2	Sitio Web.....	98
4.2.1	Mapeo general del proyecto	98
4.2.2	Mapa Jerárquico	99
4.2.3	Diseños de interfaz.....	100
4.2.4	Iconografía	106
4.2.5	Colores	108
4.2.6	Tipografía.....	108
4.3	Conclusión de prototipar.....	109
5	Capítulo 5. EVALUAR.....	112
5.1	Resultados	112
5.2	Experiencia.....	118
5.3	Conclusiones de Evaluar	122
	Conclusiones y recomendaciones	124
	Glosario.....	127
	Referencias.....	128
	ANEXOS	136
	ANEXO #1. Preguntas de formulario	136
	ANEXO #2. Tabla de objetivos	138

ANEXO #3. Instrumento. Cuestionario para recopilación de datos.	139
ANEXO #4. Visualizaciones finales de plataforma Andromedaa	145

Lista de figuras

Figura 1.1 Design Thinking 101. Obtenido de NNGROUP.COM, 2021.	18
Figura 1.2 Resultado de Encuesta “Difusión de arte”.....	23
Figura 1.3 Respuestas de encuesta “Problemas más recurrentes como artista”.....	24
Figura 2.1 Tumblr Interfaz. Obtenido de (Social Nation, 2021) Vía web.	29
Figura 2.2 Devianart Interfaz. Obtenido de (López, 2015).....	30
Figura 2.3 Dribbble Interfaz.Obtenido de (Sacca, 2020).....	31
Figura 2.4 Patreon Interfaz.Obtenido de (López, 2015).	32
Figura 2.5 Instagram Interfaz. Obtenido de (Web Design Inspiration, 2018).	33
Figura 2.6 Behance Interfaz.Obtenido de (Frogx Three, 2019).....	34
Figura 2.7 Artstation Interfaz. Obtenido de (Clayton, 2023).....	35
Figura 2.8 Toyhou.se Interfaz. Obtenido de (Anónimo, 2021).....	36
Figura 2.9 Twitter Interfaz. Obtenido de (Hidalgo, 2021).....	37
Figura 2.10 Facebook Interfaz. Obtenido de (Margulis, 2020).....	38
Figura 2.11 Modelo de Negocios “Canvas”. Fuente: Elaboración de la autora.....	46
Figura 2.12 Buyer persona ejemplo 1.	47
Figura 2.13 Buyer persona ejemplo 2	48
Figura 2.14 2.6.2. Buyer Persona Ejemplos 3.....	49
Figura 3.1 Logotipo “Andromedaa”	55

Figura 3.2 Manual de Identidad Corporativa. Portada.....	56
Figura 3.3 Medidas de Logotipo. “Andromedaa”.....	57
Figura 3.4 Tipografía.	57
Figura 3.5 Familia tipográfica.....	58
Figura 3.6 Paleta de color y aplicación.	58
Figura 3.7 Usos correctos de color.....	59
Figura 3.8 Margen de seguridad de Logotipo	59
Figura 3.9 Margen de seguridad. Segundo ejemplo.....	60
Figura 3.10 Sugerencias de uso de color.....	60
Figura 3.11 Sugerencia de uso de tipografía y color.....	61
Figura 3.12 Formas y sugerencias de isologo.	61
Figura 3.13 Sugerencia de imagotipo.....	62
Figura 3.14 Mapeo (General de página web “Andromedaa”).....	63
Figura 3.15 Sketch “Inicio”.....	64
Figura 3.16 Sketch “User Page”.	65
Figura 3.17 Mockup de “User Page”.	66
Figura 3.18 Sketch “Newsfeed”.....	66
Figura 3.19 Sketch “Settings”.....	67
Figura 4.1 Problemas con organización interna. Diagrama de Ishikawa.....	89
Figura 4.2 Desarrollo lento en el interfaz. Diagrama de Ishikawa.....	91
Figura 4.3 Interfaz poco intuitiva. Diagrama de Ishikawa.....	93
Figura 4.4 Mind Map. Interfaz.....	98
Figura 4.5 Mapa Jerárquico. “Andromedaa”	99
Figura 4.6 Sketches prototipo. “Homepage”.	101

Figura 4.7 Sketches prototipo. “Homepage: Sign Up”.	102
Figura 4.8 Sketches prototipo. “Discover: Settings”.	103
Figura 4.9 Sketches prototipo. “Discover: Settings”. Ejemplo 2.	104
Figura 4.10 Sketch “Newfeed”. Prototipo.	105
Figura 4.11 Sketch “Settings” Prototipo.	106
Figura 4.12 Gráficos “Iconografía” Andromedaa.	107
Figura 4.13 . Paleta de colores “Andromedaa”.	108
Figura 4.14 Logotipo “Andromedaa”. Tipografía.	108
Figura 4.15 Identidad corporativa Mockup	109
Figura 4.16 Playera Mockup Andromedaa	110
Figura 4.17 Publicidad Andromedaa Mockup	110
Figura 4.18 Andromedaa Interfaz Mockup	111
Figura 5.1 Sign Up Andromedaa mockup	118
Figura 5.2 Project mockup Andromedaa. Portatil.	118
Figura 5.3 Mockup Celular.	120
Figura 5.4 Mockup perfil de usuario y trabajo.	121

Lista de tablas

Tabla 2.1 Benchmark. Competencias directas, secundarias y aspiracionales.	39
Tabla 2.2 DAFO/FODA.	45
Tabla 3.1 Generación de contenidos.	81
Tabla 3.2 Publicaciones de la semana.	82

Tabla 4.1 Equipo de trabajo.	87
Tabla 4.2 Magnitud de daño y probabilidad de Amenaza.	89
Tabla 5.1 Aspectos positivos y negativos Andromedaa	114

RESUMEN

Esta investigación examina las desventajas y ventajas que enfrentan los artistas digitales en las plataformas en internet, destacando la problemática de las desigualdades digitales y la necesidad de habilidades adicionales que pueden generar problemas de salud mental.

El objetivo fue crear Andromedaa, una plataforma que ofrezca herramientas adecuadas para la organización, difusión y promoción de los artistas digitales. Utilizando la metodología de Design Thinking, se desarrolló y evaluó el diseño UI de la página con un grupo de artistas de 2D y 3D para conocer su experiencia al utilizarla.

La evaluación subrayó la importancia de una interfaz intuitiva y accesible, y la necesidad de herramientas eficaces para la organización y promoción del trabajo artístico. En respuesta, se mejoró el diseño de la interfaz de la plataforma, convirtiéndola en un prototipo funcional con navegación intuitiva, un proceso de registro simplificado, mejoras visuales y notificaciones en tiempo real. Además, se añadieron herramientas para crear galerías personalizadas y compartir proyectos.

Estos resultados demuestran que Andromedaa puede ser una herramienta integral para los artistas digitales, proporcionando soluciones innovadoras a sus desafíos comunes y empoderándolos en la gestión y difusión eficiente de su trabajo.

Palabras clave: Ilustración digital, tranquilidad, organización, apoyo, arte, tecnología.

ABSTRACT

This research examines the disadvantages and advantages faced by digital artists on internet platforms, highlighting the issue of digital inequalities and the need for additional skills that can lead to mental health problems.

The objective was to create Andromedaa, a platform that provides adequate tools for the organization, dissemination, and promotion of digital artists. Using the Design Thinking methodology, the UI design of the page was developed and evaluated with a group of 2D and 3D artists to understand their experience using it.

The evaluation emphasized the importance of an intuitive and accessible interface, and the need for effective tools for organizing and promoting artistic work. In response, the UI design of the platform was improved, turning it into a functional prototype with intuitive navigation, a simplified registration process, visual enhancements, and real-time notifications. Additionally, tools were added to create personalized galleries and share projects.

These results demonstrate that Andromedaa can become an integral tool for digital artists, providing innovative solutions to their common challenges and empowering them to manage and disseminate their work efficiently.

Keywords: Digital illustration, tranquility, organization, support, art, technology.

INTRODUCCIÓN

En la época actual, a nivel mundial, se observa una profusión de arte circulando en internet, y gran parte de este contenido artístico tiene un autor identificable. Internet ha permitido a los artistas abrirse camino con la ayuda de redes sociales y páginas web, facilitando así su alcance a audiencias globales. Esta expansión ha generado oportunidades para que muchos artistas puedan subsistir mediante el arte, utilizando una variedad de técnicas. Muchos de ellos han abrazado la era digital, creando arte en formatos electrónicos.

Internet ha desempeñado un papel crucial al permitir que los artistas no solo se den a conocer, sino también puedan mantenerse económicamente gracias a su trabajo. Los ilustradores digitales, conocidos como "freelancers", operan a través de diversas plataformas en línea que ofrecen una gama de beneficios. Sin embargo, estas plataformas también presentan desventajas, y las condiciones desfavorables para los artistas parecen aumentar con el tiempo. En el caso de México, como en el resto del mundo, muchos de estos artistas buscan subsistir enfrentando una serie de desventajas, como algoritmos, pagos no idóneos, contratos desfavorables y límites de trabajo injustos.

Las autoras de esta investigación han tenido el privilegio de formar parte de la comunidad de artistas digitales, y gracias a ello han podido experimentar de primera mano los problemas que se abordan en esta investigación. El objetivo es encontrar una solución factible que se adecue a las necesidades de los artistas en las plataformas digitales, ofreciendo comisiones más justas, un seguro de compra y venta, y una comunidad de apoyo.

En esta investigación, se adoptó la metodología de Design Thinking, la cual se estructura en cinco etapas: empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar. Cada una de estas etapas proporciona un enfoque específico y dirigido para resolver problemas complejos de manera creativa y eficiente. Los capítulos de esta tesis llevan los nombres de las etapas del Design Thinking porque reflejan el proceso metódico y estructurado que se siguió para desarrollar una solución integral para los artistas digitales. Además, cada capítulo cuenta con una conclusión que resume los hallazgos y avances logrados en cada etapa del proceso. A través de estas cinco fases, se pudo crear un plan detallado y coherente que aborda tanto las necesidades como las soluciones propuestas para mejorar las condiciones de los artistas en las plataformas digitales.

1 Capítulo 1. DEFINIR

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1.1 Artistas

Muchos artistas se han mudado a Internet, convirtiéndose así en artistas digitales. Sin embargo, las desigualdades de los artistas se pueden encontrar inclusive en Internet. A pesar de que existen numerosas oportunidades favorables, siguen prevaleciendo problemáticas en el mundo digital. Al artista digital se le deben desarrollar habilidades como contaduría, mercadotecnia y organización para que pueda llevar una producción de arte eficiente (Cotter, 2021). Estos factores, como la difusión, los pagos y la organización, generan inconvenientes en la elaboración de su arte, instigando diferentes problemas mentales tales como la depresión y la ansiedad por el trabajo atrasado.

- *Difusión*
- *Pagos y Legalidad*
- *Organización*

1.1.1.2 La organización de los artistas.

La falta de organización es un problema recurrente en artistas, mucho de esto se debe a que no tienen horas que debían ser dedicadas al trabajo, y al descanso, o por los límites de fecha de proyectos. Pero, esta desorganización llega a provocar que se produzcan malos hábitos de salud que provocan que el rendimiento y la creatividad no

salgan a flote como se debe provocando así problemas de salud mental que, debido a factores como el estrés, la presión por cumplir plazos, la falta de recursos, el aislamiento social, y la falta de una rutina establecida.

1.1.1.3 Difusión

Son muchos aquellos que no saben la función acerca de los algoritmos de diferentes redes sociales. Así mismo, tampoco encuentran una manera de mostrar una difusión mayor en sus proyectos. La creencia convencional en que la difusión es fácil de hacer, cuando en realidad muchas de estas técnicas de difusión digital tienen fórmulas para hacer funcionar al algoritmo de manera correcta.

1.1.1.4 Pagos y Legalidad.

Por lo general, los artistas tienen sus propios términos de servicio o contratos, que tienen que ser aceptados por los clientes al momento en el que alguien adquiere sus servicios. Sin embargo, cuando el artista no cuenta con sus propios términos de servicio o es contratado por algún tercero en muchas ocasiones sus pagos no son siempre idóneos. Agregando que algunas de las páginas en las cuales se publicitan toman un 20% de las ganancias totales, por lo que provoca que los artistas aumenten sus precios.

Clientes

Existen muchos clientes que deciden alimentar su imaginación o, simplemente, para tener una visualización en un proyecto, contratan una ilustración, una pieza artística o un diseño bajo su nombre como individuo, como compañeros o como empresa. Se trata de la principal fuente de ingresos para los artistas, y aunque generalmente aquellos que se

encuentran en una sociedad –llámese empresa, comunidad o asociación– encuentran una manera de mantener el orden, lo cierto es que aquellos clientes que son independientes y cuyas compras se encuentran más motivadas por el amor al arte o el simple deseo de ver alguna creación propia en una percepción ajena, también sufren una cantidad de problemas visibles como:

- *Falta de organización de arte digitales.*
- *Falta de compromiso de los artistas.*
- *Falta de organización de sus compras digitales.*

Existe un núcleo de compradores de arte en todas sus presentaciones. Algunos compran ilustraciones digitales, animaciones, incluso modelos 3D, y otros compran arte físico. En su mayoría, tienen una idea y se la confían a un artista para que este la cumpla. En muchas ocasiones, el comprador suele perder la cantidad de arte que ha comprado, así como olvidar fechas de pago o incluso fechas de entrega, haciendo que el arte solicitado no sea entregado (si no le recuerda al artista) o simplemente los archivos se pierdan.

1.1.1.5 Falta de compromiso

En algunos casos, el comprador también sufre de la falta de organización de los artistas, ya que las fechas de entrega no son respetadas debido a diferentes motivos como el *bloqueo artístico*, accidentes, entre otros. Estos solamente tienden a aceptar las decisiones del artista; sin embargo, en ocasiones estos plazos se pueden demorar el doble del tiempo promedio. Por lo que, en ocasiones, necesitan de un artista que pueda cumplir con estos plazos.

1.2 Justificación

En la época actual, a nivel mundial, se observa una profusión de arte circulando en internet, y gran parte de este contenido artístico tiene un autor identificable. Internet ha permitido a los artistas abrirse camino con la ayuda de redes sociales y páginas web, facilitando así su alcance a audiencias globales. Esta expansión ha generado oportunidades para que muchos artistas puedan subsistir mediante el arte, utilizando una variedad de técnicas. Muchos de ellos han abrazado la era digital, creando arte en formatos electrónicos.

Internet ha desempeñado un papel crucial al permitir que los artistas no solo se den a conocer, sino también puedan mantenerse económicamente gracias a su trabajo. Hay una gran cantidad de artistas a nivel nacional e internacional que se autodenominan “*freelancers*”, ya que la mayoría de sus proyectos se ejecutan de forma remota. Según Porto y Gardey (2017), se llama *freelance* al trabajador que desarrolla su actividad de manera autónoma: es decir, sin una relación fija y de dependencia con un empleador. La mayoría de estos trabajadores tienen problemas con la legalización y ejecución de sus proyectos, así como con la posibilidad de dar a conocer sus habilidades artísticas a más personas. Lamentablemente, existen muy pocas plataformas que exhiben el trabajo de los artistas. A veces, los algoritmos no ayudan a beneficio del usuario y ocultan el trabajo recién expuesto o con meses de haberse publicado en internet.

Otro de los problemas es la parte del pago justo. Muchas veces hay clientes que quieren contratar por el trabajo que se ofrece en línea, pero al no tener un contrato donde se estipule y aclare el número de cambios, precio por adelantado y final, método de pago,

fecha límite o aproximada, y si es uso comercial o libre, puede que los clientes desacrediten el trabajo o sea mal visto no dejar en claro las cosas desde el inicio. Además, en ocasiones sucede que, si no hay un contrato por medio, los clientes puedan usar el trabajo con su nombre o plagiarlo, sin que el artista reciba crédito alguno. Por eso es importante dejar en claro lo que el cliente necesita desde antes de comenzar a trabajar.

Además, otro problema muy recurrente es la desorganización por parte del artista, lo que puede llevar a problemas de salud física y mental. El problema con la organización es que el artista necesita calendarizar sus actividades tanto de sus proyectos actuales como de futuros proyectos. Muchos de ellos recurren a procrastinar. Al ser profesionistas independientes, “*freelancers*”, tienden a hacer sus propios horarios para poder comer, hacer otras actividades, ir al gimnasio, etc., todo excepto tener un horario específico para trabajar en sus proyectos de arte digital. Es ahí cuando empiezan a sentir presión por no poder cumplir con la fecha establecida.

Incluso, por aceptar cumplir con más proyectos a la vez, puede ocurrir que trabajen todos los días, pero llega un punto en que afectan su bienestar físico: estar en una sola posición, daño en la vista por mirar la pantalla durante mucho tiempo, dolor en la muñeca por la posición de la mano, descuido de las comidas, etc.

Estos son varios de los puntos tocados anteriormente. Por ello, se ha optado por crear una plataforma digital donde se pueda ayudar al artista en su bienestar mental y físico, organización y métodos justos de pago para su día a día como artista profesional independiente “*freelance*”.

Se realizó una investigación para identificar una solución viable a través de alguna plataforma o medio digital, donde él o ella pueda exhibir su trabajo y promocionarlo, así como tener clientes potenciales y obtener ganancias justas. Todo esto para que el trabajo de más artistas sea mejor apreciado y bien pagado.

En México, como a nivel internacional, el trabajo de los artistas profesionales independientes no es tan bien remunerado. Además, se busca ayudar a los artistas a brindarles bienestar, permitiendo que puedan organizarse y tener un mejor rendimiento en sus horas laborales.

1.3 Objetivos generales y específicos

1.3.1 Generales

Los siguientes objetivos que se muestran a continuación fueron escritos conforme a las problemáticas mencionadas anteriormente. Se utilizó una tabla para visualizar de mejor manera los objetivos generales [*Ver anexo #2: “Tabla de Objetivos Generales y Específicos”*].

- **Objetivo General:** Desarrollar una herramienta digital que simplifique las tareas básicas de los artistas de 18 a 40 años, permitiéndoles planificar, organizar y promover su trabajo de manera eficiente, e implementar estrategias digitales que les ayuden a superar las dificultades recurrentes en su proceso creativo, mejorando la organización y difusión de su trabajo artístico para que se sientan seguros con la exposición, organización y servicios de sus obras.

1.3.2 Específicos

1.1 Identificar las problemáticas que enfrentan los artistas en el proceso de compra y venta de arte mediante diversas investigaciones, con el fin de desarrollar una herramienta que facilite este proceso.

1.2 Analizar las dificultades de difusión que enfrentan los artistas al momento de compartir su trabajo, para verificar la creación de una herramienta que optimice la publicación de sus obras.

2.1 Desarrollar métodos de contratación seguros entre artistas y clientes, mediante términos y condiciones claras, protección de derechos de autor y mejora de los procesos de pago. Este objetivo está dirigido a artistas digitales y clientes potenciales, con el fin de brindar seguridad a ambos.

2.2 Crear estrategias para que los artistas puedan difundir mejor su trabajo y obtener mayor visibilidad digital y en redes sociales, enfocándose en aquellos que buscan aumentar su exposición para atraer más clientes potenciales.

2.3 Organizar el flujo de trabajo en proyectos artísticos mediante métodos de planificación que mejoren el orden y la eficiencia en los proyectos. Esto incluye la utilización de calendarios, fechas límite, metodologías de trabajo y días de descanso, con el propósito de que los artistas no se sientan abrumados y puedan gestionar mejor su proceso creativo.

1.4 MARCO TEÓRICO

El presente marco teórico se adentra en el panorama de los nuevos medios tecnológicos, específicamente en el ámbito del *arte digital*. En un mundo donde la intersección entre la creatividad y la tecnología es cada vez más prominente, el arte generado por computadora emerge como una expresión vanguardista que desafía las convenciones artísticas tradicionales. Este estudio se enfoca en explorar los orígenes, evolución y contribuciones de los pioneros del arte digital, así como en analizar el impacto de la tecnología en la creación artística contemporánea.

El *arte digital*, definido por la manipulación de imágenes y sonidos a través de software y hardware informático, representa una manifestación innovadora de la creatividad humana en la era digital. Su desarrollo ha sido moldeado por una convergencia de disciplinas que van desde la informática y la ingeniería hasta la estética y la teoría del arte. En este contexto, resulta imperativo examinar las raíces históricas y los principales hitos que han delineado la trayectoria del arte digital, desde sus primeras manifestaciones experimentales hasta su consolidación como una forma de expresión legítima en el ámbito artístico contemporáneo. Podría decirse que el arte digital es “conmutativo” (*Guillaume, 1998*), ya que asegura una perpetua transposición dinámica de los datos de un medio hacia otro.

El entorno en el que operan los artistas digitales está profundamente influenciado por la tecnología y la economía digital. Acceder a las herramientas necesarias, como software especializado y hardware avanzado, es fundamental para su trabajo. Sin embargo, los desafíos económicos, como la falta de ingresos estables y los problemas con

los pagos en línea, representan barreras significativas. Además, las plataformas digitales, aunque ofrecen oportunidades de visibilidad y venta, a menudo presentan problemas como algoritmos desfavorables y contratos desventajosos. Las regulaciones legales, como los derechos de autor y las normativas sobre la venta de arte en línea, también afectan su práctica diaria. En este contexto, es crucial entender cómo estos factores influyen en la creación y difusión del arte digital.

Nuevos medios

Según *McLuhan (1969)*, todos los medios de comunicación, desde el alfabeto fonético hasta el ordenador, son extensiones del hombre que provocan cambios profundos y duraderos y transforman su entorno (*Cobos, 2020*). El concepto de “*nuevos medios*” es difícil de definir, ya que se aborda en comparación con los medios tradicionales. En otras palabras, se puede decir que no se debe tratar de conceptualizar los nuevos medios sin un enfoque previo en los medios tradicionales.

Lain (2022) desarrolló el concepto de “*Ecología Cultural*” y formuló una investigación en el área de los medios tradicionales con el objetivo de comprender cómo se verían obligados a adaptar sus formas y funciones bajo la presión de las nuevas tecnologías. Los nuevos medios aún no se abordaban como concepto; solo se analizaban los medios (hoy considerados tradicionales) que existían en la época.

En este caso, se debatieron los conceptos de medios y tecnología y, a su vez, la relación entre ambos. *Neil Postman* utilizó el concepto de *McLuhan*, transformándolo en “*Ecología de los Medios*”. La ecología de los medios analiza la cuestión de cómo los medios de comunicación afectan a los humanos en su percepción, comprensión,

sentimiento y valor, y cómo la interacción con los medios facilita o impide las posibilidades de supervivencia (*Benavides et al., 2018*).

Cada vez hay más estudios relacionados con el impacto de los medios tradicionales en nuevos medios de comunicación. Sin embargo, son los medios tradicionales los que inspiran el desarrollo de otros más recientes, que acaban adaptándose a los existentes. La literatura relacionada con esta discusión es, sobre todo, unánime, y la investigación sobre los nuevos medios se basa en investigaciones previas sobre los medios tradicionales (*Alvarado et al., 2023*).

En 1999, Jay David Bolter y Richard Grusin publicaron el trabajo “*Remediación: Entendiendo los New Media*”, donde exponen este nuevo concepto, la remediación, que pretende describir la compleja relación de rivalidad y cooperación de los medios de comunicación (*Fernández, 2018*).

Los autores comenzaron su investigación observando las formas de los nuevos medios, que son el resultado del desarrollo de tecnologías aplicadas a los medios tradicionales. Desde la última década del siglo XX ha habido un especial interés por este concepto debido al rápido y acentuado desarrollo de los nuevos medios digitales, así como a la rápida respuesta de los medios tradicionales.

Periódicos impresos y la tecnología más antigua se adaptaron para reafirmar su estatus en relación con los medios emergentes, derivados de la revolución digital. Un proceso de renovación capaz de transformar los medios tradicionales en medios más actuales, para poder competir con los medios más modernos.

El término remediación describe la relación competitiva entre los nuevos medios y los medios tradicionales. Ambos son dependientes y coexisten en la economía de los medios. Las nuevas formas de medios contemporáneos derivan de una remediación de los aspectos más articulados. Lo novedoso de los nuevos medios tiene formas particulares en que remodelan los medios más antiguos y las formas en que los medios más antiguos se remodelan para responder a los desafíos de los nuevos medios.

La modularidad, una característica que permite construir nuevos medios mediante una estructura de módulos. Los elementos multimedia pueden ser imágenes, sonidos, formas y comportamientos representados a través de píxeles o scripts, por ejemplo. Estos elementos mantienen su individualidad y su identidad separada (multimedia). Hay una estructura de fractura, o, en otras palabras, irregularidades en los nuevos medios (De Govea y Alvarado, 2019).

La automatización, es decir, los elementos multimedia se pueden controlar casi automáticamente a través de las herramientas disponibles en una computadora, donde es posible cambiar el medio de forma rápida y eficiente (Muñoz et al., 2023). Según la variabilidad, se puede decir que existen cambios en el medio original que generan innumerables otras versiones de medios.

Un objeto de los nuevos medios no es algo que se fija una vez y para siempre, sino algo que puede existir en versiones diferentes, potencialmente infinitas. Esto es otra consecuencia de la codificación numérica de los medios y la estructura modular de un objeto mediático. Finalmente, la transcodificación cultural es resultante de procesos de

remediación. El principio de transcodificación cultural pretende describir lo que es la consecuencia más sustancial de la informatización de los medios (Galguera, 2019).

De acuerdo con Galguera (2019), a diferencia de los medios tradicionales, los nuevos medios son interactivos, lo que permite al usuario tener el poder de elegir los elementos con los que desea interactuar y la dirección a tomar. De esta manera se genera una obra única y original. Galguera agrega que el usuario se convierte en coautor del trabajo en el que participa de manera interactiva.

Los nuevos medios han permitido la libre difusión de información de forma instantánea y eficaz. La reproducción masiva es posible sin pérdida de calidad, a diferencia de los medios tradicionales. A diferencia de los medios analógicos, donde cada copia sucesiva pierde calidad, los medios digitales codificados se pueden copiar infinitamente sin degradarse.

El término 'nuevos medios' apareció con mayor frecuencia a mediados de los años 90, aportando nuevas ideas, especialmente con respecto a otras formas de medios, ahora considerados como 'viejos o muertos'. Según Baltar (2022), los nuevos medios son formas interactivas de distribución independiente de información. En otras palabras, sostiene que, aunque los nuevos medios dependen de la computadora, no pueden ser considerados simplemente como medios digitales, sino como formas digitalizadas de otros medios como fotografías o texto.

Aunque el término 'nuevos medios' comenzó a utilizarse a principios de los años 1960, todavía era un concepto poco discutido y no unánime entre los teóricos. Desde el

principio, los estudios sobre los nuevos medios buscaron un punto medio crítico entre lo comercial y el conservadurismo intelectual.

Académicos de cine y televisión, artistas y académicos de humanidades deseosos de explorar el potencial de la computación en red sin necesariamente involucrar tradiciones previas de hipertexto o informática de humanidades, apoyan el término 'nuevos medios' (Cobos, 2020). La literatura contemporánea aborda estudios de casos para examinar el impacto de los nuevos medios en los medios tradicionales.

En primer lugar, el uso de hipervínculos a lo largo del texto establece enlaces a otras páginas con más información. Otro elemento multimedia es la inserción de diapositivas de imágenes, videos o clips de audio entre el texto, complementándolo con el aspecto audiovisual. Libertad y personificación: el lector o internauta puede elegir su interacción con el contenido de la página web.

Así, se puede concluir que los medios que se denominan tradicionales fueron, en cierta medida, reemplazados por nuevos medios a medida que se adaptaban a la era digital, convirtiéndose en nuevas versiones de productos multimedia, con más funcionalidades y mayor alcance. El enfoque de los nuevos medios ha cambiado con la revolución digital y la evolución de equipos y plataformas, y actualmente existe una mayor referencia a los llamados medios digitales.

El surgimiento del arte creado por la computadora y sus pioneros

El término '*New Media Art*' comenzó a utilizarse a principios de los años 90; sin embargo, solo fue adoptado a gran escala a partir de 1994, cuando las obras de arte que

utilizaban tecnología y los nuevos medios habían establecido su importancia en el arte contemporáneo (Fernández y Pérez, 2020).

Sin embargo, era una expresión que todavía ofrecía resistencia. Muchos profesionales del arte, como creadores, críticos, curadores, productores, historiadores, docentes y gestores culturales, consideraron inapropiado el término '*arte de los nuevos medios*', ya que el tipo de arte que representaba tenía una presencia limitada en los espacios de exhibición y, por lo tanto, rara vez estuvo presente en galerías y museos.

Las características técnicas también lo diferenciaban del resto del arte contemporáneo, que, al mismo tiempo y a diferencia del arte de los nuevos medios, era prestigioso y valorado. Los críticos e historiadores del arte se han topado con la dificultad de definir las obras de arte de este género, que ahora se exhiben en galerías y museos. Sin embargo, su potencial revolucionario aún no era evidente. De hecho, se consideraba arte conceptual realizado con una máquina (Elena y Cristina, 2020).

Así, '*new media art*' es el concepto que surge como resultado de un proceso de discusión para encontrar el término más correcto a utilizar. Conceptos en competencia como el arte digital y el arte mediático a veces se utilizan incorrectamente en textos académicos como sinónimos. Según Elena y Cristina (2020), el arte de los nuevos medios se puede clasificar como '*Arte Digital*', '*Arte Informático*', '*Arte Multimedia*' o '*Arte Interactivo*'.

Los autores se refieren a este tipo de arte como '*arte digital*' y explican el proceso por el cual el concepto ha pasado: múltiples cambios de referencias, desde el 'arte por ordenador' de los años 70 al '*arte multimedia*' de los años 80 y al '*arte de los nuevos*

medios' en los años 90 hasta hoy. El conjunto de nombres frecuentemente llamados erróneamente sinónimos de arte digital incluye, además de '*nuevos medios*', '*multimedia*' o '*arte informático*', '*arte software*', '*arte hipermedia*', '*arte emergente*', '*arte de medios inestables*', '*arte electrónico*', '*arte de Internet*', '*arte de red*', '*arte de navegador*', '*arte conductista*', '*arte cibernético*', '*arte virtual*', '*arte interactivo*', '*arte participativo*', entre otros.

El significado de cada uno de estos términos debe considerarse variable y correspondiente a una fase concreta de la historia de la informática y de Internet. En otras palabras, muchos de los conceptos pertenecen a una época determinada y son anacrónicos, como es el ejemplo del 'net art', que se refiere al período de experimentación del arte en Internet a principios de la década de 1990.

Sin embargo, el término más utilizado, es decir, "*arte de los nuevos medios*", fue mal empleado por usuarios que en ocasiones utilizaron el concepto de forma incorrecta. "*Arte de los nuevos medios*" se refiere a todas las nuevas formas culturales y artísticas que se han sumado a las nuevas tecnologías. De esta forma, esta expresión designa todos los proyectos que utilizan tecnologías emergentes y que se centran en las posibilidades culturales, estéticas y políticas de nuevas herramientas (Barrios, 2020).

Media art es el resultado de la división y, a su vez, unión de dos áreas distintas, pero que son complementarias: arte y tecnología y arte multimedia. Arte y tecnología incluyen formas artísticas de arte electrónico y arte robótico, que utilizan nuevas tecnologías, pero no son considerados medios de comunicación. El arte multimedia

incluye el videoarte, por ejemplo, y otras formas de arte que integran la tecnología de los medios, considerados medios tradicionales desde los años 90 (*Barrios, 2020*).

Dicho esto, los artistas de Internet continuaron desafiando el predominio del objeto de arte, así como las prácticas de producción artística, en un mundo cada vez más digital. Los artistas se centraron en la interactividad de las obras con el público usuario, en las redes de información y las formas más diferenciadas de utilizar Internet. La exploración de Internet y sus respectivas plataformas permitió a los artistas encontrar nuevas funcionalidades que no existían. Es decir, muchas veces el uso de estas plataformas en línea permitió nuevos usos que no habían sido pensados por los creadores, pero fueron creados accidentalmente por artistas.

Debido a la conexión adyacente de Internet, el arte de los nuevos medios fue, desde sus inicios, considerado un movimiento global. Así, el fenómeno internacional del movimiento abarcó el mundo del arte en su conjunto. La web permitió la formación de comunidades en línea sin ningún obstáculo geográfico.

El presente marco teórico ha ofrecido una visión panorámica sobre el arte digital, desde sus humildes comienzos hasta su posición prominente en el ámbito artístico contemporáneo. A lo largo de este estudio, se han explorado las raíces históricas, el desarrollo tecnológico y las contribuciones de los pioneros del arte digital, así como reflexionado sobre su significado y relevancia en la era digital.

El arte digital no solo representa una manifestación estética y creativa, sino también un testimonio del potencial transformador de la tecnología en el ámbito artístico. Desde las primeras experimentaciones con la computación gráfica hasta las sofisticadas

obras interactivas y generativas de hoy en día, el arte digital ha desafiado las convenciones artísticas tradicionales y ha ampliado los horizontes de la expresión creativa.

A través de la convergencia de disciplinas como la informática, la ingeniería, la estética y la teoría del arte, el arte digital ha trascendido las limitaciones del medio físico y ha abierto nuevas posibilidades de exploración estética y conceptual. Su capacidad para fusionar lo tangible con lo intangible, lo material con lo virtual, y lo estático con lo dinámico, ha generado un terreno fértil para la experimentación y la innovación artística.

Sin embargo, el arte digital también plantea desafíos y dilemas, desde cuestiones relacionadas con la autoría y la originalidad hasta preocupaciones éticas y políticas sobre el uso de la tecnología en la creación artística. En este sentido, es fundamental abordar estas cuestiones de manera crítica y reflexiva, reconociendo tanto las posibilidades como las limitaciones del arte digital en su contexto sociocultural y tecnológico.

En última instancia, el arte digital representa un campo en constante evolución que continúa desafiando las percepciones y concepciones del arte y la tecnología. A medida que se avanza hacia una era cada vez más digitalizada, es imperativo seguir explorando y reflexionando sobre las implicaciones y potencialidades de esta forma de expresión artística, así como fomentar un diálogo interdisciplinario que enriquezca la comprensión del arte, la tecnología y su interacción en la sociedad contemporánea.

En este sentido, el presente marco teórico no pretende ser una conclusión definitiva, sino más bien un punto de partida para continuar explorando y reflexionando sobre el fascinante y complejo universo del arte digital en el siglo XXI.

1.5 Metodología

1.5.1 Design Thinking

El presente proyecto se basa en la metodología Design Thinking, descubierta por Herbert Simons en 1969 y aplicada por Tim Brown en 2008. Esta metodología consiste en trabajar a partir de la observación del usuario, empatía, prototipado y testeo en un entorno real de sus innovaciones.

A continuación, se describen las técnicas de investigación que se utilizaron para la recopilación de datos cualitativos, así como su análisis e impacto en el desarrollo de cada etapa del proyecto:

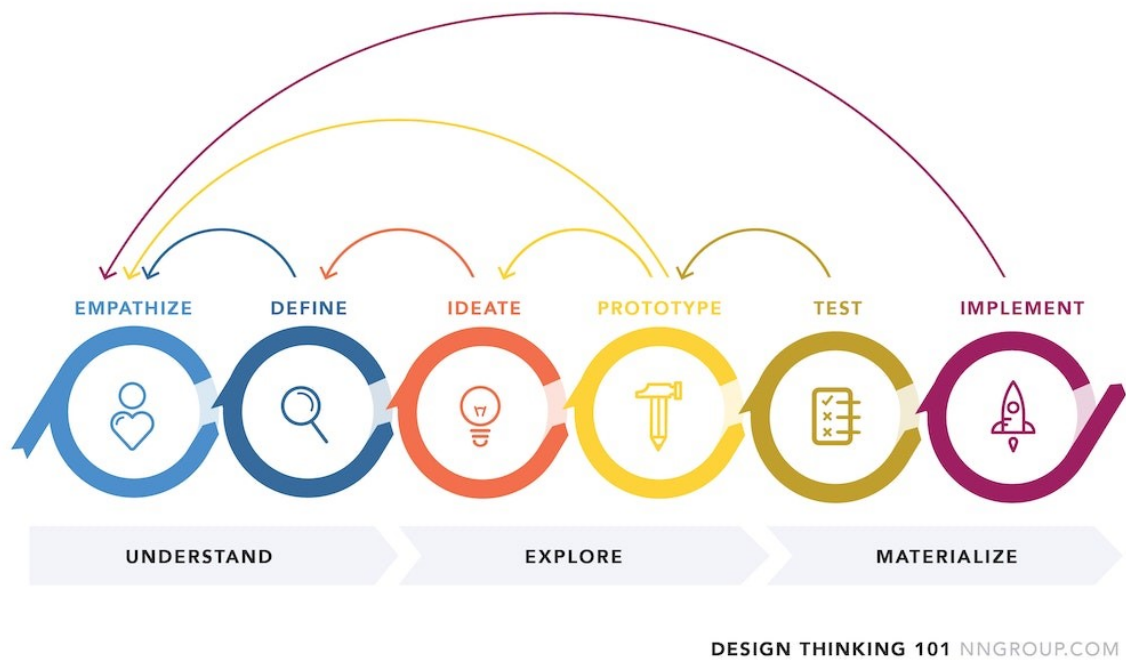


Figura 1.1 Design Thinking 101. Obtenido de NNGROUP.COM, 2021.

El marco de pensamiento de diseño tiene como flujo general de *1) Comprender, 2) Explorar y 3) Materializarse*. Dentro de estos segmentos, se incluyen las 6 fases: *Empatizar, definir, idear, prototipar, probar e implementar*.

· **Empatizar:** Realizar investigaciones para desarrollar conocimiento sobre lo que los usuarios hacen, dicen, piensan y sienten.

· **Definir:** Combinar toda investigación y observar dónde existen los problemas de los usuarios. Al identificar las necesidades de los usuarios, se comienza a destacar las oportunidades para la innovación.

· **Ideación:** Se hace una lluvia de ideas variadas y creativas que aborden las necesidades de usuarios no satisfechas identificadas en la fase de definición. Da al equipo libertad total; ninguna idea es demasiado descabellada y la cantidad reemplaza a la calidad.

· **Prototipo:** Se construyen representaciones reales y táctiles para un subconjunto de las ideas. El objetivo de esta fase es comprender qué componentes de sus ideas funcionan y cuáles no. En esta fase, se comienza a sopesar el impacto y la viabilidad de las ideas a través de comentarios sobre los prototipos.

· **Prueba:** Se regresa a los usuarios para comentarios. Preguntar: “¿Esta solución satisface las necesidades de los usuarios?” y “¿Ha mejorado cómo se sienten, piensan o hacen sus tareas?”.

· **Implementar:** Poner en práctica la visión. Se debe asegurar de que la solución se materialice y afecte la vida de los usuarios finales.

En la elaboración del proyecto se optó por utilizar los primeros 3 pasos de la metodología, debido a que, en esta fase del proyecto, se optaba primero por reconocer distintas alternativas para la implementación de recursos viables dentro de la plataforma digital. Se tenía primero que empatizar con el usuario, definir el problema y, asimismo, idear alternativas. A continuación, se habla brevemente de los objetivos en cada paso mencionado:

1) Empatizar

Ambas son ilustradoras y artistas digitales. Por lo cual, han experimentado problemas con pagos injustos, mala organización y la difusión por parte de redes sociales. Al igual que los usuarios a los que se refieren en este proyecto. Se investigó más sobre qué hacen, dicen, piensan y sienten.

2) Definir

Se han elaborado diferentes encuestas para conseguir información por parte de los usuarios meta, donde se pudieron observar distintas necesidades en cuanto a trabajos de artistas, como compradores de obras artísticas. Asimismo, se descartó distintas problemáticas, pues, de acuerdo con el número de personas, no son los mismos problemas de un segmento de mercado artístico enfocado a diseñadores, ilustradores, músicos, modeladores 3D, etc.

3) Ideación

Se realizó una lluvia de ideas y mapas mentales para definir las necesidades de los usuarios y una que otra solución en torno a estas diferentes problemáticas. Se tuvo que

hacer varias soluciones. Además de definir objetivos generales y específicos. Para que pudiera llevarse a cabo, se hizo una lluvia de ideas variadas y creativas que abordaran las necesidades de los usuarios no satisfechas identificadas en la fase de definición.

1.6 Alcances y limitantes

La migración de los artistas hacia la tecnología está sucediendo constantemente, usando las nuevas tecnologías para desarrollar aquello que llamamos “*arte digital*” o ilustraciones, y aquellos que deciden permanecer como artistas tradicionales suelen acudir a los medios digitales para dar a conocer su trabajo. Con ello, futuros clientes acuden a ellos para recibir su servicio. Esto les da la oportunidad de creer que el alcance del proyecto siempre estará en constante crecimiento conforme la migración de artistas también se motiva.

Alcances

- El presente proyecto se encargará de desarrollar una plataforma para que trabajadores independientes del área de artes y humanidades como artistas, ilustradores, diseñadores, entre otros puedan dar a conocer y ofrecer su arte a los hispanoparlantes y angloparlantes.
- Actualmente, el proyecto se encuentra en fases, por lo cual se espera presentar una beta al momento de presentar este proyecto. Asimismo, se trabajará en la creación del manual de identidad.
- Actualmente en el proyecto solo abarcan a los artistas, ilustradores y diseñadores gráficos.

Limitaciones.

- Debido a que muchos de estos artistas se encuentran trabajando de manera independiente y no están registrados bajo el conocimiento del INEGI, no se tiene un número claro de la cantidad de artistas digitales que hay actualmente. Sin embargo, existe una comunidad significativamente grande en México e internacionalmente.
- El desarrollo de una plataforma web es algo que requiere tiempo. Por ello, una de nuestras limitantes es el tiempo.
- La economía. El desarrollo de una plataforma web necesita financiamiento, ya que la contratación de servidores externos y la compra de dominios puede volverse algo significativo.

1.7 Resultados de Encuestas.

Se realizó una encuesta en noviembre de 2022, en la cual se entrevistó a 100 artistas de entre 18 y 42 años. En ella se pudo observar que los problemas más recurrentes que enfrentaban profesionalmente coincidían con los objetivos generales y específicos planteados, tales como la difusión, la organización y las comisiones o transacciones elevadas por plataformas web. En las siguientes gráficas se muestran los resultados de las encuestas realizadas.

¿HAZ CONSIDERADO QUE LA DIFUSIÓN DE TU ARTE EN REDES SOCIALES HA SIDO COMPLICADA?

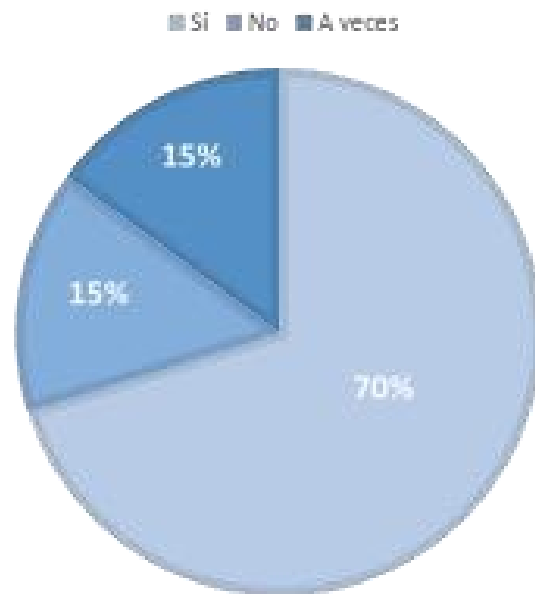


Figura 1.2 Resultado de Encuesta “Difusión de arte”.



Figura 1.3 Respuestas de encuesta “Problemas más recurrentes como artista”.

Los resultados de la encuesta realizada revelan que los problemas más recurrentes enfrentados profesionalmente por los artistas digitales coinciden con los objetivos generales y específicos planteados en esta investigación. Las principales dificultades identificadas incluyen la difusión de su arte en redes sociales, la falta de organización, las comisiones y transacciones elevadas por plataformas web, y la gestión de pagos no siempre idóneos.

El 70% de los encuestados considera que la difusión de su arte en redes sociales ha sido complicada, mientras que el 60% destaca la falta de organización como un problema significativo. Las comisiones elevadas por las plataformas digitales también son una preocupación recurrente para el 50% de los artistas. Estos hallazgos subrayan la necesidad de desarrollar herramientas y plataformas que mejoren la visibilidad,

organización y condiciones económicas de los artistas digitales, contribuyendo así a su bienestar y productividad profesional.

1.8 Conclusión de Etapa “Definir”

Muchos artistas se mudaron a Internet, convirtiéndose en artistas digitales. Sin embargo, los artistas todavía enfrentan desigualdades incluso en Internet, porque, aunque hay muchas ganancias, los problemas que ocurren en el mundo digital aún predominan.

Un artista digital desarrolla habilidades como contabilidad, marketing y organización para poder crear obras de arte exitosas a lo largo del tiempo. Factores como la distribución, el pago y la organización causan inconvenientes en su proceso de creación artística, provocando muchos problemas mentales como depresión, ansiedad y preocupación por cumplir con los plazos de trabajo.

A nivel nacional e internacional, quienes se autodenominan “*freelancers*” realizan la mayoría de sus proyectos de forma remota. Entre ellos, la mayoría tiene problemas para legalizar e implementar sus proyectos, así como la oportunidad de contratar a más personas para sus habilidades artísticas.

Desafortunadamente, existen muy pocas plataformas que muestren el trabajo de los artistas. A veces, los algoritmos no ayudan a los usuarios y ocultan trabajos recién publicados o que llevan muchos meses publicados. Otra cuestión es la remuneración justa: hay clientes que desean contratar a los artistas por el trabajo que ofrecen en línea.

En ausencia de un contrato que especifique el importe del cambio, precio inicial y final, forma de pago, plazo o tiempo aproximado, ya sea para fines comerciales o de libre utilización, el cliente puede desacreditar el trabajo del artista o no aceptar que no se han aclarado las cosas desde el inicio de la colaboración.

2 Capítulo 2. DESCUBRIR

2.1 Antecedentes

Los artistas han tenido una evolución favorable en su forma de trabajo. La mayoría de ellos iniciaban sus proyectos como arte tradicional, realizado en óleo, acuarela, acrílicos, etc. Conforme pasaban los años, hubo distintas formas para poder realizar sus trabajos, nos referimos al “formato digital” (Grau, 2003).

El formato digital consiste en utilizar las mismas herramientas que se usaban de forma tradicional como el pincel, el lienzo y el godete. Hay varios programas de software que funcionan como herramientas de trabajo, especializándose para abrir un camino a los futuros ilustradores o artistas digitales, tales como: Photoshop, Clip Studio, Procreate, Paint Tool Sai, Illustrator, Sketchbook, Autodesk, Ibis Paint, ALPACA, Paint, entre otros (Gere, 2008).

Con el avance de la tecnología, surgió un sinnúmero de artistas que pasaron de lo tradicional a lo digital a través del tiempo. La mayoría de los artistas de los últimos años, desde los 2000 hasta el 2022, han optado por trabajar de manera más rápida, sin comprar materiales ni herramientas para realizar sus trabajos. Lo único que necesitan en la actualidad es una computadora, una tableta gráfica, conexión a la luz e internet y software de dibujo (Paul, 2016). Es claro que un artista puede manejar bien ambas técnicas de dibujo, la tradicional y la digital, por lo que no se descarta seguir haciendo ilustraciones u obras artísticas de esa manera.

En el caso del formato tradicional, a la mayoría de los artistas les gusta más tomar una foto a su obra, para así mismo difundir su trabajo en redes sociales. Al igual que los artistas digitales, que terminan su ilustración y la publican en sus redes sociales en formato .JPG o .PNG (Finkelpearl, 2013).

A lo largo de los años han surgido portales web, o, mejor dicho, plataformas digitales para promocionar y compartir el trabajo del artista. Sin embargo, han aparecido algunos problemas en estas redes sociales que hacen que el artista se pueda sentir afligido, triste, deprimido por la parte de la difusión. Algunas de dichas plataformas son las siguientes: DeviantArt, Behance, ArtStation, y Dribbble (Svašek, 2012). Estos problemas incluyen algoritmos desfavorables que limitan la visibilidad del trabajo y dificultades para recibir pagos justos y a tiempo.

2.1.1 Tumblr

La plataforma Tumblr es una opción rápida y flexible para quien sencillamente quiere mantener su propio rincón en internet con dibujos propios. En ella un usuario puede expresarse libremente. Ya sea escribiendo, publicando dibujos, compartiendo imágenes o gráficos de su agrado. Todo de forma pública.

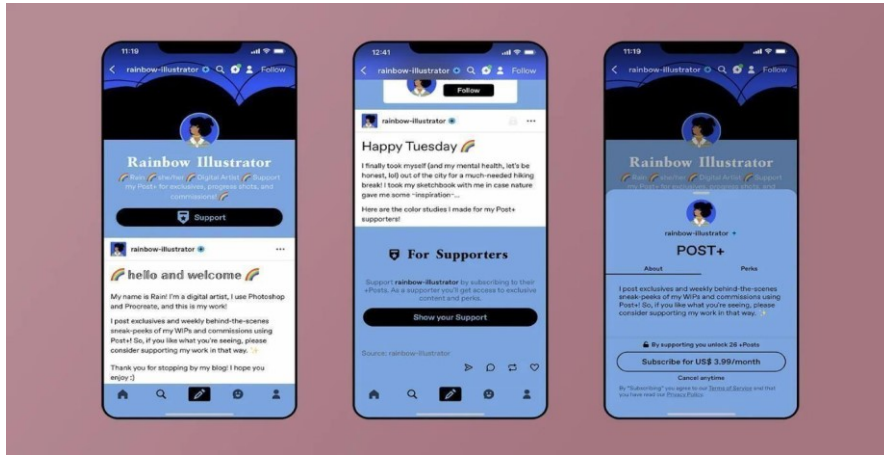


Figura 2.1 Tumblr Interfaz. Obtenido de (Social Nation, 2021) Vía web.

Su desventaja es que su interfaz era un poco complicada de utilizar, al igual que sus imágenes. Se podría compartir imágenes de otros perfiles, pero era un poco complicado volver a verla tiempo después. Además, no había mucho *networking* con más personas. En su inicio tuvo un buen alcance a nivel internacional, actualmente ya es poco. Fue siendo menos visible para los clientes o cibernautas hasta el momento.

2.1.2 DeviantArt

DeviantArt es una plataforma web donde, su principal función, es utilizada como portafolio de dibujo, publicación del trabajo de artistas, visibilidad del trabajo artístico de usuarios con más personas.

También, puedes hacer *networking* con más gente alrededor del mundo.

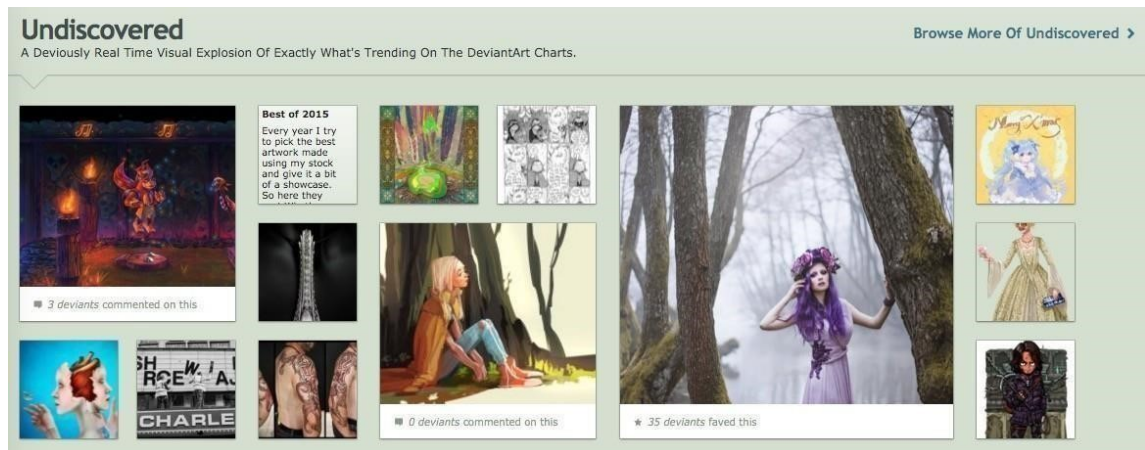


Figura 2.2 Devianart Interfaz. Obtenido de (López, 2015).

Su desventaja ha sido que su interfaz no ha evolucionado o, por otra parte, no ha sido modificada. La plataforma perdió cada vez más seguidores. Después de años, más redes sociales utilizaron esta misma fórmula para ser utilizadas como: portafolio, publicación de trabajos gratuitos y hacer *networking*. Más plataformas utilizaron dicha fórmula, pero con una mejor interfaz y organización de imágenes. Por esta razón, los clientes y los artistas fueron perdiendo interés en la página. Esta red social actualmente sigue vigente con una menor audiencia.

2.1.3 Dribbble

Dribbble es una red social cuyo mayor enfoque es el diseño gráfico, pero sigue siendo un buen lugar para subir dibujos e ilustraciones. Dentro de la página se encuentran pequeñas muestras de iconos y algunos artistas que han logrado publicar sus stickers en Facebook o LINE. Además, su interfaz ha sido bien vista por algunos usuarios. El acomodo del perfil, el dashboard y la configuración del perfil son totalmente intuitivos, lo que hace que su uso sea más fácil de navegar y no tan estresante el proceso de subir proyectos para algunos usuarios.

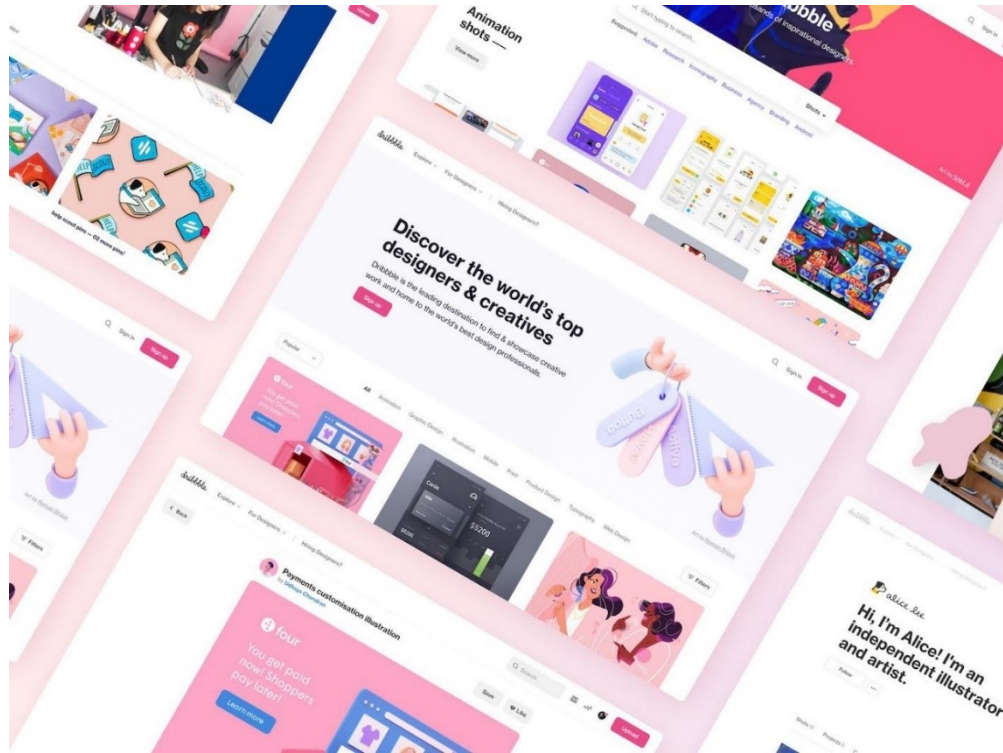


Figura 2.3 Dribbble Interfaz. Obtenido de (Sacca, 2020).

Su desventaja es que, para que el trabajo de los usuarios se haga viral o conocido, otra persona, miembro de la plataforma, debe hacer público el perfil o las ilustraciones. Esto es un poco desalentador, ya que hay personas en la plataforma que llevan años queriendo ser vistas por otros miembros de Dribbble y no han logrado que su cuenta sea visible.

2.1.4 Patreon

Patreon es una plataforma web para recibir donaciones voluntarias al artista a cambio de beneficios que puede brindar el autor o creador del contenido, como, por ejemplo, una comisión, un álbum de proceso de ilustración, impresiones, etc.



Figura 2.4 Patreon Interfaz. Obtenido de (López, 2015).

Su desventaja es que su plataforma es algo difícil de entender. A veces, la gente no sabe que se necesita una mensualidad y solo da una cantidad de dinero voluntaria por un solo mes. Esto es problemático, pues puede haber clientes que se enojen con el artista a causa de la plataforma.

2.1.5 Instagram

Esta red social es muy conocida, pero con poca visibilidad de usuarios, incluidos ilustradores. Gracias a que su algoritmo a veces no ayuda a que los artistas los descubran por medio de su explorador, o buscador. Aquí se pueden colocar fotografías de sus cuadernos de bocetos, y dibujos digitales, está pensada para mostrar fotografías rápidas.

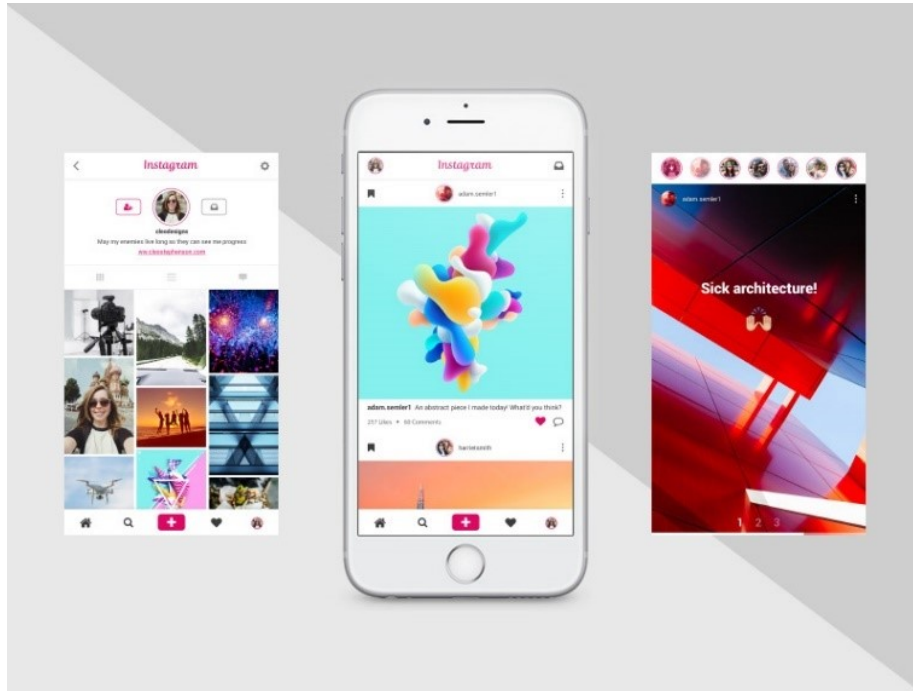


Figura 2.5 Instagram Interfaz. Obtenido de (Web Design Inspiration, 2018).

Parte de su desventaja es que, en la actualidad, Instagram ha sufrido varios cambios, entre ellos actualizaciones de interfaz. La plataforma se ha enfocado más en la visibilidad de videos como TikTok o videos cortos de 15 segundos a 1 minuto. Esto ha provocado que su algoritmo ya no funcione para artistas que quieran compartir su trabajo en formato de fotografía. En Instagram, los artistas pueden obtener más vistas y promocionar su trabajo a través de hashtags, utilizando palabras clave que hacen que se viralice su trabajo. Sin embargo, el algoritmo a veces hace que no tengan visitas en su página, lo que puede perjudicar moralmente y hasta económicamente al artista.

2.1.6 Behance

Esta red social está más orientada a ayudar a que artistas de varios campos puedan tener ahí su portafolio. Los profesionales pueden encontrar aquí su mejor alternativa, ya

que Behance está integrada con las aplicaciones creativas de Adobe y se enfoca también a que las empresas busquen en la base de usuarios de la web a potenciales empleados.

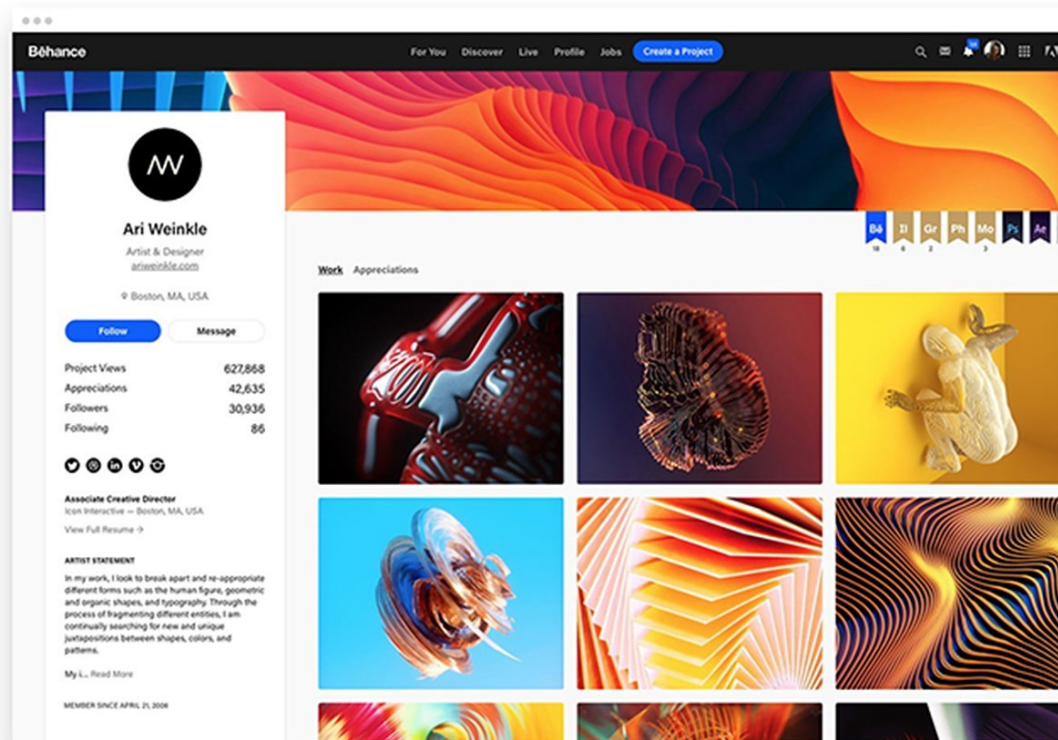


Figura 2.6 Behance Interfaz. Obtenido de (Frogx Three, 2019)

Su desventaja ha sido que, a pesar de ser una plataforma para creativos, está más enfocada en trabajos de diseño gráfico, arquitectura o diseño industrial. A veces la plataforma puede servir como portafolio, ya que permite cambiar las imágenes y moverlas de lugar las veces que se desee. Sin embargo, su algoritmo y visibilidad con *hashtags* han perjudicado a algunos artistas al no poder ser visibles en esta plataforma.

2.1.7 ARTSTATION

Una nueva plataforma que ha estado en auge se trata de una alternativa para mostrar los portafolios, y venta de sus servicios. Ofrece también una gran variedad de vacantes para artistas profesionales, así mismo ofrecen cursos y suscripciones.

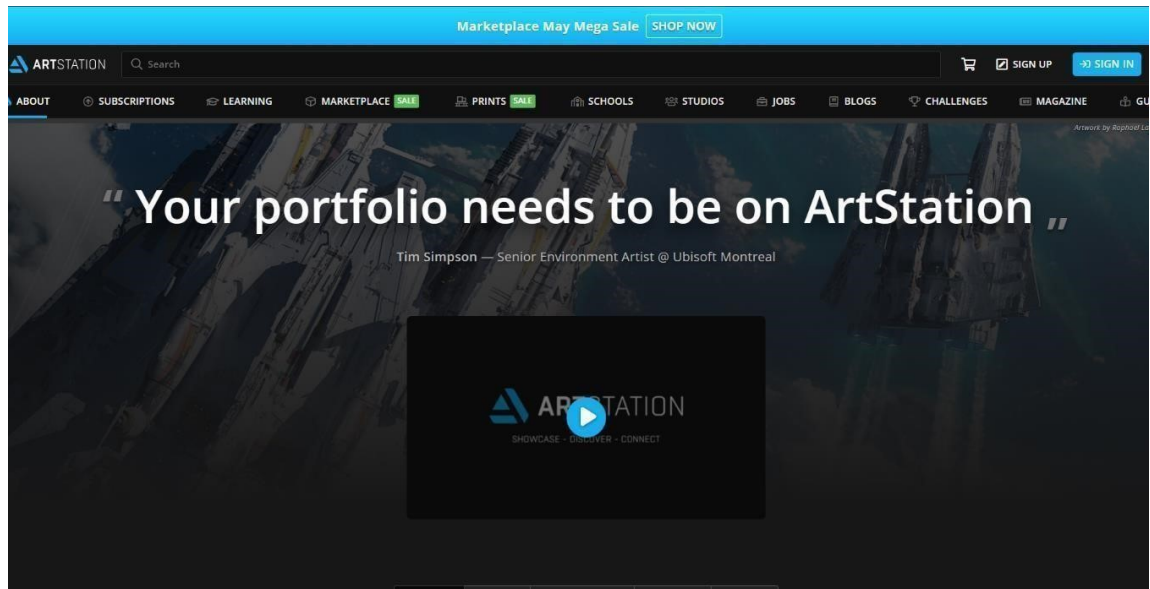


Figura 2.7 Artstation Interfaz. Obtenido de (Clayton, 2023)

Sin embargo, su desventaja radica en que se trata de una página no muy organizada y, aunque su estética es atractiva, tantas opciones pueden llegar a aturdir al usuario. Esto hace que no sea tan intuitiva para ellos.

2.1.8 TOYHOU.SE

Se trata de una pequeña plataforma en fase BETA que ayuda al comprador de arte y a los artistas a organizar su arte para uso propio. No solamente funciona para arte, sino que también es para personajes y su desarrollo. La plataforma está conformada con un PREMIUM en base de suscripción, y solamente se puede acceder a esta misma por medio de un código.

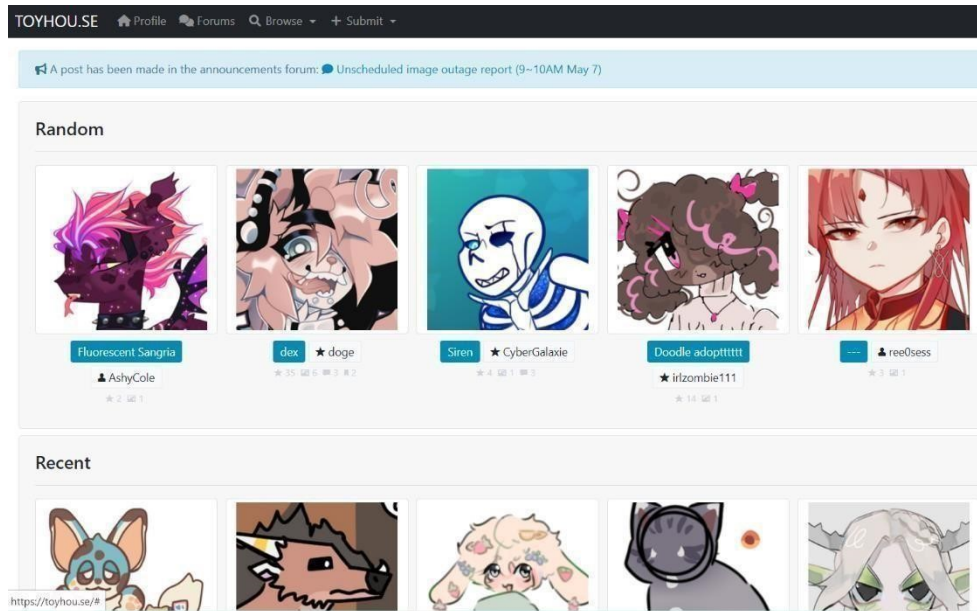


Figura 2.8 Toyhou.se Interfaz. Obtenido de (Anónimo, 2021)

La plataforma se encuentra en estado BETA. No es intuitiva, y solo permite que aquellos que paguen puedan acceder a modificarla mediante código CSS o HTML. Esto hace que sea fácil de abandonar. Sin embargo, brinda total libertad a muchos de sus usuarios.

2.1.9 TWITTER.

Se trata de una plataforma web o aplicación que consiste en dar un mensaje con pocos caracteres. Muchos artistas se han mudado a esta aplicación por su facilidad de subir dibujos, además por su libertad artística, ya que Twitter permite una cantidad significativa de arte.

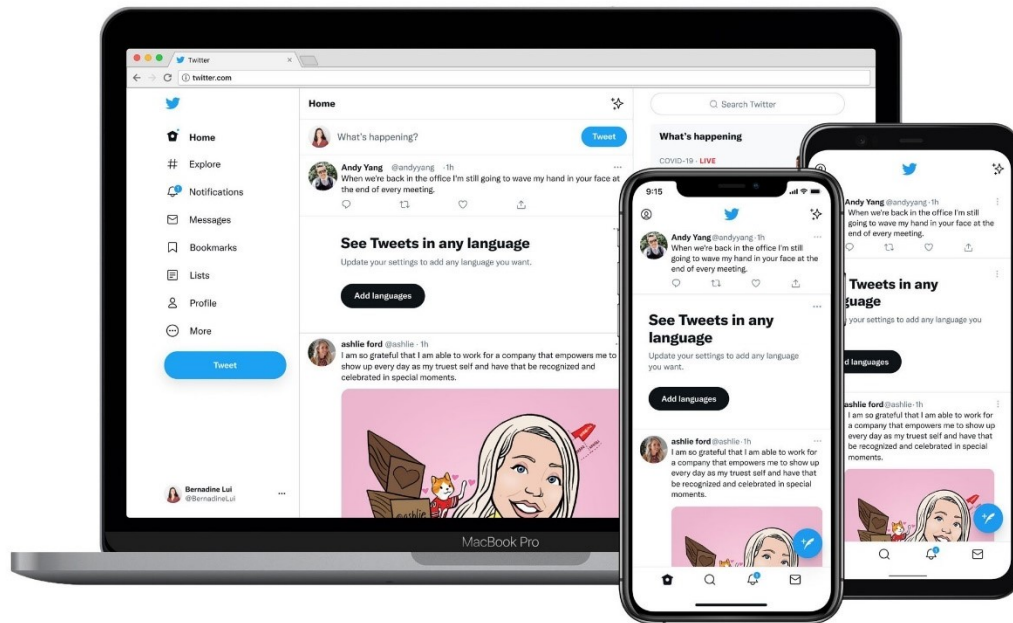


Figura 2.9 Twitter Interfaz. Obtenido de (Hidalgo, 2021)

Sin embargo, debido al tráfico de la página, en muchas ocasiones los usuarios de Twitter se pierden entre sí, al igual que las imágenes. Es sumamente difícil ver toda la cantidad de imágenes publicadas, por lo cual buscar entre todas ellas puede llegar a ser incómodo.

2.1.10 FACEBOOK.

Facebook es una red social para conectar a personas y compartir contenido, ya sea videos o imágenes. Muchos artistas han creado sus páginas de "*fan page*" y han recibido numerosos seguidores que adquieren sus servicios o su mercancía gracias a la publicidad. Los artistas crean contenido que incluye cómics, videos e ilustraciones.

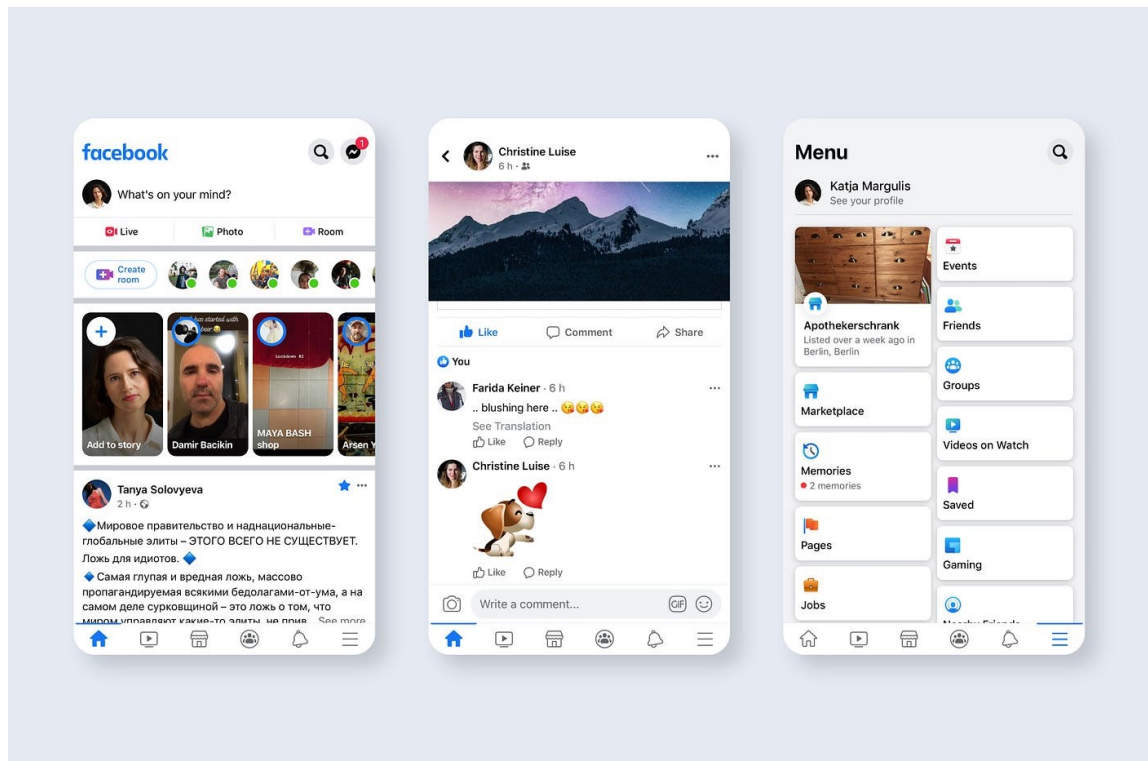


Figura 2.10 Facebook Interfaz. Obtenido de (Margulis, 2020)

Sin embargo, debido a la gran conectividad de Facebook, en ocasiones se pierde la calidad debido a la gran cantidad de usuarios. Una vez que se ha subido un contenido a la plataforma, este deja de ser del usuario y pasa a ser del conglomerado.

2.2 Conclusión de antecedentes

Las plataformas web actuales han sido de gran ayuda a los artistas a lo largo de estos años, pero han presentado algunas desventajas que perjudican al artista y su visibilidad. Por eso, se ha llevado a cabo este análisis para identificar aspectos que podrían mejorarse en la creación de un proyecto con la ayuda de un artista. Ante la falta de una plataforma que pueda ayudarlos completamente, los artistas se van moviendo de acuerdo con sus necesidades, olvidando algunas de ellas y completando otras.

2.3 Benchmark

Se ha decidido utilizar el benchmarking externo para la evaluación comparativa o visual, decidiendo comparar las plataformas mencionadas en antecedentes con algunas externas, De manera que se puedan encontrar rasgos en común para incluir en la plataforma o evitar en esta misma. Para ello, también se buscará la competencia directa, la competencia secundaria y, por último, la competencia aspiracional.

Tabla 2.1 Benchmark. Competencias directas, secundarias y aspiracionales.

Nombre	Ventajas	Desventajas	Sitio Web.
Competencia directa.			
DeviantArt	<ul style="list-style-type: none"> - Te permite vender con su moneda propia, lo cual beneficia la seguridad del comprador y del artista al poner sus datos. - Te permite crear un portafolio digital - Tiempo de pertenencia - Venta de impresiones, y descargable. - La más reconocida por artistas jóvenes y empresas que buscan de ellos. - Gratuita y opción de paga. 	<ul style="list-style-type: none"> - Su moneda interna es muchísimo más costosa que el dólar, por lo cual los cambios provocan que sean más caros. - Existe nula protección de plagio. - Archivos “zip” con virus. - Hackeo de cuentas. - Prioridad por sus programas “core” que consiste en contenido premium. - Actualmente en decadencia debido al pobre control y los costos amplios. 	Deviantart.com
Instagram	<ul style="list-style-type: none"> - Plataforma amigable para imágenes, videos rápidos e ilustraciones. - De fácil acceso. - Gratuita. - Un gran flujo de gente. Facilidad de darse a conocer. 	<ul style="list-style-type: none"> - Algoritmo complicado. - No es para artistas. - No tiene opción web, y la opción de Tablet está demasiado complicada. - Tiene una medida determinada. 	Instagram.com

	<ul style="list-style-type: none"> - Tienen opción de venta de mercancía. 		
ArtStation	<ul style="list-style-type: none"> - Cuenta con opción para diferentes tipos de arte, no solamente ilustradores o diseñadores gráficos. - Webinars. - Oportunidad de dar cursos o clases. - Vacantes de trabajo para freelance. - Prints. - Gratis y de paga. - Venta de productos artísticos, ya sea brochas, modelados, entre otros. - Ofrecimiento de servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Algoritmos. - Una plataforma que no es intuitiva. - Se tiene que pagar para ver las analíticas, subir video, e inclusive tener visibilidad. - Prioridad a artistas que pagan. - Muestran a más artistas que tienen anterioridad que artistas emergentes. - No hay protección para artistas autónomos por lo cual son víctima de estafadores. 	Artstation.com
Ko-fi	<ul style="list-style-type: none"> - Opción de venta de comisiones y mercancía. - Opción de “donaciones”. - Gratuito y venta. - Enlace con comunidades de Discord. - Alerta de “Streams” /En vivo / Lives, en plataformas como Streams. - Opción de recibir apoyo mensual. - Analíticas mensuales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se tiene que pagar para tener acceso a no comisiones por shop. - Pago por visibilidad. - Reciben un 15% de tus ventas totales. - Publicidad si no pagas. - Se paga para tener un portafolio ordenado. 	Ko-fi.com
Fiverr	<ul style="list-style-type: none"> - Una manera ordenada para tener servicios de diferentes ámbitos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Reciben un 20% de las ventas totales. - Están especializados en diseñadores, 	Fiverr.com

	<ul style="list-style-type: none"> - Te dan un tiempo aproximado en que tu pedido estará listo. - Esta especializado en props, diseños, ilustradores, entre otros. 	<p>mercadólogos, fotógrafos, y editores de video.</p>	
Artist&Clients	<ul style="list-style-type: none"> - Una plataforma únicamente para ilustradores. - Se pueden apreciar los términos de servicio. - La página queda como intermediario. - Lista de trabajos pedidos en cliente, y lista de trabajos recibidos en artistas. - Reseñas accesibles para el cliente 	<ul style="list-style-type: none"> - Consumen un 20% de ganancias totales de cada venta. - No manejan una estética agradable. - Solo sirve de intermediario para encontrar artistas, sin embargo, aún pueden recibir estafas. 	https://artistsnclients.com
Patreon	<ul style="list-style-type: none"> - Oportunidad de tener miembros exclusivos. - Organización de acuerdo a lo que se solicita. - Se pueden subir videos, audios e imágenes. 	<ul style="list-style-type: none"> - En su mayoría se tiene que pagar para ver lo que el artista publica por lo cual no sirve como portafolio. 	Patreon.com
Toyhou.se	<ul style="list-style-type: none"> - Depende de ti para tener una organización. - Visibilidad a todos los usuarios por un periodo de tiempo. - Personalización. - Gratis y de paga. - Se adapta a los términos de los artistas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso por código que se consigue a través de un usuario premium. - Difícil de personalizar. - Fase BETA. 	Toyhou.se
Competencia Secundaria			

Tumblr	<ul style="list-style-type: none"> - Es un blog en donde sirve para escribir y redactar más allá del arte. - Gran ayuda para generar una comunidad y comunicarse. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ha sufrido de diferentes caídas, lo cual ha provocado que el usuario decida no acceder más. - Bajo tráfico. 	Tumblr.com
Twitter	<ul style="list-style-type: none"> - Gran visibilidad. - Gratuito - Un gran tráfico de usuarios. - Sirve para generar una comunidad y así mismos seguidores. - Sirve para publicitarse. - Simple y sencillo, demasiado intuitivo. 	<ul style="list-style-type: none"> - No está especializado para artistas, diseñadores, ilustradores. - El manejo de comentarios puede ser un tanto difícil. - Una comunidad controversial. - No organiza imágenes. 	Twitter.com
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> - Gran visibilidad y oportunidad de invitar a tus amigos a que te sigan a la página. - Gratuito - Gran tráfico de usuarios. - Venta de productos en su página de fan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Baja calidad de imágenes. - No especializados en artistas, ilustradores o diseñadores. - La calidad baja de acuerdo con el tráfico. 	Facebook.com

Etsy	<ul style="list-style-type: none"> - Oportunidad de ventas internacionales. - Se usa para vender mercancía original de los artistas, diseñadores, o ilustradores. - Tambien para cosas hechas a mano. - Venta de contenido descargable. 	<ul style="list-style-type: none"> - No visibilidad, tienes que apoyarte de otra página externa. - Solo es de venta. 	Etsy.com
Behance	<ul style="list-style-type: none"> - Trasmisiones en vivo. - Oportunidad de vender imágenes. - Sirve para portafolio. - Enlazado con uno de los softwares más utilizados en el mundo artístico. - Gran visibilidad en el mundo empresarial. 	<ul style="list-style-type: none"> - Algoritmo difícil. - No intuitiva. - Robo de imágenes. - Difícil de comprender para primerizo. - No apto para novatos. 	Behance.net
Pixiv	<ul style="list-style-type: none"> - Sirve de portafolio. - Gran visibilidad para diferentes artistas, desde novatos hasta veteranos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Orientado en comunidad asiática. - Paga para visibilidad. 	Pixiv.net
Competencia Aspiracional			
Nombre	Motivo		
Deviantart	Deviantart aun cosas en contra, lo cierto es que debido a su antigüedad se ha posicionado como una de las herramientas de vanguardia para los artistas. Le ha brindado grandes oportunidades debido a que artistas, e		

	ilustradores que se encuentran en casas productoras más grandes sirven de ayuda para que estos se encuentren.
Artstation	Artstation ha comenzado fuerte, y un gran impulso lo llevo a que pudiera asociarse con empresas de animación, videojuegos, entre otros, teniendo una gran visibilidad en ese proceso. Escuelas buscan talentos para llevar a cabo y apoyarlos en el proceso. Sin embargo, su selección ha hecho que ellos se encuentren con una calidad excepcional, aunque en el proceso olvidaran a pequeños artistas.
Instagram	Conocida por muchos debido a su estética impecable que ayuda a traer una comodidad al momento de utilizarlo. Es intuitiva y amigable para nuevos usuarios de la tecnología. Manejan una práctica manera en la que se puedan dar a conocer.
Amazon	En un futuro se espera que los usuarios puedan vender su mercancía a través de la página, y el mecanismo que utiliza Amazon en la venta y distribución del producto es algo que se aspira en un futuro.

Fuente: Elaboración de la autora.

2.4 DAFO/FODA

Para complementar el benchmarking, también se decidió llevar a cabo un análisis DAFO/FODA, que consiste en detallar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas relacionadas con el desarrollo de dicha plataforma.

Tabla 2.2 DAFO/FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Los miembros fundadores tienen su propio mercado ya sea como cliente o artista. - Se buscará implementar las herramientas que colegas de profesión utilizan para organizarse. - Conocimiento pleno del mercado. - Acceso a comunidades en donde el arte es la principal fuente de ingresos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Un mercado no analizado a profundidad ni explorado. - Una nueva marca siempre puede crear una nueva visualización y expectativa. - Muchos de los artistas se encuentran cansados de las mismas herramientas. - Oportunidad de ofrecer algo nuevo e interesante.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Se trata de una página nueva que está aprendiendo en el proceso. - Se encuentra en fase beta. - La cuestión económica y la falta de recursos. - Falta de equipo. - Falta de traducciones. 	<ul style="list-style-type: none"> - Qué redes sociales ya establecidas vean la diferencia y actualicen sus páginas web más rápido. - Falta de infraestructura para un crecimiento rápido y oportuno.

Fuente: Elaboración de la autora.

2.5 Modelo de Negocios / Determinación de usuario.

2.5.1 Modelo de negocios Canvas.

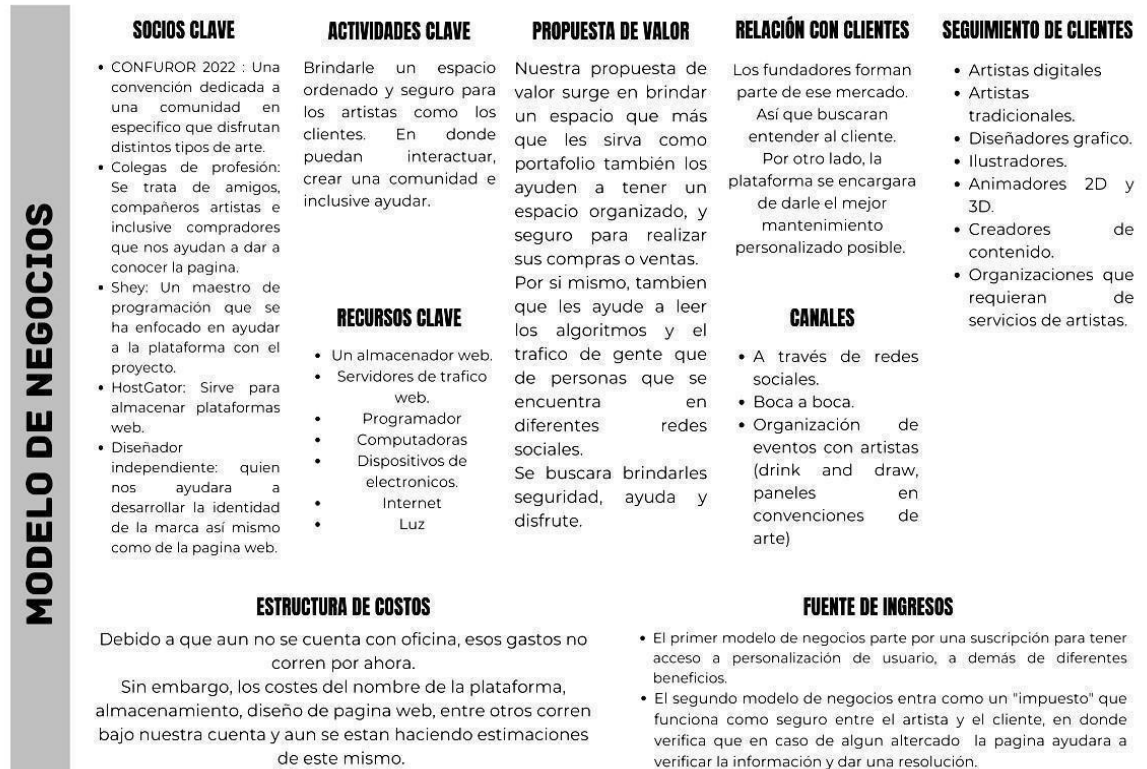


Figura 2.11 Modelo de Negocios "Canvas". Fuente: Elaboración de la autora.

2.5.2 Determinación de usuario

Se espera que los usuarios que utilicen esta herramienta cuenten con al menos un dispositivo electrónico con disponibilidad de navegación a internet, ya sea smartphone, tablet o computadora, y con un conocimiento previo de las plataformas web que sirvan para promocionarse o simplemente para ofrecer un producto y/o servicio. Para esto, se han realizado 'BUYER PERSONA' con el fin de explicar con más detalle un perfil del usuario y bajo qué contexto.

Por lo mismo existen tres tipos de usuarios:

- El primer usuario se trata de un artista, ilustrador web, diseñador gráfico o un trabajador independiente con fines artísticos, que trabaja de forma remota y disfruta del arte general para dedicarse a este. Puede usar diferentes plataformas en redes sociales para dar a conocer sus trabajos. [Figura 2.11]

2.6.1. Buyer Persona Ejemplo 1.

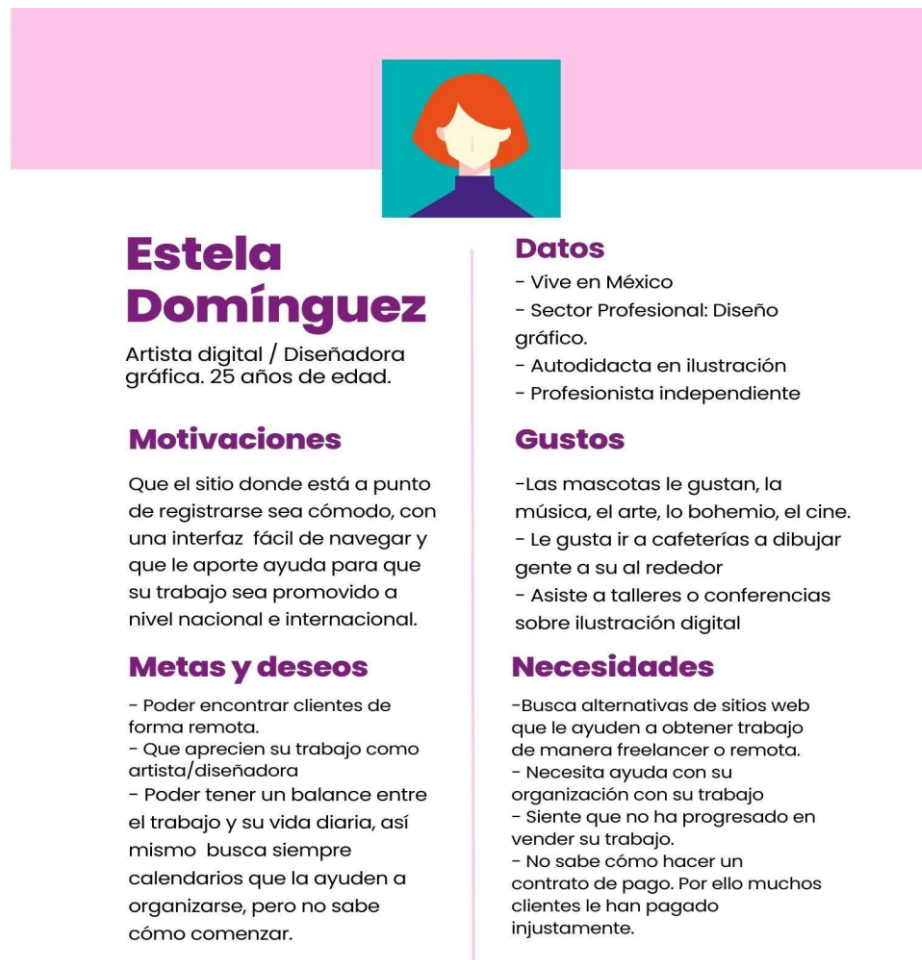


Figura 2.12 Buyer persona ejemplo 1.

- Nuestro segundo usuario se trata de un comprador de arte, puede ser artista o simplemente no serlo. Disfruta de ver diferentes percepciones de los artistas de sus historias, personajes o simplemente tener una imagen ilustrada por ellos. [Figura 2.12]

2.6.2. Buyer Persona Ejemplos 2.



June Samuels
Directora de arte/ artista conceptual. 28 años.

Motivaciones
Encontrar artistas con potencial en la plataforma o sitio web para elaborar arte o desarrollo visual para un futuro proyecto animado de 2D.

Metas y deseos

- Encontrar y reclutar artistas para el estudio.
- Conocer distintos artistas y estilos
- Conocer la información o trayectoria profesional del artista a través de la plataforma y sus trabajos

Datos

- Vive en Estados Unidos
- Sector Profesional: Arte conceptual/ dirección de arte
- Es una directora de proyecto de un estudio de animación.

Gustos

- Le gusta utilizar su tiempo libre haciendo ejercicio, dibujando para sus redes, tomar café.
- Le gusta trabajar con gente que sea responsable, que sepa trabajar en equipo y aprenda durante su proceso.

Necesidades


- Buscar alternativas de sitios web que le ayuden a conocer más acerca de sus perfiles profesionales.
- Quiere conocer la calidad de trabajo del artista
- Reclutar a un artista que tenga pasión por la animación y el diseño de personajes o fondos.

Figura 2.13 Buyer persona ejemplo 2

- Nuestro tercer usuario se trata de una compañía que busca apoyo de diferentes ilustradores, diseñadores gráficos o artistas, preferentemente como "freelancers", ya que son detalles que a veces necesita y otras veces no. En ocasiones, se dedica a hacer contenido digital para diferentes plataformas de contenido o televisoras.

[Figura 2.13]

2.6.2. Buyer Persona Ejemplo 3.



Pablo Hernandez
Desarrollador Web. 30 años de edad.

Motivaciones
Que el producto o pieza de arte que va comprar sea de su artista favorito, así mismo se quede con la comodidad de obtener su producto en tiempo, calidad y forma.

Metas y deseos
- Está en busca de distintas ilustraciones de sus artistas favoritos para decorar tu nuevo departamento.
- Encontrar más artistas y conocer más sobre sus trabajos.

Datos
- Vive en México
- Casado
- Empleado de empresa desarrolladora de aplicaciones web

Gustos
- Le gusta mucho las nuevas tecnologías.
- Le gusta mucho ver películas, ya sean animadas o de live action.
- Le gusta mucho seguir artistas en redes sociales.

Necesidades
- Busca distintos estilos de dibujo para poder decorar la pared de su apartamento o de su oficina.
- Su esposa próximamente cumplirá años y planea regalarle una ilustración de ella misma hecha por su artista favorito.
- Busca conocer a más artistas

Figura 2.14 2.6.2. Buyer Persona Ejemplos 3.

2.5.3 Estudios de campo.

2.5.4 Estrategia metodológica

La metodología es definida por Giroux y Tremblay (2008) como “*un conjunto de posturas en relación con la elección de los métodos de investigación y de las técnicas de recolección de datos*” (2008, p. 44). El investigador Rodríguez Sabiote define a la metodología como [...] un conjunto de operaciones, más o menos sistemáticas, inscritas en el tiempo en forma de fases o etapas, cuyo propósito es alcanzar el logro de los objetivos propuestos; de esta forma se mide a la investigación como un proceso sistemático y lógico [...]. (Rodríguez, 2016).

Lo cual se presenta como un conjunto de métodos con la intención de encontrar un problema y una solución por medio de los resultados que las herramientas arrojen. Para el presente proyecto, la metodología “Design Thinking” fue de carácter mixto, ya que se busca simpatizar con los usuarios a partir de una perspectiva humanista-interpretativa, la cual busca empatizar con el artista, sin dejar de lado datos cuantitativos que permitan visibilizar tendencias en el objeto de estudio.

2.5.5 Justificación de técnicas

Una de las primeras etapas de este proyecto se trata de la empatización, lo que llevó a la decisión de escoger una de las siguientes técnicas:

- **Encuesta:** De carácter cuantitativo
- **Auto etnográficas:** De carácter cualitativo
- **Historias de vida:** De carácter cualitativo.

- **Entrevistas:** De carácter cualitativo

La encuesta se ha utilizado para obtener problemas concretos y graficarlos, asimismo con la intención de que estos sean a mayor escala y con un mayor alcance, buscando que las respuestas no sean únicamente en el idioma español, sino también en la comunidad angloparlante, ya que muchos de los usuarios con los cuales se piensa interactuar se encuentran en diferentes áreas demográficas.

Las autoetnografías se emplean para obtener información sobre los problemas recurrentes que han experimentado los artistas. Esta técnica se utiliza para obtener contexto de lo que viven las personas en cuestión. En este caso, las directoras del proyecto exponen y reflexionan sobre el panorama y los sucesos trascendentales en sus trayectorias como artistas independientes.

Las historias de vida se utilizan como técnica de investigación cualitativa, denominada método biográfico. Se planea transcribir las diversas historias de artistas con mayor trayectoria en el área de compra y venta. Además, se busca conocer sus aflicciones a lo largo de su vida profesional.

Por último, las entrevistas de carácter cualitativo se han utilizado para poder conocer más a los usuarios en cuestión. Aquí se redactan las respuestas de los entrevistados sobre su opinión respecto a diversos temas, los cuales son:

- Opinión sobre las redes sociales y su difusión
- Opinión sobre el burnout (Cansancio a causa de sobre trabajo)
- Opinión sobre plagio o robo de trabajo en artistas.

2.6 Conclusión de Etapa “Descubrir”

Los artistas han experimentado una beneficiosa evolución en su trabajo. La mayoría comenzaron sus proyectos con pintura tradicional al óleo, acuarela, acrílico, etc. A lo largo de los años, hay muchas maneras diferentes de hacer el trabajo, mencionando el "formato digital".

El formato digital implica el uso de herramientas similares utilizadas de la manera tradicional, como pinceles, telas, godete. Existen varios programas que sirven como herramientas de trabajo y abren el camino a futuros ilustradores o artistas digitales como: Photoshop, Clip Studio, Procreate, Paint Tool Sai, Illustration, Sketchbook, Autodesk, Ibis Paint, ALPACA, Paint, y muchos otros programas.

Con el avance de la tecnología, innumerables artistas han pasado de lo tradicional a lo digital a lo largo de los siglos. La mayoría de los artistas de los últimos años del siglo XXI y XX han optado por una forma diferente y más rápida de trabajar sin tener que comprar materiales y herramientas para completar sus obras. Lo único que necesitan hoy en día son ordenadores, tabletas gráficas, electricidad, conexión a Internet y software de dibujo.

Está claro que los artistas que piensan tratar con tecnologías de dibujo, tradicionales y digitales, por lo que no es una sorpresa que también se encuentren programas que traten de encontrar creando ilustraciones u obras de arte de esta manera. El proyecto actual se basa en el método de diseño, descubierto por Herbert Simons en 1969 y fue utilizado por Tim Brown en 2008.

Incluye el trabajo de observar a los usuarios, empatizar, crear prototipos y probar sus innovaciones en entornos del mundo real. El marco del pensamiento de diseño abarca el proceso general de 1) comprensión, 2) descubrimiento y 3) realización. Estos segmentos incluyen seis etapas: empatizar, definir, idear, crear prototipos, probar y ejecutar.

3 Capítulo 3. IDEAR

3.1 Solución creativa de problemas

Como solución creativa de problemas tenemos el proyecto **Andromeda**, como un medio digital de ayuda para artistas independientes ya sean ilustradores, dibujantes, o creadores de contenido. En ella, los usuarios pueden encontrar apoyo a problemas recurrentes que pasan en un proceso artístico. Tales como, la difusión digital, organización, términos y servicios.

Los medios digitales como estrategia de difusión son un área de oportunidad para el proyecto. Las publicaciones por Instagram, Facebook o Twitter en ellas buscan crear diferentes actividades que incentivan al consumidor a interactuar con esta misma. Llegar con la plataforma podría ser una manera en la que ellos podrían encontrarse. Asimismo, debido a la naturaleza de esta misma, las publicaciones en las redes sociales que salgan directamente la herramienta que se está creando, podrían hacer una interacción más interesante y esta permanecer por un periodo de tiempo más corto o largo. Sin embargo, gracias a que en internet la información se encuentra al acceso de cualquiera, funciona a favor de una estrategia digital.

3.2 Nombre (Naming)

Existe una lista larga de nombres debido a que se hizo una lluvia de ideas de las cuales destacan algunas como "Inkkare", el cual derivada de las palabras "INK" de tinta y "CARE" en inglés. Sin embargo, esta se descartó debido a que se sentía que no estaba en contacto con los usuarios por lo que se optó con la siguiente propuesta la cual fue

Andromedaa debido a que trabaja con visión y la filosofía con la cual se lleva a cabo el proyecto.

“**Andrómeda** es una de las galaxias más grandes cercana a nuestra Vía Láctea albergando una cantidad impresionante de diferentes planetas. Con esta idea en la mente se eligió que cada artista es un mundo completamente diferente en donde con diferentes ideas van mostrando nuevas percepciones y conceptos, al entrar a estas ideas nos volvemos completamente "astronautas" descubriendo nuevas tierras. Se agregó el factor en el cual Andrómeda es un nombre que no cambia en casi ningún idioma, por lo cual se representa como una palabra neutra en la que es conocida por cualquier lengua. Se le agregó una "a" extra en la que significa **Art**” – Fuente: Autoras Leslie Caballero y Evangelina Caballero



Figura 3.1 Logotipo “Andromedaa”

A lado de **Andromedaa** se acompaña una estrella la cual está un poco “imperfecta” dándonos a conocer que toda obra de arte siempre se encuentra diferente de acuerdo con el ángulo en el cual se perciba, y fuera de se encuentra en unión con unos dos anillos, estos se encuentran abiertos representando las ideas, pero la unión formando un círculo y protegiendo la estrella. La unión de estos tres elementos funciona como una iconografía.

3.3 Desarrollo de Identidad y Branding

Durante el transcurso del semestre se trabajó en la identidad de la marca, actualmente el logotipo se encuentra bajo el nombre **Andromedaa** y un imagotipo, en donde el icono y la imagen también funcionan por separado del nombre. El manual fue creado por el diseñador Alejandro Mendoza y supervisado por Evangelina Caballero y Leslie Caballero.



Figura 3.2 Manual de Identidad Corporativa. Portada.

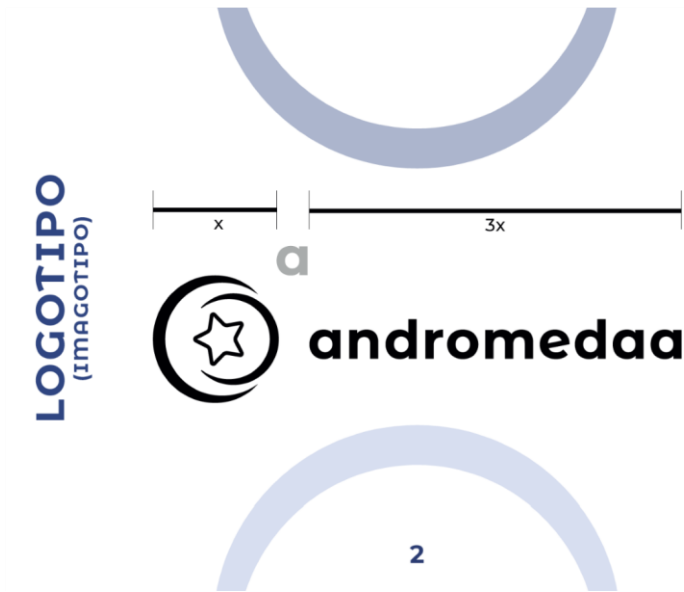


Figura 3.3 Medidas de Logotipo. "Andromedaa".

3.3.1 Tipografía

Se utilizó la tipografía "Montserrat" debido a que esta se muestra simétrica y redonda al igual que los trazos fluidos del artista.



Figura 3.4 Tipografía.

Así mismo, se utilizó una estrella como icono rodeado con lo que parecen ser dos anillos, con la intención de simular que esta se está moviendo alrededor de algo como si se tratara de un satélite.

TIPOGRAFIA

Textos que ocupen la identidad grafica de aandromeda deben tener preferencia a la familia tipográfica "Monteserrat Alternates".

Montserrat Alternates
Montserrat Alternates
Montserrat Alternates
Montserrat Alternates
Montserrat Alternates
Montserrat Alternates
Montserrat Alternates
Montserrat Alternates
Montserrat Alternates

9

Figura 3.5 Familia tipográfica.

3.3.2 Colores

Se buscaron colores azulados y púrpuras para simular los colores del concepto que se está proponiendo sobre galaxias.

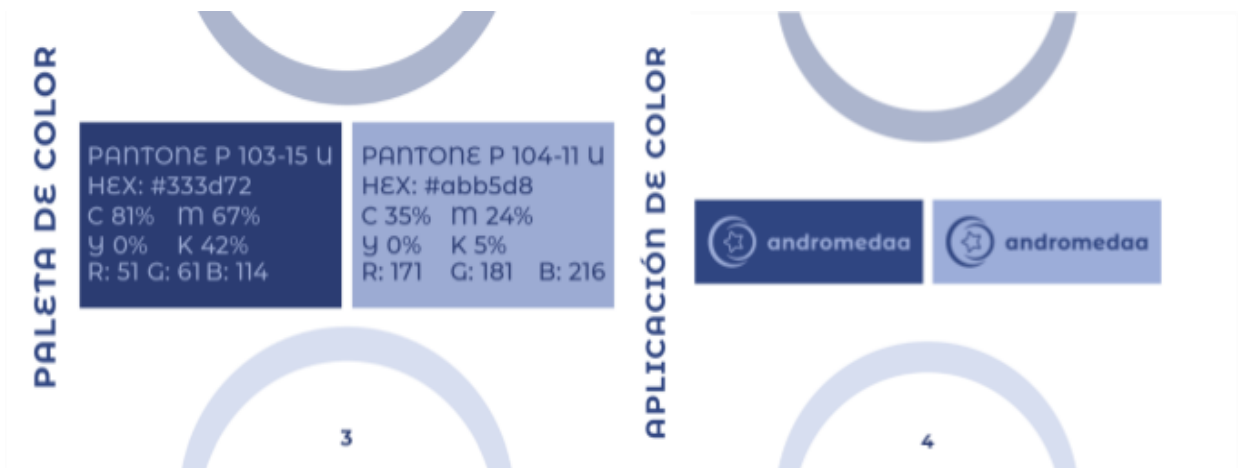


Figura 3.6 Paleta de color y aplicación.

APLICACIÓN DE COLOR



Preferente en fondos oscuros



Preferente en fondos claros



Figura 3.7 Usos correctos de color.

3.3.3 Margen de seguridad

MARGEN DE SEGURIDAD



Espacio de seguridad para los elementos asociados al logotipo. Esta area debe de mantenerse libre de todo tipo de elemento.



Figura 3.8 Margen de seguridad de Logotipo

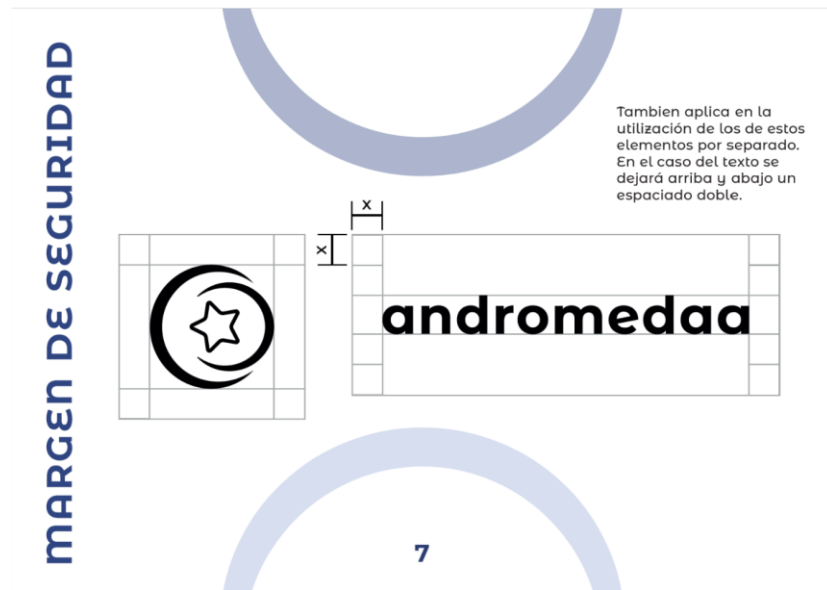


Figura 3.9 Margen de seguridad. Segundo ejemplo.

3.3.4 Sugerencia de uso

Aquí se muestran las distintas formas en las que se puede utilizar correctamente el logo con los colores oficiales de la marca. Además, se muestran otras formas en las que se puede plasmar el logotipo.

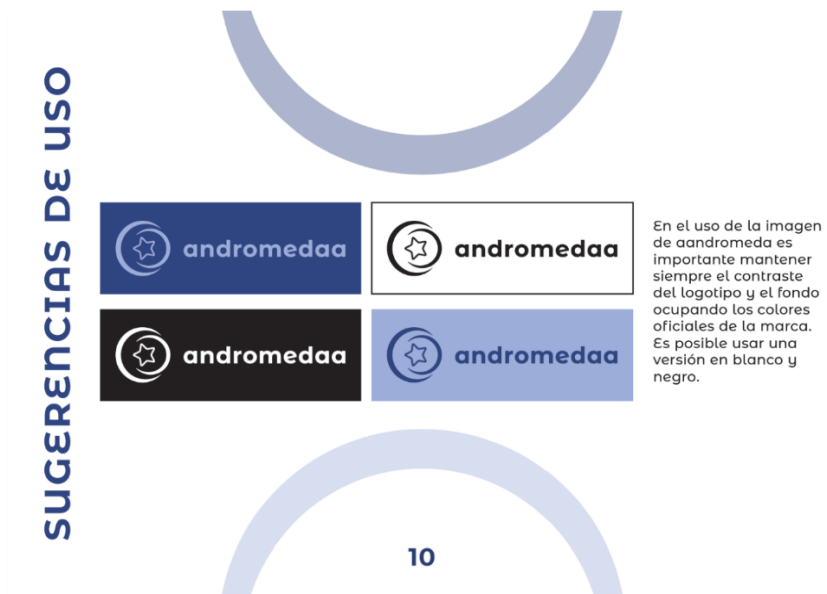


Figura 3.10 Sugerencias de uso de color.



Figura 3.11 Sugerencia de uso de tipografía y color.

Por último, se muestran los usos correctos e incorrectos del logotipo (isologo) y el imago tipo.

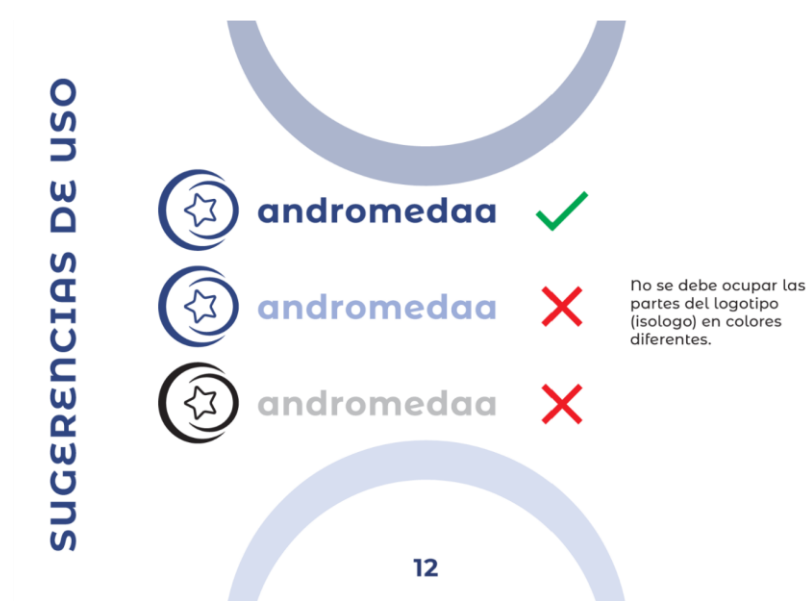


Figura 3.12 Formas y sugerencias de isologo.

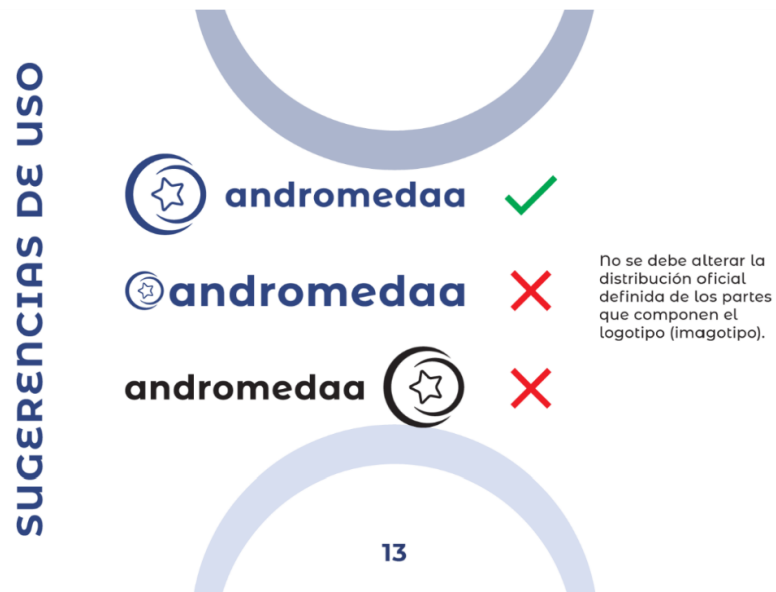


Figura 3.13 Sugerencia de imago tipo.

3.4 Evaluación de alternativas

La página se sigue desarrollando, pero, por otra parte, se realizaron y evaluaron distintos documentos para diseñar la interfaz de la página. A continuación, se presentan imágenes del desarrollo. En el siguiente mapa mental se muestran las distintas funciones que tendrá el diseño de la interfaz.

3.4.1 Mapeo (GENERAL) de la página web.



Figura 3.14 Mapeo (General de página web "Andromedaa").

Primeramente, se realizó un mapeo general de la plataforma y sus principales funcionalidades incluyen:

- **Inicio:** Página de búsqueda con arte en tendencia, opciones para iniciar sesión y registrar nuevos usuarios, y un botón "About us" que explica los beneficios de Andromedaa.
- **News Feed:** Motor de búsqueda para encontrar artistas y obras mediante "tags", sugerencias de artistas para seguir, posts de los artistas seguidos, y acceso a herramientas y estadísticas.
- **User Page:** Incluye el fondo de portada, nombre y descripción del usuario, posts, acceso a la galería, y opciones de membresía y contenido extra.

- **Configuración:** Permite la edición del perfil y de las opciones de pago.

3.4.1.1 Inicio



Figura 3.15 Sketch "Inicio".

Todo empieza por el inicio de la página, que contará con diferentes elementos como un buscador que se utilizará para encontrar a un artista específico o a base de palabras clave de lo que se tenga interés en buscar. También se publicará una imagen de fondo que cambiará de acuerdo con las imágenes que sean "visibles para todo público" y que sean populares en ese momento. Contará con un "feed" o "newsletter" en donde serán

visibles diferentes obras de arte que se hayan publicado recientemente. Además, tendrá el botón característico de "regístrate" o "iniciar sesión".

En este bosquejo se puede apreciar cómo se llevaría el inicio, y asimismo que las tres líneas serán el acceso a "más opciones" en donde se podrían agregar categorías como "acerca de nosotros", entre otras.

3.4.1.2 "User page"



La página de usuario cuenta con el nombre del usuario, un fondo de pantalla personalizable. Se consideró que en algún momento se pueden tener botones para recibir propina y para dar a conocer un poco más del usuario, llevando a más opciones de este como la galería, membresías, tienda, y lista de espera o calendarización de su trabajo. También se buscará que pueda publicar sus opiniones o noticias acerca de su trabajo y su arte.

Figura 3.16 Sketch "User Page".

3.4.1.3 Imagen 12. Mockup de “userpage”.

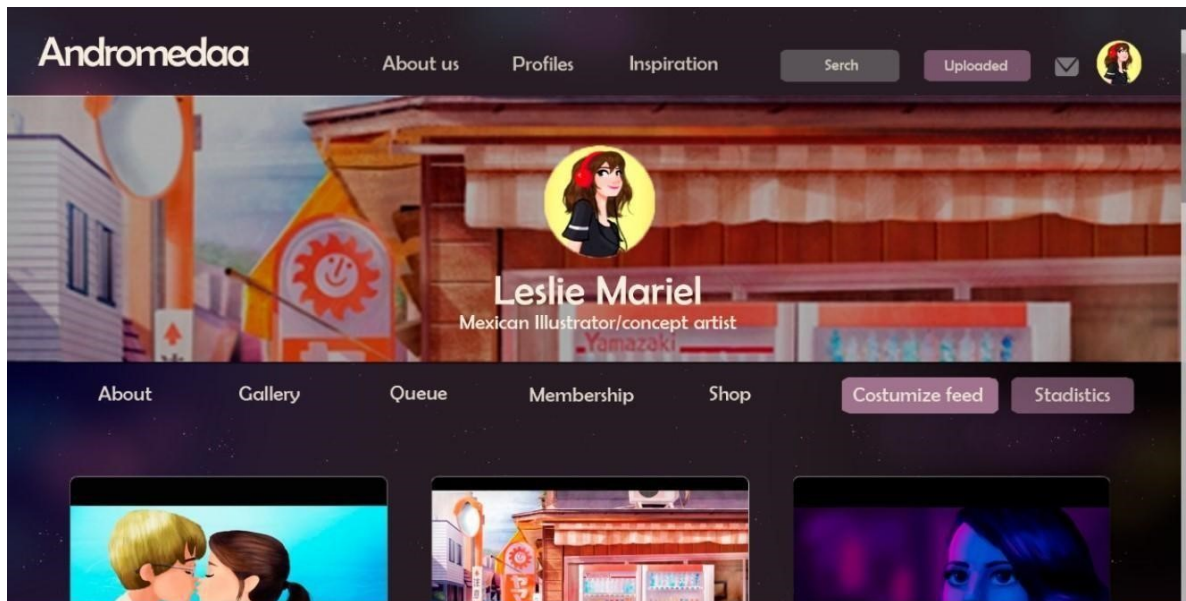


Figura 3.17 Mockup de “User Page”.

3.4.1.4 “Newsfeed”

Este viene siendo el inicio de la página, el cual ayuda a ponerse en contacto con los artistas que el usuario sigue. Asimismo, se buscará incitar a la búsqueda de más artistas y más piezas de arte. Además, se agregaron botones como "estrellas" para indicar favoritismo y marcarlo, y "corazón" para solamente dar me gusta.

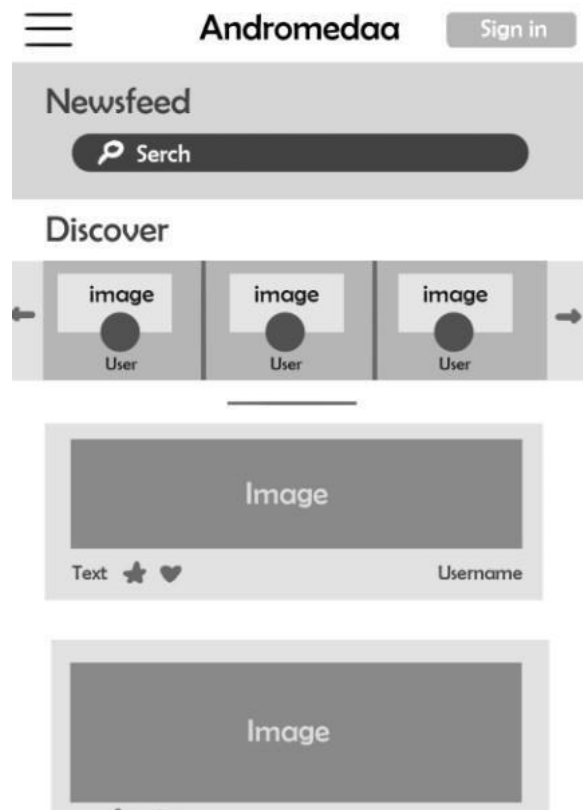


Figura 3.18 Sketch “Newsfeed”.

3.4.1.5 "Settings"

La página de usuario contará con un apartado de "Settings" (Configuración). Se configurará de manera general el perfil dependiendo del estilo del usuario y la personalización que le quiera dar. Además de cambiar el nombre del usuario de manera pública y su email, contará con una opción para configurar sus enlaces a portafolios externos y redes sociales.

The sketch shows a user settings page for 'Andromedaa'. At the top left is a hamburger menu icon. The brand name 'Andromedaa' is centered at the top, with a 'Sign in' button to its right. Below the header is a horizontal line. The main content area starts with a circular profile picture placeholder labeled 'PHOTO'. To its right, the text '(User name) / General' is displayed, followed by the subtitle 'Update your username and manage your account'. Below this is a 'General' tab selector with a dropdown arrow. The settings are organized into sections: 'Username' with a text input field and a preview URL 'https://andromedaa.com/Username'; 'Email' with a text input field; 'Portfolio link' with a text input field; and 'Social Media links' with a text input field containing an ellipsis. A plus sign icon is located below the social media links section. A 'Save Changes' button is positioned at the bottom right of the form.

Figura 3.19 Sketch "Settings".

3.5 Desarrollo de estrategias digitales

3.5.1 Página web

General

Las páginas web pueden tener una gran cantidad de servicios, mientras algunas sirven para esparcir información como noticias, blogs e inclusive artículos de estudio, otras páginas web sirven para transmitir información, comunicar y con ello pueden llegar a funcionar como redes sociales. Algunas redes sociales pueden ser también herramientas para organización, promoción, entre otras, y es por ello que se ha optado que como proyecto final para **Andromedaa** sería una plataforma para artistas independientes.

Como anteriormente se ha mencionado, nuestro pilar es la plataforma web la cual lleva por nombre **Andromedaa** debido a que todos los artistas son un mundo, un planeta, con diferentes ideologías y creencias, que nos llevan a hacer de una galaxia tan grande como la que es Andrómeda. Además, dicho nombre no cambia en casi ningún lenguaje, por lo tanto, es una palabra conocida para el comprador.

Para visualizar estrategias de marketing digital, se utilizan ejemplos prácticos que generan visibilidad y organización en la plataforma. Estos ejemplos incluyen la creación de contenido atractivo, la optimización de motores de búsqueda (SEO) y el uso de campañas de publicidad pagada en redes sociales. Además, se implementan técnicas de análisis de datos para medir el rendimiento y ajustar las estrategias en consecuencia.

- **Implementación de un calendario de eventos**

1. **Funcionalidad:** Calendario de eventos de arte

2. **Acción:** Incluir un calendario interactivo donde los artistas puedan añadir eventos importantes como exposiciones, talleres y ferias de arte.

3. **Objetivo:** Facilitar la organización y promoción de eventos artísticos.

4. **Resultado esperado:** Incremento en la participación y asistencia a eventos organizados por los usuarios de la plataforma.

○ **Campaña de lanzamiento en redes sociales**

1. **Plataforma:** Twitter

2. **Acción:** Crear un concurso de arte digital donde los participantes deban seguir la cuenta de **Andromedaa**, compartir su trabajo usando un hashtag específico (#AndromedaaLaunch), y etiquetar a otros artistas.

3. **Objetivo:** Aumentar el número de seguidores y generar contenido generado por usuarios.

4. **Resultado esperado:** Incremento en la visibilidad de la plataforma y atracción de nuevos usuarios.

○ **Sistema de valoraciones y comentarios**

1. **Funcionalidad:** Valoraciones y comentarios de usuarios

2. **Acción:** Implementar un sistema donde los usuarios puedan valorar y comentar las obras de arte, proporcionando retroalimentación constructiva.

3. **Objetivo:** Fomentar la interacción y el apoyo entre los usuarios.

4. **Resultado esperado:** Creación de una comunidad más unida y colaborativa, con mayor participación y compromiso.
 - **Campaña de pre-lanzamiento**
 1. **Plataforma:** Twitter, Instagram y Facebook

 2. **Acción:** Crear una campaña de expectativa antes del lanzamiento oficial. Publicar adelantos, detrás de cámaras y testimonios de artistas que ya han probado la plataforma.

 3. **Objetivo:** Generar interés y curiosidad entre los usuarios potenciales.

 4. **Resultado esperado:** Crear una base de seguidores interesados antes del lanzamiento, facilitando una rápida adopción una vez la plataforma esté disponible.

 - **Serie de entrevistas con artistas**
 1. **Plataforma:** YouTube, Instagram TV y Facebook Live

 2. **Acción:** Realizar entrevistas en vivo con artistas destacados que utilizan **Andromedaa**, donde hablen sobre su experiencia, su proceso creativo y cómo la plataforma les ha ayudado.

 3. **Objetivo:** Mostrar casos de éxito y humanizar la marca.

4. **Resultado esperado:** Mayor confianza en la plataforma y aumento en la inscripción de nuevos usuarios.

Objetivos de la plataforma

Los objetivos en la creación de la página web son los siguientes:

5. Crear una fuente de ingresos confiable para todos los usuarios.
6. Brindar mejor organización para el usuario.
7. Dar una protección tanto al vendedor como al comprador.
8. Manejar una galería de mejor calidad que pueda ser compartida en diferentes redes sociales.
9. Dar una formalidad y un orden al usuario.
10. Mantener la honestidad durante el proceso de una pieza de arte.
11. Crear un espacio seguro para expresarse.
12. Crear una comunidad en donde todos puedan interactuar en torno al arte.

Palabras clave

Durante la creación de una página web se utilizan las palabras clave para que, en el momento en que se utilicen motores de búsqueda para encontrarnos con usuarios que busquen algo relacionado con la página, puedan encontrarnos a través de buscadores como "Google" por su herramienta SEM (Search Engine Marketing).

La idea de que con palabras clave se pueda tener mucha más visibilidad nos lleva a analizar la búsqueda de estas mismas, siendo las siguientes palabras clave:

- o Art
- o Deviantart o
- o Ko-fi o Art Gallery o
- o Art Community o
- o Anime o
- o Furry Fandom (Comunidad basada en arte) o
- o Fiverr o
- o Art Commissions
- o OC (original character)
- o Arte
- o Comunidad de arte o Organization Methods by Artists
- o Webtoons o Patreon
- o Tools for artists
- o Cómicos o Draws

A futuro estas páginas se irán cambiando y desarrollando conforme se realice una investigación con mayor profundidad de las palabras clave que se puedan desarrollar.

Competencias

A lo largo de los años han surgido portales web, o mejor dicho, plataformas digitales para promocionar y compartir el trabajo del artista. Sin embargo, han surgido algunos problemas en estas redes sociales que hacen que el artista se pueda sentir afligido, triste, deprimido por la parte de la difusión. Algunas de ellas son las siguientes:

DeviantArt

DeviantArt es una plataforma web donde se puede utilizar como portafolio de dibujo, difunden el trabajo de artistas, es visible tu trabajo con más personas. Se puede hacer networking con más gente alrededor del mundo.

Su desventaja es que su interfaz no ha evolucionado o sido modificada bien.

La plataforma cada vez más perdió seguidores ya que existieron, después de años, más redes sociales que utilizaban esta misma fórmula: Que sea un lugar para utilizar como portafolio, conseguir clientes, hacer networking. Los clientes y los artistas fueron perdiendo interés en la página. Actualmente sigue vigente.

Patreon

Patreon es una plataforma web para recibir donaciones voluntarias al artista, a cambio de beneficios que puede brindarle al artista, como: Una comisión, un álbum de proceso de ilustración, prints, etc.

Su desventaja es que su plataforma es algo difícil de entender, o a veces la gente no sabe que es mensual el pago y solo dio una cantidad de dinero voluntaria por un solo mes.

Lo cual es malo, pues puede haber clientes que se enojen con el artista a causa de la plataforma.

Instagram

En esta red social es muy conocida, pero con poca visibilidad de usuarios ilustradores. Gracias a que su algoritmo a veces no ayuda a que los artistas los descubran por medio de su explorador o buscador. Aquí se pueden colocar fotografías de sus cuadernos de bocetos y dibujos digitales en esta red, está pensada para mostrar fotografías rápidas.

Parte de su desventaja es que, en la actualidad, Instagram ha sufrido varios cambios, entre ellos actualizaciones de interfaz. La plataforma se ha enfocado más a la visibilidad de videos como TikTok o videos cortos de 15 a 1 min. Esto ha provocado que su algoritmo ya no funcione para artistas que quieran compartir su trabajo en formato de fotografía. En Instagram, se puede obtener más vistas y promociones de su trabajo a través de Hashtags, utilizando palabras clave que hagan que se viralice el trabajo. Pero el algoritmo hace que a veces ya no tengas visitas en tu página y eso puede, a veces, perjudicar moralmente y hasta económicamente, al artista.

ARTSTATION

Una nueva plataforma que ha estado en auge se trata de una alternativa para mostrar los portafolios y venta de sus servicios. Ofrece también una gran variedad de vacantes para artistas profesionales, así mismo ofrecen cursos y suscripciones.

Sin embargo, su desventaja consta en que se trata de una página no muy organizada y aunque su estética maneja su deleite, tantas opciones llegan a aturdir al consumidor de esta. Se vuelve algo que no es tan intuitivo para él mismo.

TOYHOU.SE

Se trata de una pequeña plataforma en fase BETA que ayuda al comprador de arte y a los artistas a organizar su arte para uso propio. No solamente funciona para arte, sino que también es para personajes y su desarrollo. La plataforma está conformada con un PREMIUM en base de suscripción, y solamente se puede acceder a esta misma por medio de un código.

La plataforma se encuentra en estado BETA. No es intuitiva, y deja que solo aquellos que paguen puedan acceder a modificarla por código CSS o HTML que se trata de un código de programación. Lo que crea que esto sea fácil de abandonar. Sin embargo, les brinda la total libertad a muchos de sus clientes.

TWITTER.

Se trata de una plataforma web, o aplicación que consiste en dar un mensaje con pocos caracteres. Muchos artistas se han mudado a esta aplicación por su facilidad de subir dibujos, y además por su libertad artística, ya que Twitter permite una cantidad significativa de arte. Sin embargo, debido al tráfico de la página, en muchas ocasiones los

tweets se pierden entre sí, así mismo las imágenes. Es sumamente difícil ver toda la cantidad de imágenes publicadas, por lo cual buscar entre todas ellas puede llegar a ser incómodo.

FACEBOOK.

Facebook se trata de una red social para conectar a gente, y además compartir contenido, ya sea videos o imágenes. Muchos artistas han hecho sus páginas de “*fan page*”, y recibido numerosas cantidades de seguidores que adquieren sus servicios o su mercancía, debido a la publicidad. Los artistas crean contenido desde cómics, videos e ilustraciones.

Sin embargo, debido a la gran conectividad de Facebook, en ocasiones se pierde la calidad debido a la gran conectividad de usuarios, una vez que se ha subido un contenido a la plataforma, este deja de ser del usuario, y pasa a ser del conglomerado.

Campaña publicitaria.

Se llevará a cabo el desarrollo de la página con un programador de interfaz web, diseñadores y directoras creativas.

Se está planeando implementar una herramienta en la cual se pueden compartir las publicaciones de los usuarios con distintas redes sociales. Como:

- Instagram
- Facebook
- Twitter

Al hacer esto, se hace mejor organización ante el usuario con su contenido publicado.

Difusión de contenidos

Aunque ya se habló de la manera en la que se difundirá el contenido a base de redes sociales, también se buscará que sea a través del boca a boca de los mismos usuarios y de nosotros mismos.

- o Boca a boca por usuarios.

Por lo tanto, los usuarios recibirán una "prueba" de la plataforma en su versión "premium", y durante el primer año, cada usuario podrá invitar un amigo para que una vez que este se suscriba, acepte la suscripción premium y realice una publicación los usuarios podrán recibir otros tres meses de suscripción gratis. Esto tendrá un límite de seis personas por usuario, dando una cantidad de 6 meses de suscripción gratis, atrayendo seis personas por cada usuario.

De esta manera el usuario no solamente prueba nuestra versión premium, la cual consiste en una suscripción que se podrá pagar por mes o por año. Si no que también atrae más usuarios ya sea amigos suyos o seguidores, con los cuales podrían interactuar y generar mucho más tráfico en la página web.

Difusión a través de paneles.

Se buscará participar en diferentes convenciones con temática de artistas para brindar paneles y que conozcan la experiencia de lo que trata **Andromedaa**. Darles un tour por la página, y así mismo recibir feedback al respecto en tiempo real.

Resultados

Los resultados se podrán verificar a través de las estadísticas de la página en donde podemos ver cuánto tráfico de invitados, o usuarios tenemos. Además, se quiere obtener los siguientes datos:

- Tiempo que pasan en la página.
- Hora y día en la que son más activos.
- Ubicación.
- Cantidad de publicaciones
- Tipo de uso.

Estos datos nos podrán verificar el tipo de dirección que estamos tomando y si la estrategia está funcionando o no.

En conclusión, nuestro proyecto buscó crear dos maneras de interacción con los medios digitales. Una a base del tradicional creando una interacción directa con el digital, regalando así una experiencia que haga que el usuario recuerde nuestro proyecto. Y otro método de promoción que sea a base de pura campaña de medios digitales.

Sin embargo, se busca mantener una presencia establecida con la creación de nuestra página web adecuada y un diseño de calidad para el desarrollo de esta misma. Por lo tanto, siempre se está en constante crecimiento para encontrar algo que sea de agrado para el desarrollo de esta misma.

3.6 Estrategia de difusión de medios

3.6.1 Planteamiento de las estrategias digitales

Análisis de situación

Actualmente, **Andromedaa** se trata de un proyecto que se encuentra en desarrollo. No cuenta con antecedentes que le ayuden a analizar y apenas comenzará a surgir en las redes sociales. Una vez que el proyecto salga a la luz, se encontrará en una fase beta, la cual consiste en una base de prueba para ir arreglándolo y generando una comunidad.

- **Interno:** Se está trabajando para dar a conocer la fase beta y para tener la fase beta.
- **Externo:** La plataforma se encuentra desconocida por el momento, no cuenta con tráfico.

Objetivos

Los objetivos principales serían los siguientes:

- Atraer a los usuarios.
- Obtener más tráfico.
- Retener a los usuarios.
- Generar ventas.

Estrategias y tácticas

Se buscará generar una estrategia en donde se comience a hacer presencia tanto en redes sociales como en los círculos de artistas. Por lo tanto, la misión principal de la estrategia sería fomentar que los artistas atraigan a sus círculos sociales y así promover una interacción entre ellos mismos en la plataforma que se está generando.

Implantación de presencia

Se buscará empezar publicaciones en redes sociales específicamente en las siguientes tres redes:

- Twitter
- Instagram
- Facebook

Se escogerá como principal la cuenta de Twitter, en donde se contarán con dos cuentas: una comercial y otra para interactuar como la "mascota". Esto es debido a que una gran cantidad de artistas se encuentran en Twitter, debido a la facilidad con la que se puede interactuar; sin embargo, las demás no se van a descuidar.

Las publicaciones se realizarán en el idioma "inglés", y en su mayoría serán constantes.

Generación de contenidos

Al principio, las publicaciones en redes sociales serán mucho más escasas en lo que se va obteniendo usuarios dentro de **Andromedaa**. Se publicará durante los siguientes días de la semana:

Tabla 3.1 Generación de contenidos.

Semana	Contenido
Lunes	Publicación
Martes	x
Miércoles	Publicación
Jueves	x
Viernes	Publicación
Sábado	x
Domingo	x

Fuente: Elaboración de la autora.

Sin embargo, esta dinámica se cambiaría una vez que **Andromedaa** cuente con una cantidad de 200 usuarios registrados, ya que dentro de la página se contará con contenido.

Se buscará publicar el arte de los artistas con enlace del perfil de la página de los artistas y alguna frase que nos ayude a encontrarlos constantemente. No solamente eso, sino también se buscará fomentar la venta de sus productos o de sus servicios (refiriéndose a comisiones). Se realizará de esta manera con la intención de fomentar el tráfico tanto de la página como del mismo usuario.

Tabla 3.2 Publicaciones de la semana.

Dia	Tipo de publicación
Lunes	Ilustración
Martes	Servicios.
Miércoles	Ilustración
Jueves	Productos
Viernes	Ilustración
Sábado	x
Domingo.	x

Fuente: Elaboración de la autora

En cualquiera de esos días, podría cambiar la organización para subir algún comunicado o promoción que se encontrara en la página.

3.6.2 Importancia de la mercadotecnia en el proyecto.

Las publicaciones para difundir la página y que más usuarios tengan acceso a ellas, son completamente personalizables de acuerdo con el contenido que el cliente desea, y recibir una retroalimentación mucha más instancia que nos da permiso de revisar de manera tangible con datos que van directamente dirigidos a nuestro consumidor, y recibiendo estadísticas en tiempo real que nos ayudan a saber si este ha sido del agrado del público o si algo se tiene que cambiar.

Sin embargo, debido a que ambas autoras consideran que el método tradicional también es importante, se ha buscado crear una campaña de mercadotecnia en la que se utilicen ambas creando así un método mixto. Esto debido a que las experiencias dan una actividad sensorial que nos ayuda a crear una interacción más fácil de recordar. Ya que anteriormente se ha mencionado que nos encontramos constantemente bombardeados de información, a veces el generar una experiencia, una plática, o una actividad que genere el mínimo esfuerzo, puede generar un recuerdo o una memoria. Para el método tradicional se utilizará el boca a boca lo que conlleva a participar en convenciones, bazares de arte independiente, e inclusive workshops que nos ayuden a interactuar de primera mano con nuestra segmentación de mercado. Se buscaría ofrecer charlas dejando que ellos tengan acceso al QR para dar directamente con el enlace de la plataforma, la oportunidad de que interactúen con nuestra plataforma en tiempo real, o actividades que necesiten interactuar con redes sociales y la página. Esto con la intención de que cada actividad genere una experiencia que sea mucho más memorable para el artista.

Se cree que en ambas situaciones se requerirían los métodos digitales para que la promoción sea mucho más abierta, y así que se tenga acceso a los usuarios y a los que pueden ser nuestros usuarios. Sin embargo, el crear una manera en que la mercadotecnia también genere alguna experiencia que nos haga recordar un poco más allá sería sumamente interesante. Ambos métodos cuentan con bondades que podrían ayudar al proyecto a ser difundido de una manera mucho más estratégica.

3.6.3 Ventajas de una mercadotecnia digital.

Existe una infinidad de ventajas de una mercadotecnia digital aplicada en el proyecto, las cuales podrían ser las siguientes:

- Bajo costo.
- Mayor difusión.
- Una interacción directa con el usuario meta.
- Interacción constante.
- Acceso directo a la plataforma.
- Retroalimentación inmediata.
- Fácil accesibilidad
- Atracción inmediata.

La implementación de la mercadotecnia digital en el proyecto ofrece una amplia gama de ventajas significativas. Entre ellas se encuentran el bajo costo, que facilita la optimización de recursos; una mayor difusión, que amplía el alcance del proyecto; y una interacción directa y constante con el usuario meta, lo cual permite un vínculo más cercano y efectivo. Además, la mercadotecnia digital proporciona acceso directo a la plataforma y retroalimentación inmediata, lo que permite ajustes rápidos y pertinentes. La fácil accesibilidad y la atracción inmediata también son aspectos destacables que contribuyen al éxito y la efectividad del proyecto en el entorno digital.

3.7 Conclusión Etapa “Idea”

Como solucionador de problemas creativos, se cuenta con el proyecto **Andromeda** como medio digital para ayudar a los artistas independientes, ya sean ilustradores, dibujantes de cómics o creadores de contenido.

Allí los usuarios pueden encontrar apoyo en caso de problemas recurrentes que surjan durante el proceso creativo. Como distribución digital, organización, términos y servicios. Los medios digitales como estrategia de distribución son un área de gran oportunidad para el proyecto. Ya sea que se publique en Instagram, Facebook o Twitter, el objetivo es crear diferentes actividades que alienten a los consumidores a interactuar con ellos y llegar a la plataforma donde puedan encontrarla.

De manera similar, las publicaciones en las redes sociales, debido a su naturaleza, provenientes directamente de la herramienta desarrollada, pueden generar una participación más interesante y durar períodos de tiempo más cortos o largos. Sin embargo, como la información está disponible para todos en Internet, esto beneficia a la estrategia digital.

Las publicaciones que hacen que el sitio sea accesible para más usuarios están completamente adaptadas al contenido que los clientes desean, y obtener más respuestas permite ver datos en vivo con sus consumidores de una manera tangible y obtener estadísticas en tiempo real que ayudan a saber si la audiencia le gusta el contenido o si es necesario cambiar algo.

Sin embargo, los métodos tradicionales también son importantes, al intentar crear una campaña de marketing que utilizara ambos métodos, creando así un método mixto. Esto sucede porque las experiencias proporcionan actividad sensorial que ayuda a crear interacciones más memorables.

4 Capítulo 4. PROTOTIPAR

Durante esta fase se buscará idear el desarrollo de la herramienta y plataforma como tal, por lo cual, a medida que se va trabajando, algunas ideas se van desarrollando conforme se avanza, para ello los planes de desarrollo y prototipado, algunas de las herramientas se llevarán a cabo en la aplicación de la página web.

4.1 Dirección Creativa.

Se verificaron diferentes factores para que antes de adentrarnos a la fase de prototipado se comenzara a trabajar en diferentes factores que podrían alterar el flujo del desarrollo del prototipo de la plataforma, para que esto se analizara de una manera más homogénea antes de comenzar el desarrollo de los posibles prototipos.

Para esto, se determinó trabajar con un equipo de trabajo que consiste en lo siguiente:

Tabla 4.1 Equipo de trabajo.

Miembro	Puesto
Evangelina	Administración
Leslie	Investigación
Alejandro	Diseño de Identidad
Mario	Diseño de Interfaz
Sahid	Programación

Esto con la finalidad de alcanzar diferentes metas que se han planteado para el desarrollo del proyecto, en donde cada miembro cumple una función al respecto para que la plataforma sea realizada en tiempo y forma.

4.1.1 Diagrama de Ishikawa

Se analizaron diferentes factores que podrían alterar los resultados de la entrega del proyecto, utilizando el Diagrama de Ishikawa, también conocido como diagrama de espina de pescado, el cual arrojó los siguientes tres resultados. Para obtener el nivel de riesgo, fue necesario identificar las amenazas y su probabilidad de ocurrencia, así como la magnitud del daño que podrían causar. Para ello, se elaboró una tabla que visualiza el nivel de magnitud del daño y la probabilidad.

En la tabla se presentan distintos números asociados con colores: verde, amarillo y rojo. Cada color indica el nivel de amenaza: verde representa una amenaza baja, amarillo una amenaza media o moderada, y rojo una amenaza alta. Al identificar el nivel de amenaza según su magnitud de daño (componente Y) y la probabilidad de amenaza (componente X), se puede calcular el riesgo multiplicando estos dos factores, lo que permite determinar la gravedad del problema en caso de que ocurra.

Bajo riesgo = 1 - 6

Medio Riesgo = 8 - 9

Alto Riesgo = 12 - 16

Riesgos = Probabilidad (x) X Magnitud de daño (y)

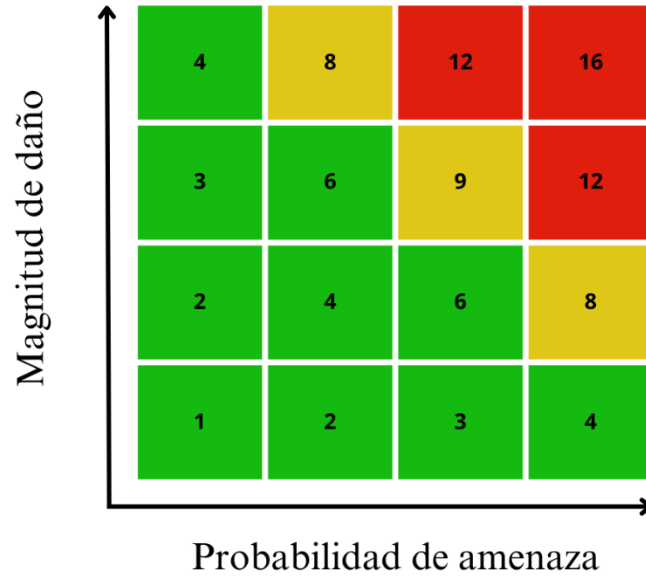


Tabla 4.2 Magnitud de daño y probabilidad de Amenaza.

1. Problemas con organización interna



Figura 4.1 Problemas con organización interna. Diagrama de Ishikawa.

El diagrama titulado "Figura 4.1. Problemas con Organización Interna" tiene como objetivo identificar y categorizar los diversos problemas que pueden surgir dentro de una organización. La plataforma Andromedaa utiliza este diagrama para ayudar a los equipos a diagnosticar y abordar estos problemas de manera sistemática y eficiente.

Nivel de riesgo: 8 = Medio Riesgo.

Solución:

- Para la falta de confianza del personal, se deberán realizar diferentes actividades que incentiven a los mismos y se conozcan así mismos. Con ello también se arreglaría la falta de iniciativa.
- De la misma manera se revisará el motivo de por qué no existen avances y cómo solucionarlo.
- En caso de que no se entendiera el diagrama, para este se optarían métodos más adecuados o en dado caso se daría una introducción y explicación para adaptarse.
- La falta de acceso de las herramientas sería un tema que se tendría que hablar, ya que tal vez se buscarían dar un poco más de accesibilidad a ellos.

Implementación en Andromedaa

En la plataforma Andromedaa, este diagrama se utiliza como una herramienta de diagnóstico para identificar rápidamente las áreas problemáticas dentro de una organización. Los usuarios pueden emplear este esquema para:

- Evaluar la situación actual y reconocer los principales obstáculos que enfrentan.

- Desarrollar estrategias específicas para abordar cada uno de los problemas identificados.
- Facilitar la comunicación entre los miembros del equipo al proporcionar un marco claro para discutir las dificultades.
- Implementar soluciones dirigidas y hacer un seguimiento del progreso en la resolución de problemas.

Al utilizar este diagrama, la plataforma Andromedaa busca mejorar la eficiencia operativa, fomentar un ambiente de trabajo más colaborativo y asegurar que los equipos tengan las herramientas y el soporte necesario para alcanzar sus objetivos.

2. Desarrollo lento en el interfaz



Figura 4.2 Desarrollo lento en el interfaz. Diagrama de Ishikawa.

El diagrama titulado "Figura 4.2. Desarrollo Lento en el Interfaz" se utiliza para identificar y categorizar los diversos problemas que afectan la velocidad y eficiencia del desarrollo de interfaces dentro de una organización. La plataforma Andromedaa emplea este diagrama para ayudar a los equipos a diagnosticar y abordar estos problemas de manera sistemática, mejorando así los tiempos de desarrollo y la calidad del producto final.

Nivel de riesgo: 12 = Alto Riesgo

Soluciones:

- Se buscará darle los tiempos marcados al programador para que este tuviera tiempo de reserva. Con eso se solucionaría la falta de organización y el tiempo de desarrollo.
- Se le explicarán los diseños y el motivo de la elección de los mismos.
- Todos los archivos deberán de ser respaldados en la nube.
- Se contratarán servidores óptimos para el almacenamiento de la información de la página web.
- Se buscará darle la información completa y detallada al diseñador.

Implementación en Andromedaa

En la plataforma Andromedaa, este diagrama se utiliza como una herramienta de diagnóstico para identificar rápidamente las áreas problemáticas en el desarrollo de interfaces. Los usuarios pueden emplear este esquema para:

- Evaluar la situación actual y reconocer los principales obstáculos que afectan la velocidad de desarrollo.
- Desarrollar estrategias específicas para abordar cada uno de los problemas identificados.
- Facilitar la comunicación entre los miembros del equipo al proporcionar un marco claro para discutir las dificultades.
- Implementar soluciones dirigidas y hacer un seguimiento del progreso en la resolución de problemas.

Al utilizar este diagrama, la plataforma Andromedaa busca mejorar la eficiencia en el desarrollo de interfaces, asegurar que los equipos tengan las herramientas y el soporte necesario, y fomentar un ambiente de trabajo más colaborativo y organizado.

3. Interfaz poco intuitiva.



Figura 4.3 Interfaz poco intuitiva. Diagrama de Ishikawa.

El diagrama titulado "Figura 4.3. Interfaz Poco Intuitiva" tiene como objetivo identificar y categorizar los problemas que hacen que una interfaz sea difícil de usar o entender. La plataforma Andromedaa utiliza este diagrama para ayudar a los equipos a diagnosticar y abordar estos problemas de manera sistemática, mejorando así la usabilidad y la experiencia del usuario.

Nivel de riesgo: 9 = Medio Riesgo.

Soluciones:

- Se buscará investigar previamente para ver si el cliente se siente cómodo con la interfaz correspondiente, así mismo con los colores.
- Se harán estudios de mercado para revisar la interfaz.
- Los servidores se buscarán que tengan buen almacenamiento para que estos no sean lentos, así como la disminución de cookies o plugins.
- Se harán pruebas con clientes previamente al lanzamiento para revisar las intuiciones de estos.

Implementación en Andromedaa

En la plataforma Andromedaa, este diagrama se utiliza como una herramienta de diagnóstico para identificar rápidamente las áreas problemáticas en el diseño de la interfaz. Los usuarios pueden emplear este esquema para:

- Evaluar la situación actual y reconocer los principales obstáculos que afectan la usabilidad de la interfaz.
- Desarrollar estrategias específicas para abordar cada uno de los problemas identificados.

- Facilitar la comunicación entre los miembros del equipo al proporcionar un marco claro para discutir las dificultades.
- Implementar soluciones dirigidas y hacer un seguimiento del progreso en la mejora de la interfaz.

Al utilizar este diagrama, la plataforma Andromedaa busca mejorar la experiencia del usuario, asegurar que los equipos tengan las herramientas y el soporte necesario, y fomentar un ambiente de trabajo más colaborativo y organizado.

En la plataforma Andromedaa, estos diagramas se implementan como parte de un enfoque integral para la gestión de problemas y la mejora continua. Los equipos pueden utilizar estas herramientas para diagnosticar rápidamente los problemas, desarrollar estrategias efectivas y colaborar de manera eficiente para resolver los desafíos identificados. Esto resulta en una mejora significativa en la productividad, la organización interna y la satisfacción del usuario final.

4.1.2 Perfil de Usuario

4.1.2.1 Artistas

Dentro de la mercadotecnia existe el usuario quien es el individuo que utiliza o consume un producto o servicio. Por lo que para el proyecto que se está llevando a cabo, que busca crear ya sea un servicio o una herramienta, se tiene que establecer un usuario meta al cual se buscará dirigirse a lo largo del desarrollo de este.

Andromedaa será el proyecto en el que se trabajó, el cual consiste en una herramienta de organización para artistas que se llevará a cabo a través de una página web.

Por lo tanto, para establecer el usuario meta de **Andromedaa**, se analizaron los siguientes criterios: geográfico, demográfico, psicográfico y comportamental.

Se determinó que los usuarios meta de **Andromedaa** tendrán alrededor de 18 a 40 años, ellos deberán de tener una dedicación o interés por el arte en general, que dominen el idioma inglés o español, y se encuentren ubicados en el continente americano. Así mismo, estos usuarios deberán tener conocimientos básicos de páginas de arte, o redes sociales para promoción de arte en general. Podrán tener el arte como su principal fuente de ingresos o como su afición. Además, que pueden publicar dibujos, arte, o cosas por lo general, así mismo como ocasionalmente buscar adquirir piezas de arte. Por último, que cuenten con problemas de organización, o simplemente que deseen organizarse mucho mejor.

Se escogió un rango de edad entre los 18 a 40 años debido a que en su mayoría son aquellos que pasan una gran cantidad de tiempo en internet. Además, tienen acceso a cuentas y tarjetas bancarias que les ayudará a facilitar el proceso de la compra y venta de arte, ya que como método de pago se seguirá utilizando PayPal y otros métodos bancarios.

El que dominen el idioma inglés o español es debido a que se buscará enfocarse en el continente americano, ya que muchos de los compradores de arte y artistas no solamente son hispanohablantes sino también anglosajones, se buscará abarcar eso priorizando el idioma inglés como primera instancia. Una gran cantidad de artistas tienen sus precios en dólares estadounidenses como precio base debido a una gran cantidad de compras de dicho continente, además como una moneda de cambio "estandarizado".

Se decidió que estos cuenten con conocimientos de páginas de arte o redes sociales, ya que muchos artistas se dan a conocer por estas páginas. También porque se busca que su arte se pueda difundir desde la página a otras páginas ayudándonos a una mejor organización.

En la actualidad, una gran cantidad de gente es artista como ingreso principal, y existen otros que simplemente lo usan como para generar ingresos extra, así que se buscará que el usuario principal de la plataforma también cuente con esos intereses.

Muchos artistas cuentan con problemas de organización, y la idea principal de la página es que los artistas puedan utilizar la herramienta o plataforma para organizarse de mejor manera a través de ella. Por lo cual, deberán contar con un interés a organizarse muchísimo mejor.

Otro de los factores que se consideran a detalle es su círculo social. Muchos de los artistas cuentan con un grupo de amigos que siguen sus aficiones, buscan intercambiar consejos, herramientas y brochas. Una vez que nuestro usuario cuente con esta clase de círculos se buscará realizar actividades para fomentar que el usuario busque invitar a unirse a la plataforma.

En cuanto a los factores psicológicos, nuestro usuario deberá de ser creativo, abierto a nuevas ideas, artístico, comunicativo para saber cómo transmitir y proponer, y con un fuerte lazo con la tecnología, contarán con una motivación para promover su arte y realizarlo así mismo. Estos también deberán de contar con valores como la honestidad, respeto, tolerancia y empatía.

4.2 Sitio Web

4.2.1 Mapeo general del proyecto

Se ha tomado en cuenta el mind map de la interfaz para la realización del prototipo de la plataforma en la página web: “Figma”. En ella se aprecian distintas ventanas como el inicio, newsfeed, configuración, userpage, etc. A continuación, se muestra dicho mapa mental y jerárquico con sus respectivos accesos de página.

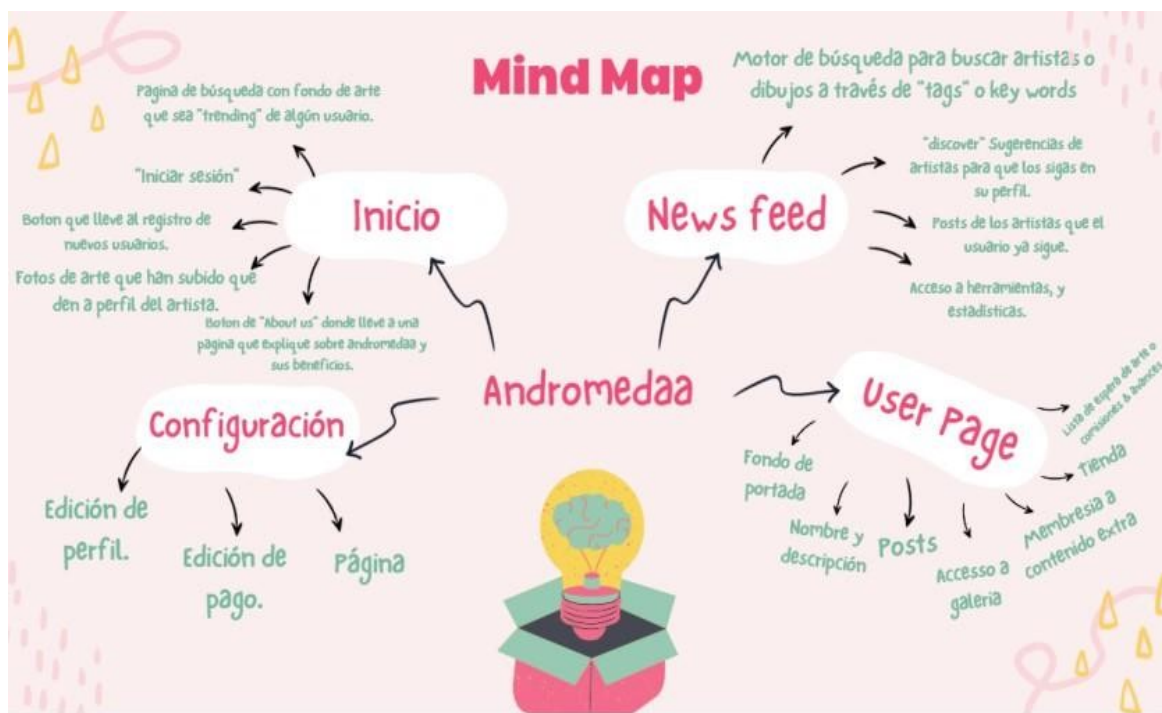


Figura 4.4 Mind Map. Interfaz.

4.2.2 Mapa Jerárquico

Con la imagen previamente mostrada, se llegó a la conclusión de diseñar las distintas páginas de la interfaz de la plataforma Andromedaa, llevando cada una a realizar distintos sketches para la realización del prototipo final.

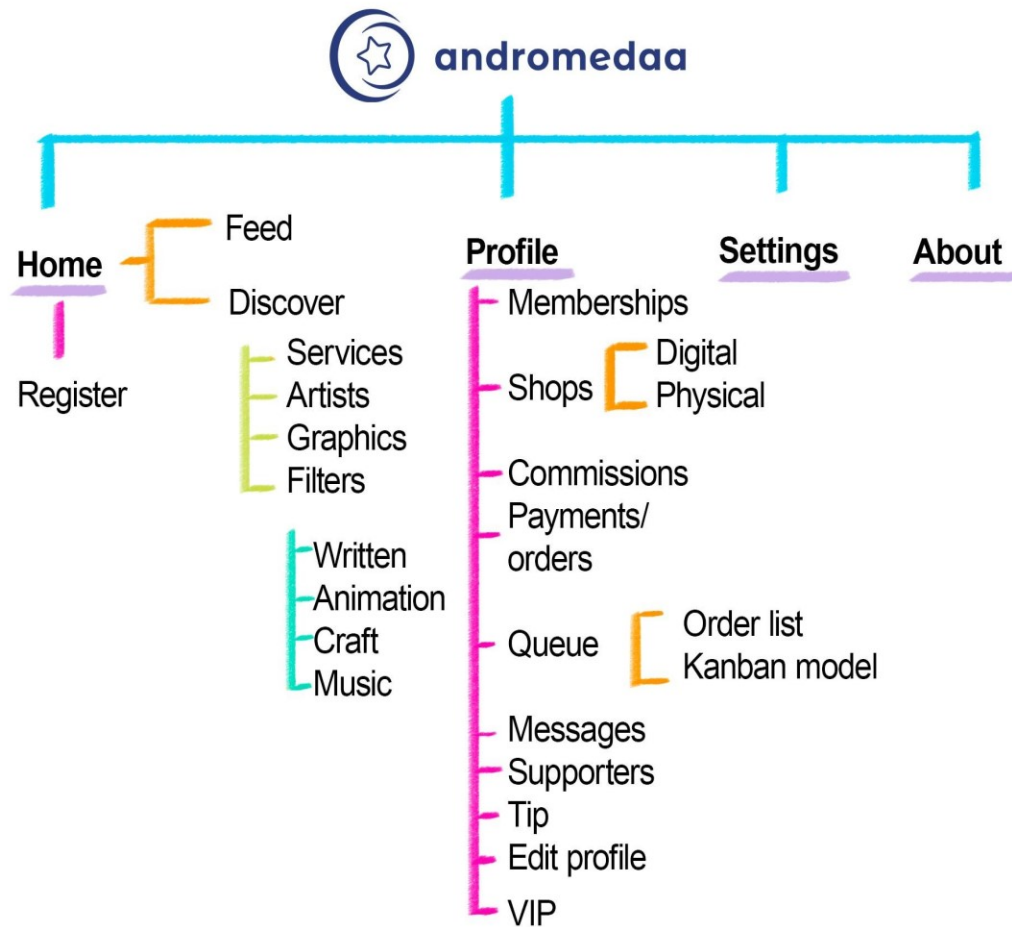


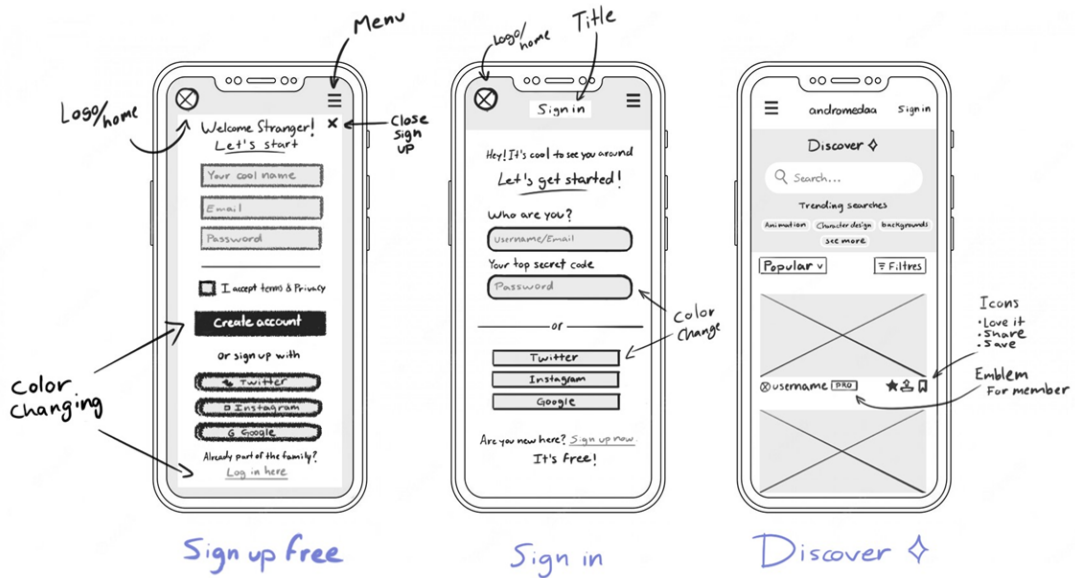
Figura 4.5 Mapa Jerárquico. "Andromedaa"

4.2.3 Diseños de interfaz Sketches

Inicio

Todo empieza por el inicio de la página, en donde contará con diferentes elementos como el buscador, que se utilizará para buscar a un artista en específico o a base de palabras clave de lo que se tenga interés en buscar. También se publicará una imagen de fondo que cambiará de acuerdo con las imágenes que sean "visibles para todo público" y que sean populares en ese momento. Contará con un "feed" o "newsletter" en donde serán visibles diferentes artes que se han publicado en el momento. Además, con el botón característico de "regístrate" o "iniciar sesión". En este bosquejo se puede apreciar cómo se llevaría el inicio, y asimismo que las tres líneas serán el acceso a "más opciones" en donde se podrían agregar categorías como "acerca de nosotros" entre otras.

Homepage



Homepage



Figura 4.6 Sketches prototipo. "Homepage".

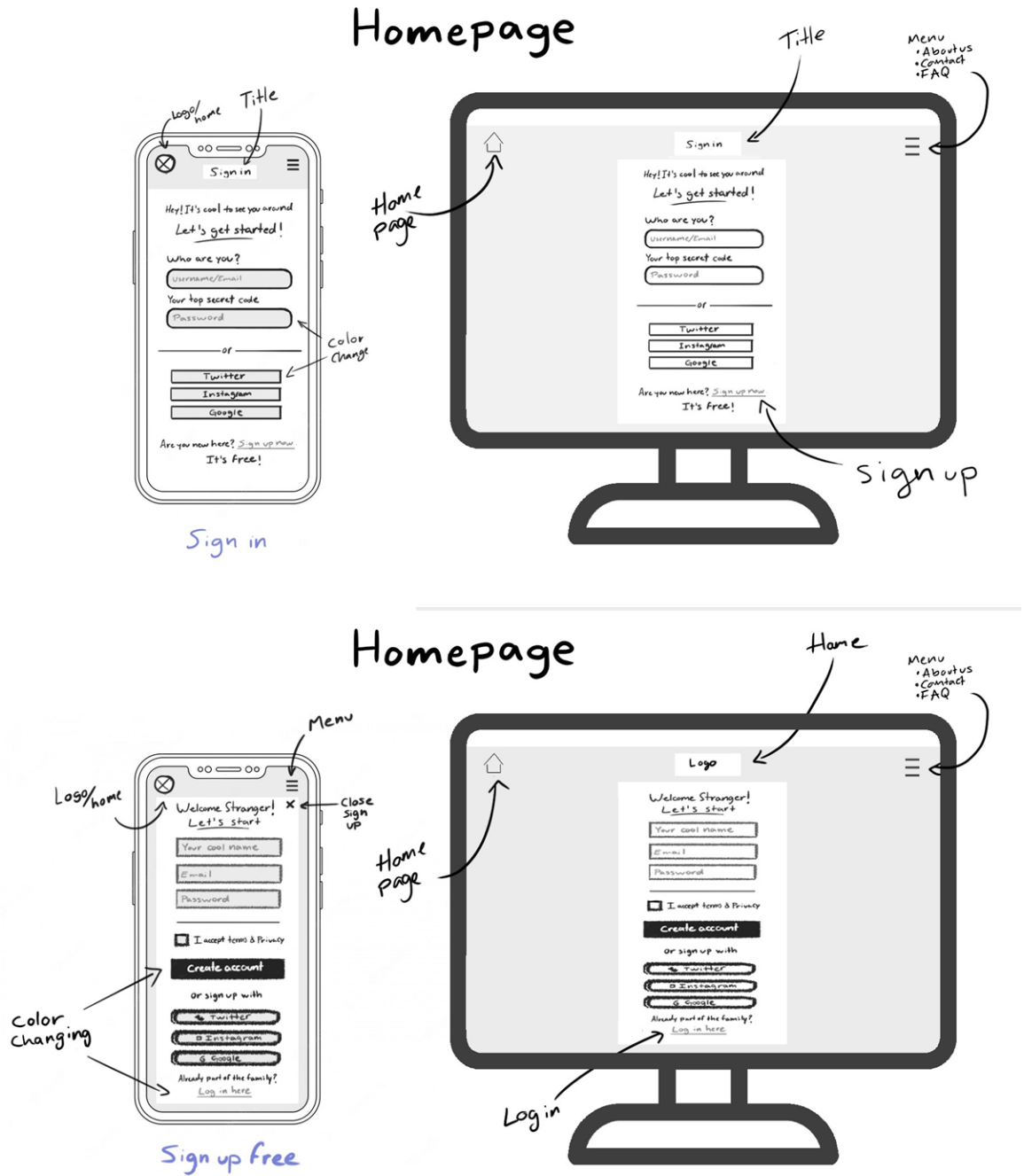


Figura 4.7 Sketches prototipo. "Homepage: Sign Up".

“Discover.”

La idea se trata de que el usuario pueda descubrir diferentes artistas o diferentes maneras en las que ellos pueden navegar y conocer diferentes artistas a través de palabras clave. En estos también pueden existir diferentes filtros para que puedan desarrollarse.

Discover Settings



Discover Settings

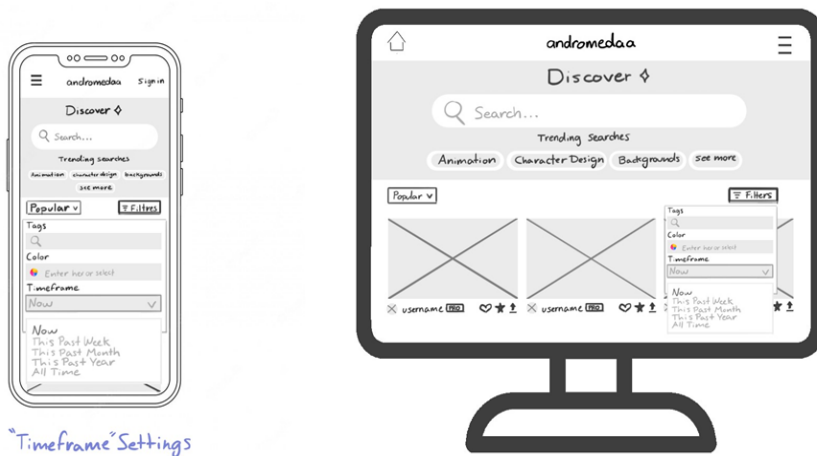


Figura 4.8 Sketches prototipo. “Discover: Settings”.

Discover Settings



Figura 4.9 Sketches prototipo. "Discover: Settings". Ejemplo 2.

"Newsfeed"

Este viene siendo el inicio de la página, el cual te ayuda a ponerte en contacto con los artistas que el usuario sigue. Asimismo, se buscará incitar a la búsqueda de más artistas y más piezas de arte. Además, se agregaron botones como "estrellas" para indicar favoritismo y marcarlo, y "corazón" para solamente dar me gusta.

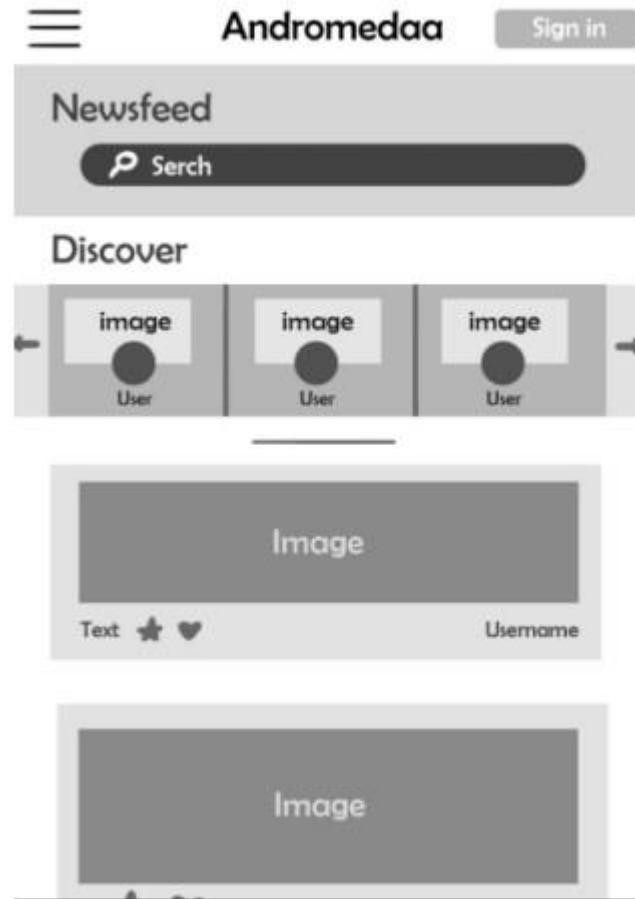


Figura 4.10 Sketch "Newfeed". Prototipo.

"Settings"

La página de usuario cuenta con un apartado de "Configuración" ("Settings"). Aquí, los usuarios pueden ajustar de manera general su perfil según su estilo y preferencias de personalización. Además de cambiar su nombre de usuario de manera pública y su dirección de correo electrónico. Inclusive, dispondrán de una opción para configurar los enlaces a sus portafolios externos y redes sociales.

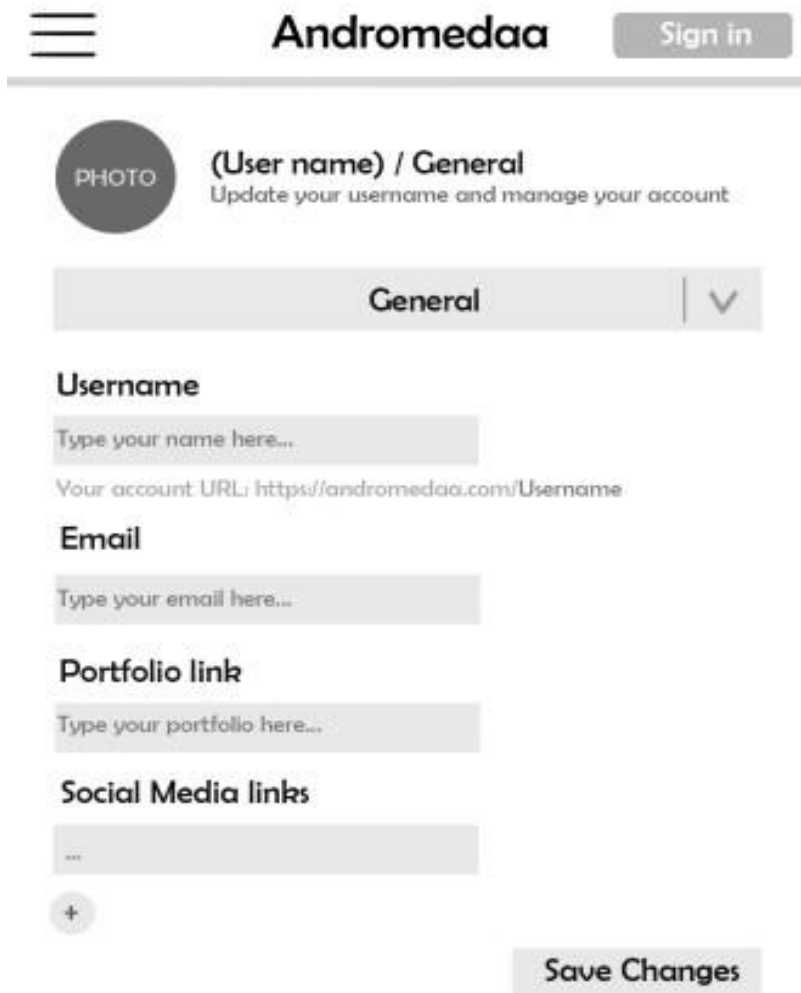


Figura 4.11 Sketch “Settings” Prototipo.

4.2.4 Iconografía

Se trata de ideas que sirven para identificar cada una de las diferentes actividades que pueden ayudar a que el lector pueda guiarse a través de la plataforma de manera intuitiva y sin necesidad de ayuda externa. Cada una de ellas tiene un significado, y su diseño puede cambiar o mejorar conforme se desarrolle la plataforma.



Figura 4.12 Gráficos "Iconografía" Andromedaa.

4.2.5 Colores



Figura 4.13 . Paleta de colores "Andromedaa".

Los colores para la página se encuentran en una decisión constante; sin embargo, se ha optado por no utilizar un negro completamente profundo debido a que puede dañar la vista del usuario. Del mismo modo, tampoco se desea utilizar un blanco extremadamente brillante, ya que también puede cansar la vista del usuario.

4.2.6 Tipografía

La tipografía que se utilizó es la llamada "Poppins" junto con el logo.

andromedaa

Figura 4.14 Logotipo "Andromedaa". Tipografía.

4.3 Conclusión de prototipar

En esta fase de prototipado, se ha dado un énfasis especial a la expresión creativa y al desarrollo de la identidad de marca. El próximo capítulo abordará la crucial etapa de evaluación, donde se examinarán en detalle los bocetos, la iconografía y los mapas jerárquicos diseñados. Estos elementos son fundamentales para la creación de una plataforma que satisfaga las necesidades y expectativas de los artistas independientes. En las siguientes figuras se encuentran las distintas formas en las que se aplica la identidad de Andromedaa, incluyendo la identidad corporativa, merchandising (como playeras), publicidad e interfaz.

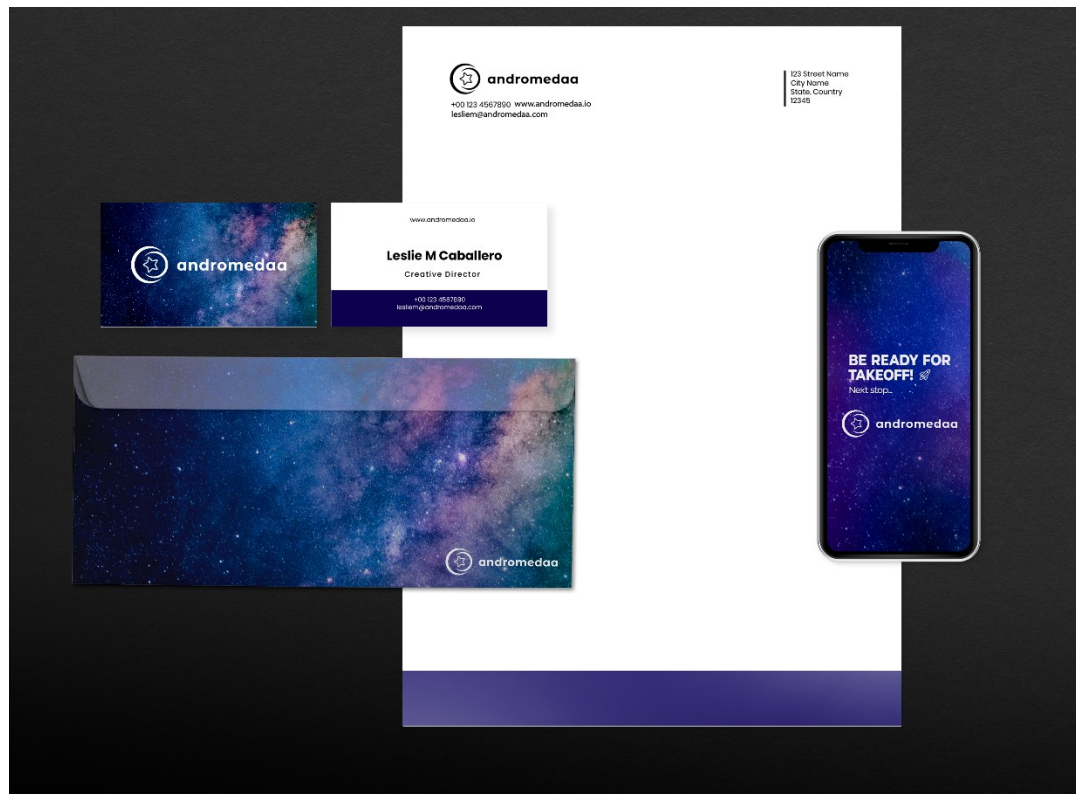


Figura 4.15 Identidad corporativa Mockup



Figura 4.16 Playera Mockup Andromedaa

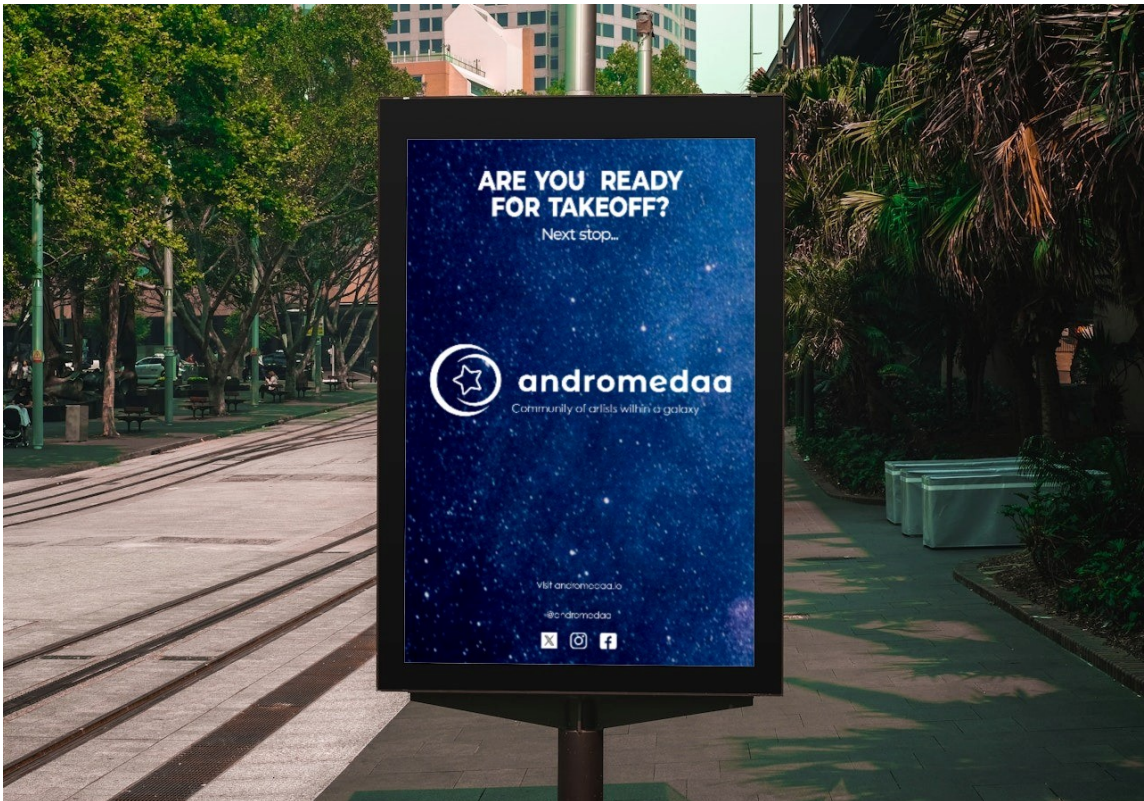


Figura 4.17 Publicidad Andromedaa Mockup

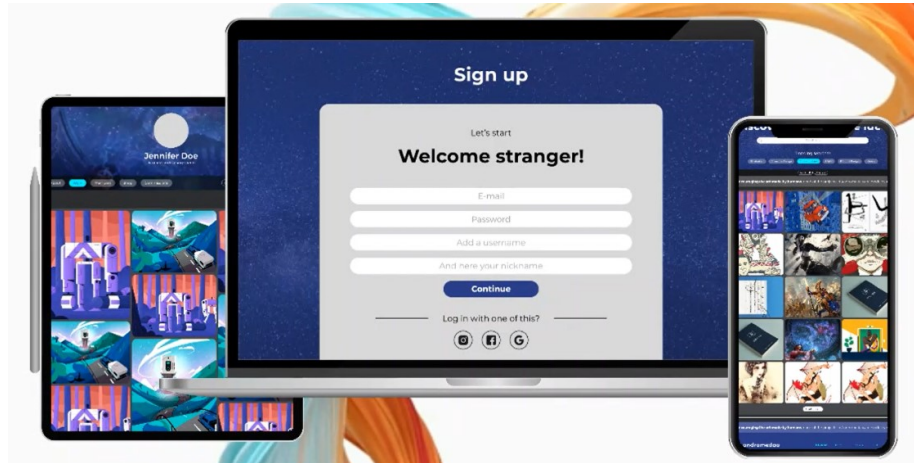


Figura 4.18 Andromeda Interfaz Mockup

Durante la realización de los diseños para la etapa final, se ha prestado atención a cada detalle, desde la intuitiva edición de perfiles de usuario hasta la presentación de contenido como publicaciones, galerías y tiendas en línea. Las múltiples pestañas ofrecen una visión clara y accesible de la estructura de la plataforma, facilitando la navegación y optimizando la experiencia del usuario.

En resumen, este capítulo ha sido crucial para establecer las bases sólidas sobre las cuales se construirá la plataforma para artistas independientes, abordando aspectos clave como la dirección creativa, la identidad de marca, la usabilidad y la estructura de la interfaz. Con estos elementos en su lugar, estamos preparados para avanzar hacia la fase de evaluación con confianza y determinación, en busca de perfeccionar nuestro prototipo y llevarlo un paso más cerca de convertirse en una realidad tangible.

5 Capítulo 5. EVALUAR

5.1 Resultados

En este capítulo, se presentan el proceso de evaluación y los resultados con el objetivo de perfeccionar nuestra plataforma, basándonos en los hallazgos obtenidos para realizar mejoras significativas en su diseño y funcionalidad. A través de este enfoque orientado al usuario, nos acercamos a la creación de una plataforma que no solo satisfaga, sino que también inspire a la comunidad de artistas independientes.

Estudio Etnográfico y Focus Groups

Para mejorar la interfaz y la experiencia de usuario de la plataforma Andromedaa, se llevó a cabo un estudio basado en focus groups, que puede considerarse un método etnográfico en este contexto ya que se centró en la observación y recopilación de datos cualitativos directamente de los usuarios. El estudio involucró a 15 artistas digitales, con edades comprendidas entre los 18 y los 35 años, divididos en tres grupos de cinco personas cada uno.

Proceso del Estudio

- *Reuniones de Focus Group:* Selección de Participantes: Se seleccionaron 15 artistas digitales que representan el público objetivo de la plataforma.
- *División en Grupos:* Los participantes se dividieron en tres grupos de cinco personas cada uno.

- *Presentación de la Plataforma:* Durante las sesiones de focus group, se presentó la plataforma Andromedaa a los participantes.
- *Explicación y Retroalimentación:* Se explicó en detalle el funcionamiento de la plataforma y se solicitó a los participantes que proporcionaran su retroalimentación sobre diversos aspectos de la interfaz y la experiencia de usuario.
- *Observación y Documentación:* Se registraron notas detalladas sobre las observaciones de los participantes, incluyendo sus comentarios y sugerencias.
- *Cuestionario de Evaluación¹:* Se utilizó un cuestionario para recopilar la retroalimentación de los participantes de manera sistemática.

Los resultados del estudio se recopilaron en una tabla comparativa (*Tabla 5.1 Aspectos positivos y negativos Andromedaa*) que muestra los aspectos positivos y negativos de cada wireframe, basada en la retroalimentación de los participantes. Esta tabla permitió identificar las áreas clave para mejorar la interfaz y la experiencia de usuario de la plataforma Andromedaa, destacando los aspectos que funcionan de manera efectiva y los que requieren ajustes.

¹ Ver anexo #3. Instrumento. Cuestionario para recopilación de datos.

Tabla 5.1 Aspectos positivos y negativos Andromedaa

VENTANAS	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS	SUGERENCIAS
Sign In y Sign Up	Está divertido y diferente que la plataforma misma te dé la bienvenida. El "cool name" está interesante. Son intuitivos	Hay errores en gramática en inglés. Se parece a otras plataformas. Muy monocromático. Mucho espacio	Rotación del nombre y saludo al entrar. Feature artist (Artista del mes) por medio de challenges o retos cada mes. Al iniciar sesión. Rotar el nombre de "your cool name" por diferentes formas. Como: "Your name here" "Who are you?"
Discover	Muy interesante interfaz. Se ve muy intuitivo	Se ve muy formal	Hubiera color en los botones. Poner sketches y generar más difusión a artistas principiantes
Profile	Se ve demasiado intuitivo. Está muy bien que la cantidad de los seguidores no sea lo que llame la atención y busquen a los usuarios por sus obras. Que sea personalizable, ajustando los trabajos antes o después a tu gusto.	Hay muchos espacios negativos. Mucho texto. Las redes sociales son muy pequeñas. No hay enlace hacia tu portafolio web. No hay botón de ajuste de layout de imágenes.	Botón para cambiar el layout de las imágenes, ajustarlas depende su tamaño real.
Comissions	Muy útil. Muy intuitivo. Hay buzón de comentarios	No se ve personalizable el precio y lo que incluyen las comisiones.	Que fuera solo para artistas que comisionan a otro. Tener privacidad por el tipo de comisión. Que haya censura en contenido +18. Advertencias de comentarios. Notificar al usuario que está disponible para comisiones.
Memberships	fantástica idea. Bastante estética. Es buena opción que los artistas se lleven comisiones por su contenido exclusivo. Muy intuitivo.	No es buena idea que el artista tenga 6 membresías. Y no tenga opción de configuración.	Configuración de membresía. Cambiar a las que el artista guste al precio que guste.
Queue	Es muy bueno que haya una plataforma que indique el tiempo de espera entre comisión y comisión. Se ve una forma organizada de hacer tu trabajo. Muy estético.	No está muy bonito el color.	Poner una indicación que solo las personas que comisionan al artista les aparece el tiempo de comisión en su Queue. Agregar color o indicación que muestre donde va tu comisión.
Shop	Es muy bueno saber que la plataforma tiene un apartado de comprar imágenes físicas y digitales. Se ve estético, el layout igualmente.	No se ven mucho los botones de lo que estaré comprando	Filtros de color. Un icono de carrito de las cosas que he comprado y procedente a pagar.

Fuente: Elaboración de la autora

La tabla presenta un análisis detallado de los aspectos positivos y negativos de las primeras capturas de la página de la interfaz de la plataforma, categorizados por diferentes secciones de esta. A continuación, se explica la relevancia y el contexto de cada sección [Véase anexo #4 Visualizaciones finales de plataforma Andromedaa] y los puntos enumerados en la tabla:

1. **Ventanas (Sections)**

- **Sign-Up/Login:** Se analiza la experiencia de registro e inicio de sesión, aspectos vitales para la primera impresión del usuario y su acceso continuo a la plataforma.
- **Browser:** Se evalúa la facilidad de navegación y búsqueda dentro de la plataforma, cruciales para la usabilidad y la satisfacción del usuario.
- **Profile:** Se centra en la funcionalidad y personalización del perfil del usuario, esenciales para la identificación y la personalización de la experiencia.
- **Comisiones (Commissions):** Se examina la sección dedicada a la gestión de encargos y comisiones, importante para los usuarios que buscan colaborar o contratar servicios.
- **Membresía (Membership):** Se analiza la estructura de membresías, si existen, y los beneficios asociados, relevantes para la fidelización y el valor percibido por el usuario.
- **Queue:** Se revisa la sección de cola o lista de espera, si aplica, relevante para la gestión de tiempos de espera y la transparencia hacia el usuario.

- **Shop:** Se evalúa la tienda o sección de compras, crucial para plataformas con comercio integrado, afectando directamente la satisfacción y las conversiones.

2. Aspectos Positivos

- Se identifican los elementos que funcionan bien en cada sección, destacando funcionalidades, facilidad de uso, diseño intuitivo, y aspectos que generan satisfacción y confianza en el usuario.

3. Aspectos Negativos

- Se enumeran los problemas encontrados en cada sección, como errores de gramática, dificultades de navegación, falta de personalización, y otros aspectos que pueden causar frustración o confusión en el usuario.

4. Sugerencias

- Se proporcionan recomendaciones específicas para mejorar cada sección, basadas en los puntos negativos identificados. Estas sugerencias buscan optimizar la experiencia del usuario, corregir errores y añadir funcionalidades que aumenten la satisfacción y la eficiencia de la plataforma.

Relevancia y Contexto

Este análisis es fundamental para el proceso de mejora continua de la plataforma. Al identificar tanto los aspectos positivos como negativos, se pueden tomar decisiones informadas para priorizar las mejoras y desarrollos futuros. Las sugerencias ofrecidas no solo apuntan a resolver problemas actuales, sino también a anticipar posibles necesidades

y expectativas de los usuarios, asegurando que la plataforma evolucione de manera alineada con sus demandas.

Este enfoque detallado y orientado al usuario es esencial para crear una plataforma robusta y atractiva que no solo cumpla con los estándares técnicos, sino que también inspire y satisfaga a su comunidad de usuarios.

Análisis de resultados

Los resultados del estudio se recopilaron en una tabla comparativa que muestra los aspectos positivos y negativos de cada ventana de la plataforma, basada en la retroalimentación de los participantes. Esta tabla permitió identificar las áreas clave para mejorar la interfaz y la experiencia de usuario de la plataforma Andromedaa.

La utilidad de la interfaz es el punto focal de nuestra investigación, donde profundizamos en aspectos clave como el diseño y la implementación de la interfaz final. Este análisis busca identificar los elementos que funcionan de manera efectiva y los que requieren ajustes para mejorar la experiencia del usuario.

La experiencia del usuario es otro aspecto central de nuestra evaluación, ya que proporciona una visión invaluable sobre cómo nuestra plataforma es percibida y utilizada por diferentes personas. Al compartir la plataforma con diversos usuarios y recopilar sus impresiones y comentarios, obtenemos una comprensión más completa de sus necesidades y expectativas, lo que nos permite afinar aún más nuestro diseño.

5.2 Experiencia

En el capítulo anterior, se realizó una evaluación preliminar de la plataforma Andromedaa con un grupo de artistas especializados en 2D y 3D, cuyas edades oscilan entre los 18 y 35 años. Esta evaluación tuvo como objetivo recopilar opiniones y sugerencias de los usuarios potenciales sobre la funcionalidad y usabilidad de la plataforma.

El presente capítulo se centrará en la experiencia de usuario (UX) de Andromedaa, presentando varios mockups detallados de la plataforma. En las siguientes imágenes se mostrará la funcionalidad de cada captura. A continuación, se presentan todas las capturas finales² de los resultados de la plataforma.



Figura 5.2 Project mockup Andromedaa. Portatil

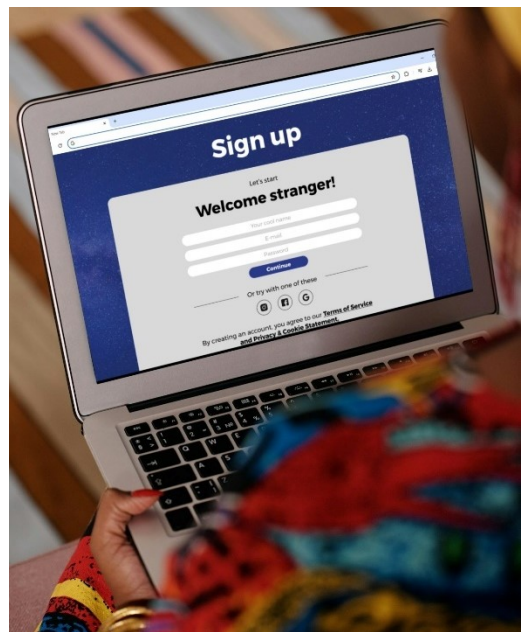


Figura 5.1 Sign Up Andromedaa mockup

² Ver anexo #4. Visualizaciones finales de plataforma Andromedaa.

La plataforma Andromedaa, accesible desde un smartphone hasta una laptop, permite a los usuarios llevar su trabajo y sus proyectos a cualquier lugar. Esta portabilidad es esencial para artistas que necesitan movilidad y flexibilidad, facilitando la creación y revisión de obras en cualquier momento y lugar.

Además, el diseño responsivo de la interfaz garantiza una experiencia de usuario fluida y eficiente tanto en computadoras como en dispositivos móviles. Los elementos visuales y las herramientas están adaptados para pantallas más pequeñas, asegurando que todas las funcionalidades sean accesibles sin comprometer la usabilidad. Por otra parte, en dispositivos como computadoras, se prioriza la inclusión de elementos visuales de mayor calidad y herramientas adecuadas para distintos tipos de monitores.

La plataforma busca tener la capacidad de recibir notificaciones en tiempo real directamente en el smartphone. De esta manera, los usuarios pueden mantenerse informados sobre actualizaciones, comentarios y mensajes importantes. Asimismo, la navegación es intuitiva y amigable, permitiendo a los usuarios explorar, crear y gestionar contenido con facilidad.

Las figuras 5.1 y 5.2 presentan dos mockups de la plataforma Andromedaa en uso en laptops. La figura 5.1 muestra el mockup del proyecto Andromedaa en un entorno portátil, destacando cómo se visualizan las obras y proyectos en la plataforma en el apartado de “Work”. La figura 5.2 ilustra la pantalla de registro de usuario (Sign Up) de Andromedaa, enfatizando el diseño intuitivo y accesible del proceso de registro para nuevos usuarios.

El mockup en la figura 5.3 muestra que la calidad visual de las obras se mantiene alta en la versión móvil, permitiendo a los artistas y espectadores apreciar los detalles de las creaciones en cualquier dispositivo. Esto es crucial para la evaluación y el disfrute del arte digital.



Figura 5.3 Mockup Celular.

En conclusión, los mockups presentados en las figuras 5.1 y 5.2 demuestran la versatilidad y calidad de la plataforma Andromedaa en diferentes dispositivos. La figura 5.1 resalta la capacidad de la plataforma para mostrar obras y proyectos de manera clara y detallada en un entorno portátil, mientras que la figura 5.2 destaca un proceso de registro

intuitivo y accesible para nuevos usuarios. Juntos, estos mockups evidencian el enfoque de Andromedaa en proporcionar una experiencia de usuario coherente y de alta calidad, tanto en computadoras como en dispositivos móviles.

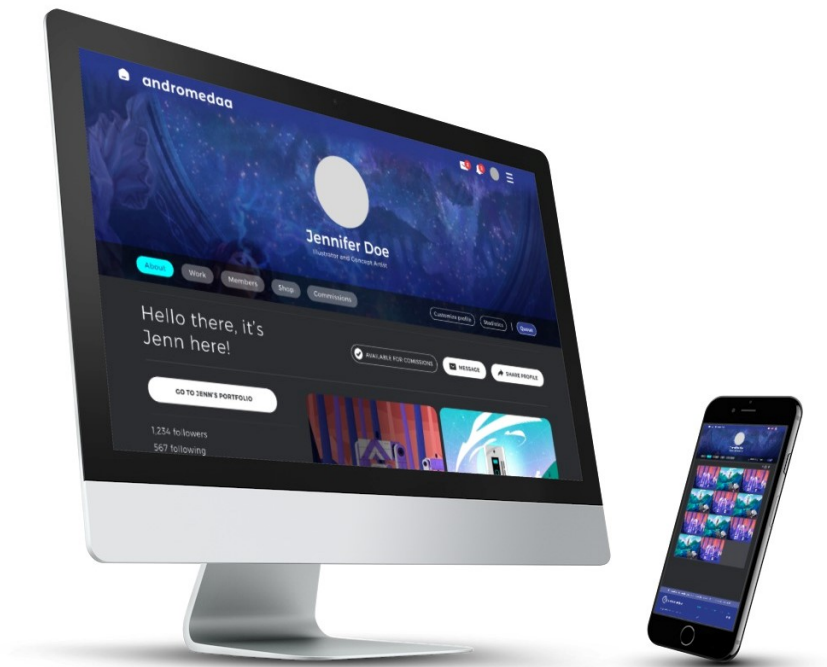


Figura 5.4 Mockup perfil de usuario y trabajo.

En la figura 5.4 se puede observar cómo será la experiencia del usuario utilizando distintos dispositivos móviles en la ventana de perfil de usuario y trabajo del usuario. En dicha ventana se encuentran más opciones, como ver las membresías virtuales que ofrecen los artistas a cambio de una recompensa mensual. También se presentan las comisiones virtuales, que permiten a los usuarios comprar una obra personalizada a un artista, considerando las restricciones del artista (por ejemplo, "Puede hacer fondos, pero no puede hacer fondos realistas, solo estilizados o estilo caricatura"). Por último, se encuentra la sección Shop, donde el artista puede vender sus ilustraciones u obras en formato digital,

como una galería de arte en sus perfiles. Al mismo tiempo, se pueden entregar artículos en formato físico al cliente, como impresiones del contenido del artista, tazas, playeras, cuadernos, etc.

5.3 Conclusiones de Evaluar.

En conclusión, la evaluación de la experiencia de usuario realizada con el grupo de artistas de 2D y 3D de edades comprendidas entre los 18 y 35 años ha proporcionado valiosas perspectivas sobre la plataforma Andromedaa. A través de esta evaluación, se identificaron áreas clave de mejora y se recibieron sugerencias constructivas que fueron esenciales para refinar el diseño y la funcionalidad del mockup de la plataforma.

Los comentarios de los usuarios resaltaron la importancia de una interfaz intuitiva y accesible, así como la necesidad de herramientas eficaces para la organización y promoción de su trabajo artístico. En respuesta a estas observaciones, se realizaron ajustes significativos en el diseño del mockup, mejorando la navegabilidad y añadiendo funcionalidades que responden directamente a las necesidades expresadas por los participantes.

Específicamente, se implementaron varias mejoras. Se reorganizó el menú de navegación para que fuera más intuitivo, permitiendo un acceso más rápido a las diferentes secciones de la plataforma. Además, se simplificó el proceso de registro, reduciendo el número de pasos necesarios e incorporando guías visuales que facilitan la comprensión del proceso. También se mejoraron los elementos visuales para una mejor adaptación a diferentes tamaños de pantalla, garantizando una experiencia uniforme en dispositivos

móviles y computadoras. Se añadió la funcionalidad de notificaciones en tiempo real para mantener a los usuarios informados sobre actualizaciones, comentarios y mensajes importantes sin necesidad de refrescar la página. Asimismo, se incorporaron nuevas herramientas que permiten a los artistas organizar y promocionar su trabajo de manera más efectiva, como la posibilidad de crear galerías personalizadas y compartir proyectos directamente desde la plataforma.

La presentación del mockup en este capítulo ha demostrado cómo Andromedaa puede convertirse en una herramienta integral para los artistas digitales, ofreciendo soluciones innovadoras para los desafíos comunes que enfrentan en su práctica creativa. La implementación de un diseño centrado en el usuario asegura que la plataforma no solo sea funcional, sino también adaptada a las expectativas y preferencias de su público objetivo.

Finalmente, los hallazgos de esta evaluación subrayan la relevancia de continuar desarrollando y perfeccionando Andromedaa, con el fin de proporcionar una plataforma robusta y versátil que empodere a los artistas digitales a gestionar y difundir su trabajo de manera eficiente y efectiva

Conclusiones y recomendaciones

En conclusión, este proyecto ha demostrado la necesidad y viabilidad de una plataforma digital diseñada específicamente para artistas independientes, enfocada en la organización y difusión eficiente de su trabajo. La plataforma Andromedaa se presenta como una solución innovadora para abordar las dificultades recurrentes que enfrentan los artistas, especialmente en términos de desorganización y falta de promoción efectiva en redes sociales.

Los objetivos principales del estudio se centraron en la creación de una herramienta que facilite la planificación, organización y promoción del trabajo artístico. Los hallazgos clave revelan que los artistas sufren considerablemente debido a la desorganización en sus proyectos y la insuficiente difusión en redes sociales, lo cual afecta la cantidad de comisiones que reciben. A pesar de la existencia de varias plataformas, ninguna abarca de manera integral las funciones de comisiones, membresías y tienda virtual que **Andromedaa** propone.

El desarrollo de Andromedaa implicó múltiples pruebas y ajustes en respuesta a las necesidades específicas de los usuarios meta, resultando en un prototipo funcional que refleja los requisitos y preferencias de los artistas. Aunque el proyecto enfrentó limitaciones, como la falta de un desarrollador web para lanzar de manera funcional el

prototipo web, se buscó utilizar herramientas alternativas para crear el prototipo como las plataformas marvelapp.com y proto.io³.

Las implicaciones de estos resultados destacan la importancia de tecnologías especializadas que no solo mejoran la organización y promoción del arte, sino que también proporcionan una plataforma segura y eficiente para que los artistas se sientan seguros y satisfechos con la exposición de su trabajo.

Se recomienda trabajar en colaboración con desarrolladores web y diseñadores de UX/UI para convertir el prototipo en una plataforma operativa. Esto garantizará que la plataforma no solo sea funcional sino también intuitiva y atractiva para los usuarios.

Asimismo, se deben proporcionar tutoriales y recursos educativos a los usuarios para maximizar el uso de las herramientas disponibles en la plataforma. Un centro de soporte técnico y una comunidad en línea también podrían ser útiles para resolver dudas y fomentar la colaboración entre artistas.

También, se deben llevar a cabo evaluaciones periódicas de la plataforma para incorporar la retroalimentación de los usuarios y realizar mejoras continuas. Esto asegurará que la plataforma evolucione según las necesidades cambiantes de los artistas y las tendencias del mercado.

Incluso, se podría explorar la inclusión de nuevas funcionalidades basadas en las necesidades de los usuarios, como herramientas de marketing avanzado, integración con

³ Plataformas web para crear simulaciones gratuitas de interfaces web.

redes sociales y opciones de monetización diversificadas. La adición de un Marketplace interno para la venta directa de obras y servicios también podría ser beneficiosa.

Sobre su lanzamiento, se planificará una fase beta de la plataforma para probar su funcionalidad en un entorno real con un grupo selecto de usuarios. Esto permitirá identificar y corregir posibles fallos antes del lanzamiento oficial, asegurando una experiencia de usuario óptima desde el inicio.

En resumen, Andromedaa representa un significativo apoyo a artistas digitales independientes, y con las recomendaciones propuestas, tiene el potencial de convertirse en una herramienta indispensable para la comunidad artística en el futuro

Glosario

<i>Artistas</i>	<i>Nombre Femenino y Masculino. Persona dotada de la capacidad o habilidad necesarias para alguna de las bellas artes.</i>
<i>Ilustradores</i>	<i>Adj. Que ilustra. Aplicado a persona, usado también como sustantivo. Del latín illustrātor, -ōris.</i>
<i>Comunidad Artística</i>	<i>Conjunto artistas vinculados por características o intereses comunes, en este caso el arte.</i>
<i>Comisiones</i>	<i>Nombre Femenino. Orden y facultad que alguien da por escrito a otra persona para que ejecute algún encargo o entienda en algún negocio.</i>
<i>Bloqueo Artístico</i>	<i>Estado mental en el cual una persona experimenta dificultades para generar nuevas ideas, conceptos originales o soluciones innovadoras a un problema.</i>
<i>Marketplace</i>	<i>El Marketplace se refiere a un concepto más amplio de ventas online. En esta plataforma, diferentes tiendas pueden anunciar sus productos, ofreciéndole de esa forma, un abanico de opciones al cliente.</i>
<i>Freelancer</i>	<i>Se llama freelance al trabajador que desarrolla su actividad de manera autónoma: es decir, sin una relación fija y de dependencia con un empleador.</i>
<i>Arte digital</i>	<i>El arte digital es aquel creado mediante el uso de herramientas informáticas.</i>
<i>Networking</i>	<i>Establecimiento de conexiones profesionales y empresariales con el objetivo de favorecer principalmente los contactos de negocios y las oportunidades comerciales.</i>
<i>Hashtags</i>	<i>La voz hashtag es un anglicismo que se puede sustituir, en el ámbito de Twitter, por etiqueta. Si se emplea el extranjerismo no adaptado, se mantiene con su forma original y se escribe en cursiva.</i>
<i>Fan page</i>	<i>Una página de fans es una cuenta o página pública dedicada a compartir contenidos e información sobre un tema concreto, un perfil personal, una celebridad, un personaje público o una marca.</i>

Referencias

- (S/f). *Rae.es*. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://www.rae.es/observatorio-de-palabras/>
- ¿Qué estwitter? ¿Cómo funciona? (2018, March 1). *Webempresa*. [Recuperado de <https://www.webempresa.com/blog/que-es-twitter-como-funciona-2.html>]
- Alvarado, G. S. S., Cusme, M. A. Z., Garcia, N. A. Q., Mero, A. A. V., & Cornejo, H. E. C. (2023). *Ecología de los medios, transhumanismo y metaverso: desafíos para la alfabetización mediática y tecnológica*. *Diversitas Journal*, 8(4).
- Anderson, C. (2006). *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*. Hyperion.
- Bain, A. (2005). *Constructing an artistic identity*. *Work, Employment and Society*, 19(1), 25-46. <https://doi.org/10.1177/0950017005051280>
- Baltar-Moreno, A. (2022). *Redes sociales digitales como lugares de memoria: diálogos ciudadanos a través de la fotografía en Facebook*.
- Barrios Mendoza, A. (2020). *Procesos de transducción en representaciones cinéticas, lumínicas y visuales de audio en el arte electrónico*.
- Behance: que es y por qué cada creativo debería tenerla*. (2016, junio 1). *El blog de la Imprenta Online editado por Stampaprint*. <https://www.stampaprint.net/es/blog/acerca-de-la-impresion/behancecreativo>

Benavides, A. V. V., Renó, D. P., Flandoli, A. M. B., Vivanco, J. C. M., & León, C. O. (2018). *De los mass media a los medios sociales: reflexiones sobre la nueva ecología de los medios*. *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 22.

CEUPE (European Business School). (s. f.). *¿Qué es un Bloqueo creativo? Descubre qué lo causa y cómo superarlo*. Recuperado 20 de mayo de 2024, de <https://www.ceupe.com/blog/bloqueo-creativo.html#:~:text=El%20bloqueo%20creativo%20es%20un%20estado%20mental%20en%20el%20cual,soluciones%20innovadoras%20a%20un%20problema>.

Chagra, A. D. (2007). *Introducción al Marketing (primera edición)*. Buenos Aires, Argentina: Gran Aldea Editores. *Historia del Marketing (25 de febrero de 2018)*. Recuperado de [mercadeoypublicidad.com: http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=6610/](http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=6610/) [Entro el 11 de septiembre del 2022]

Chan, Z. (2018, diciembre 12). *¿Cómo funcionan los estudios etnográficos?* - SERTA. Com.mx; SERTA Marketing Intelligence Partner. <https://serta.com.mx/como-funcionan-los-estudios-etnograficos/>

Content, R. R. (2019, junio 14). *Marketplace: qué es y cómo impulsar tus vendas por una plataforma online*. Rock Content - ES; Rock Content. <https://rockcontent.com/es/blog/marketplace/>

Cotter, H. (2021). *How Technology is Transforming the Art World*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2021/11/04/arts/design/art-technology.html>

De Govea, A. F., & Alvarado, M. E. (2019). Diseño de un software para la enseñanza de Inglés Técnico en Ingeniería: Enfoque teórico de su elaboración. Revista Académica UC Maulea UC Maule, 57, 39-62.

*Design Thinking: una forma distinta de pensar y hacer. (s. f.). Iberdrola.
<https://www.iberdrola.com/talento/design-thinking-metodologia>*

Deuze, M. (2007). Media Work. Polity.

*Dribbble: Qué es y cómo usarlo para conseguir un empleo. (2020, noviembre 16).
[Recuperado de <https://trabajarporelmundo.org/dribbble-que-es-y-como-usarlo-para-conseguir-un-empleo/>]*

Echauri Soto, G. A. (2020). La experiencia digital de socialización y entretenimiento de estudiantes universitarios internacionales en Barcelona.

Elena, B. B. C., & Cristina, V. G. I. (2020). Situaciones de Aprendizaje Desde el uso de la Herramienta New Media Art Para el Fortalecimiento de la Técnica de la Pintura en la Clase de Artística.

Expertosnegociosonline.com. (2020, enero) [Recuperado de <https://www.expertosnegociosonline.com/quees-tumblr-y-como-funciona-tumblr/>]

*Experts, A. (2017, February 2). Create a professional artist page on Facebook. Agora.
[Recuperado de <https://agifineart.com/advice/facebook-artist-page/>]*

Experts, A. (2017, February 2). Create a professional artist page on Facebook. Agora Gallery - Advice Blog. [Recuperado de <https://www.agoragallery.com/advice/blog/2017/02/02/facebook-artist-page/>]

Fernández, A. E. (2018). Etnografías de lo digital: Remediaciones y recursividad del método antropológico. *AIBR: Revista de Antropología Iberoamericana*, 13(1), 45-68.

Fernández, A. J. S., & Pérez, E. M. (2020). Aproximación a la conservación del arte de Internet: la materia como relaciones comunicativas. *Liño*, 26, 87-100.

Fernández, Y. (2019, octubre 14). Patreon: qué es, cómo funciona. [Recuperado de <https://www.xataka.com/basics/patreon-que-como-funciona-como-apoyar-a-tus-creadores-favoritos>]

Finkelpearl, T. (2013). *What We Made: Conversations on Art and Social Cooperation*. Duke University Press.

Fuente, O., 2022. *Qué es Inbound Marketing: Definición, Ejemplos y Estrategia en 8 pasos*. [online] *Thinking for Innovation*. Recuperado de: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-inbound-marketing/> [Entro el 11 septiembre del 2022].

Galguera López, A. (2019). *Módulo de recolección de variables mediante cámaras para el Sistema de Medición y Adquisición Arex (Bachelor's thesis, Universidad de las Ciencias Informáticas. Facultad 3)*.

Gallery-Advice Blog <https://www.agora-gallery.com/advice/blog/2017/02/02/facebook-artist-page/> [entro el 11 septiembre del 2022].

Gere, C. (2008). *Digital Culture*. Reaktion Books.

Giroux, S., y Tremblay, G. (2008). *Metodología de las ciencias humanas: la investigación en acción*. Fondo de cultura económica. [Recuperado de: <https://investigacioneducativaupn2014.files.wordpress.com/2014/06/metodologia-giro-ux.pdf>].

Grau, O. (2003). *Virtual Art: From Illusion to Immersion*. MIT Press.

Guillaume, A. (1998). *El arte digital en la era de la informática*. *Ciencia, tecnología e innovación*, 14(1), 45-58.
<https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/c14/article/view/4602>

Harold Mendiavelso Carrillo, F., 2022. *La evolución del marketing: una aproximación integral* - *Revista Chilena de Economía y Sociedad*. [online] *Revista Chilena de Economía y Sociedad* - UTEM. Recuperado de: <https://rches.utem.cl/articulos/la-evolucion-del-marketing-una-aproximacion-integral/> [Entro el 11 septiembre del 2022].

<https://www.genbeta.com/web/ochositios-web-para-colgar-tus-dibujos-eilustraciones> ▷
Qué es TUMBLR, para qué sirve y cómo funciona. (2019, junio 25).

Katherine, R. G. L. (2020, febrero 5). *¿Cómo funciona DeviantArt? Cómo funciona*. [recuperado de <https://como-funciona.com/deviantart/>]

Kerrigan, F. (2013). *Film Marketing*. Routledge.

Lain Oliva, C. (2022). *Conceptualización y diseño UX/UI de una plataforma web de arte digital y NFT*.

Lavagna, E. (2020, julio 23). *¿Qué es Instagram, para qué sirve y cuáles son las ventajas de esta red social? [Recuperado de Webescuela <https://webescuela.com/que-es-instagram-para-que-sirve>]*

Muñoz de la Peña, D., Domínguez, M., Gómez-Estern Aguilar, F., Reinoso, Ó., Torres, F., & Dormido, S. (2022). *Estado del arte de la educación en automática*. *Revista Iberoamericana de Automática e Informática Industrial*, 19(2), 117-131.

Palacios, A. (2022, February 1). *ArtStation: el sitio web que enamorará al mundo de tus diseños y animaciones 3D*. Crehana. [Recuperado de <https://www.crehana.com/blog/animacion/artstation/>]

Paul, C. (2016). *Digital Art*. Thames & Hudson.

Pinos, D. (2021, 3 mayo). *Design Thinking: del origen de la metodología a un MINDSET*. Diana Pinos. <https://dianapinos.com/2021/05/03/design-thinking-del-origen-de-la-metodologia-a-un-mindset/>

Porto, J. P., & Gardey, A. (2017, diciembre 13). *Freelance*. Definición.de; Definicion.de. <https://definicion.de/freelance/>

Porto, J. P., & Merino, M. (2015, diciembre 17). *Arte digital*. Definición.de; Definicion.de. <https://definicion.de/arte-digital/>

Porto, J. P., & Merino, M. (2019, marzo 22). *Networking*. *Definición.de; Definicion.de*.
<https://definicion.de/networking/>

Qué es una Fanpage - [Diccionario de Marketing]. (s/f). *Localo.com*. Recuperado el 30
de mayo de 2024, de <https://es.localo.com/marketing-dictionary/what-is-fanpage>

RAE. (s. f.). *artista*. *Real Academia Española*. Recuperado 20 de mayo de 2024, de
<https://dle.rae.es/artista>

RAE. (s. f.-b). *Comisión*. *Real Academia Española*. Recuperado 20 de mayo de 2024, de
<https://dle.rae.es/comisi%C3%B3n>

RAE. (s. f.-b). *Ilustrador*. *Real Academia Española*. Recuperado 20 de mayo de 2024, de
<https://dle.rae.es/ilustrador>

Rifkin, J. (2000). *The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where All of
Life Is a Paid-For Experience*. Tarcher/Putnam.

Rodríguez-Sabiote, C. (2016). *Metodología de Investigación en Ciencias Humanas y
Sociales. Discussões epistemológicas: as Ciências Humanas sob uma ótica
interdisciplinar,* [Recuperado de
http://professor.ufop.br/sites/default/files/joaquardros/files/livro_completo_verso_on_line_0.pdf#page=36]

SL, M. G. (s. f.). *La necesidad de una comunidad global de artistas*.
<https://www.mundoarti.com/magazine/noticia/la-necesidad-de-una-comunidad-global-de-artistas/>

Svašek, M. (2012). *Moving Subjects, Moving Objects: Transnationalism, Cultural Production, and Emotions*. Berghahn Books.

Todor, R.D. (2016). *Blending traditional and digital marketing*. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov Series V: Economic Sciences*; López, M. (2015, diciembre 23).

Trabajar por elMundo (2020): Empleo, Formación, Teletrabajo. [Recuperado de <https://trabajarporelmundo.org/dribbble-que-es-y-como-usarlo-paraconseguir-un-empleo/>]

Tufekci, Z. (2015). *Algorithmic Harms beyond Facebook and Google: Emergent Challenges of Computational Agency*. *Colorado Technology Law Journal*, 13(2), 203-217.

WIKIVERSIDAD. (11 nov 2021). *Herramientas TIC aplicad a la educación/Design Thinking*. 27 nov 2021, de WIKIVERSIDAD.

Xataka.com; Xataka. (11 de septiembre 2020) [Recuperado de <https://www.xataka.com/basics/patreon-que-como-funciona-como-apoyar-at-us-creadores-favoritos>]

Ynfanzón Saco, R. J. (2020). *Estrategias de comunicación digital y el posicionamiento en plataformas musicales para las bandas de rock independientes*, Lima metropolitana 2020.

ANEXOS

ANEXO #1. Preguntas de formulario

5/20/24, 4:56 PM

Plataforma para artistas.

Plataforma para artistas.

Tesis de maestrante.

Estos datos se utilizaran para colaborar datos en una tesis de maestria.

1. Como artista. ¿Tu salario se maneja en dólares o tu moneda local?

Marca solo un óvalo.

- Dolares
 Euros
 Moneda local.
 Mixto
 Otro: _____

2. ¿Cuánto es tu salario mensual como artista?

Marca solo un óvalo.

- De 10 USD a 49 USD
 De 50 USD a 99 USD
 De 100 USD a 499 USD
 500 USD +
 Otro: _____

3. ¿Cuentas con términos de servicio?

Marca solo un óvalo.

- No
 Sí
 Otro: _____

4. ¿Haz sentido que tu paga es injusta?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Tal vez
- Otro: _____

5. ¿Haz tenido problemas al organizar tu trabajo al tener un proyecto?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- A veces

6. ¿Haz considerado que la difusión de tu arte en redes sociales ha sido complicada?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- A veces

7. ¿Cuáles son los problemas más recurrentes como artista?

Selecciona todos los que correspondan.

- Paga injusta y/o paga incompleta.
- Falta de organización.
- Falta de comprensión a la difusión en redes sociales.
- Comisiones elevadas por plataformas de pago y/o terceros.
- Otro: _____

ANEXO #2. Tabla de objetivos

Tipo de objetivo	Verbo	Objeto ¿Qué cosa?	Criterios de ejecución ¿Cómo?	Rango o situaciones ¿Cuándo?, ¿Quiénes?	Intención o finalidad ¿Para qué?
1 General	Proponer	Una herramienta	que ayude a simplificar las tareas básicas	a artistas entre 18 a 40 años que buscan un método de organización y difusión eficiente	Con el fin de organizar y promover su trabajo.
1.1 Específico	Distinguir	las problemáticas	a través de diferentes investigaciones	que sufren los artistas en un proceso de compra y venta de arte	con la intención de facilitar el proceso a través de una herramienta.
1.2 Específico	Analizar	las dificultades de difusión que se presentan	a través de diferentes pruebas	en los artistas al momento de difundir su trabajo	con el fin de verificar la creación de una herramienta que les ayude.
2 General	Apoyar	Ayudar con las dificultades recurrentes de los artistas	A través de planes o estrategias digitales para llevar a la práctica su trabajo	a artistas entre 18 a 40 años que buscan un método de organización y difusión eficiente	Con el fin de sentirse seguros con su trabajo expuesto, organización y servicios.
2.1 Específico	Crear	Métodos de contratación segura cliente - artista.	A través de términos y condiciones seguros, protección de derecho de autor y mejorar los métodos de pago.	Artistas digitales entre 18 a 40 años y clientes potenciales.	Con el fin de brindar seguridad a los clientes como al artista.
2.2 Específico	Inventar	Estrategias para que el artista pueda difundir mejor su trabajo	Mejoramiento digital y por medio de redes sociales.	a artistas entre 18 a 40 años que buscan mejor exposición de trabajo	con la intención de obtener más clientes potenciales
2.3 Específico	Organizar	El flujo o proceso en un proyecto artístico.	Mediante métodos de planificación para mejorar su proceso en un proyecto. Utilizando calendarización de fechas límites, método pomodoro, días de descanso, etc.	a artistas entre 18 a 40 años que buscan mejorar su ordenamiento o en un proyecto.	con la finalidad de que el artista no se sienta abrumado por fechas límites en un proyecto, por no tener organización previa. Por lo contrario, puede sentirse mejor y con mayor orden de su proceso artístico.

ANEXO #3. Instrumento. Cuestionario para recopilación de datos.

Andromedaa. Experiencia de usuario

Tesis de maestrante.

Estos datos se utilizarán para colaborar datos en una tesis de maestría.

Questionario anónimo.

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. **Edad ***

2. **Experiencia en Arte Digital (años): ***

Sección 1: Experiencia de Usuario

3. **Facilidad de Uso**

¿Qué tan fácil te resultó navegar por la plataforma?

Marca solo un óvalo.

Muy fácil

Fácil

Neutral

Difícil

Muy difícil

4. **Diseño de Interfaz**

¿Cómo calificarías el diseño visual de la plataforma?

Marca solo un óvalo.

- Excelente
- Bueno
- Aceptable
- Deficiente
- Muy deficiente

5. **Carga y Velocidad**

¿La plataforma carga rápidamente?

Marca solo un óvalo.

- Siempre
- La mayoría de las veces
- A veces
- Rara vez
- Nunca

Sección 2: Funcionalidades Específicas

6. **Proceso de Registro (Sign Up)**

¿El proceso de registro fue claro y fácil de completar?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Otro: _____

7. **Descubrimiento de Contenido (Discover)**

¿Qué tan intuitiva fue la sección de descubrimiento de contenido?

Marca solo un óvalo.

- Muy intuitiva
- Intuitiva
- Neutral
- Poco intuitiva
- Nada intuitiva
- Otro: _____

8. **Perfil de Usuario (Profile)**

¿La información en tu perfil es fácil de gestionar y actualizar?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Otro: _____

9. **Gestión de Comisiones**

¿La información sobre las comisiones es clara y fácil de entender?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Otro: _____

10. **Suscripción y Membresía**

¿El proceso de suscripción y gestión de membresía es fácil de seguir?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 Otro: _____

11. **Gestión de la Cola de Trabajo (Queue)**

¿Qué tan fácil es gestionar tus proyectos en la cola de trabajo?

Marca solo un óvalo.

- Muy fácil
 Fácil
 Neutral
 Difícil
 Muy difícil
 Otro: _____

12. **Tienda (Shop)**

¿La organización de la tienda es clara y fácil de navegar?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 Otro: _____

Sección 3: Comentarios Generales

13. **Aspectos Positivos**

¿Qué es lo que más te gustó de la plataforma?

14. **Aspectos Negativos**

¿Qué es lo que menos te gustó de la plataforma?

15. **Sugerencias de Mejora**

¿Qué sugerencias tienes para mejorar la plataforma?

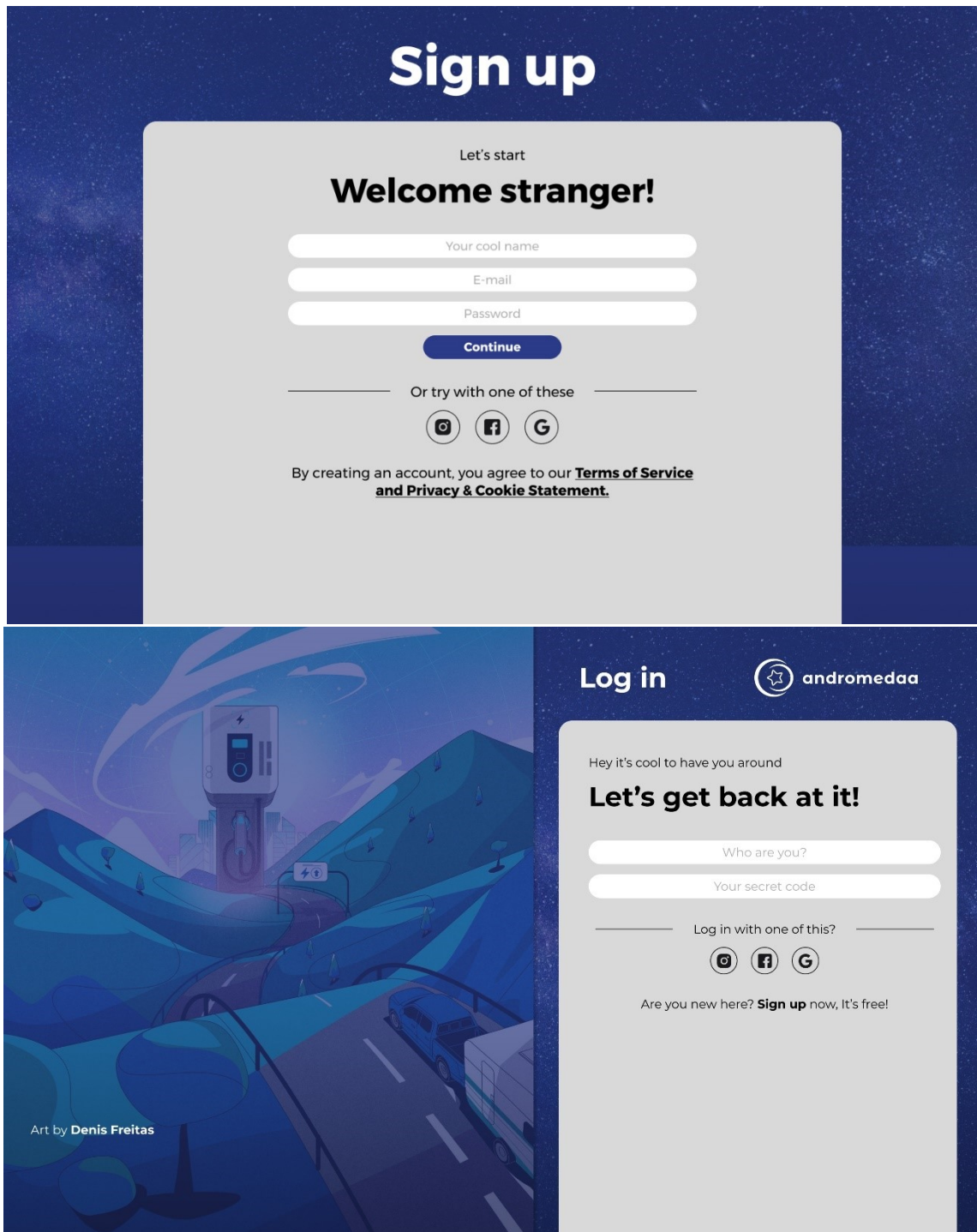
16. **Satisfacción General**

¿Cuál es tu nivel de satisfacción general con la plataforma Andromedaa?

Marca solo un óvalo.

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Neutral
- Insatisfecho
- Muy insatisfecho

ANEXO #4. Visualizaciones finales de plataforma Andromedaa



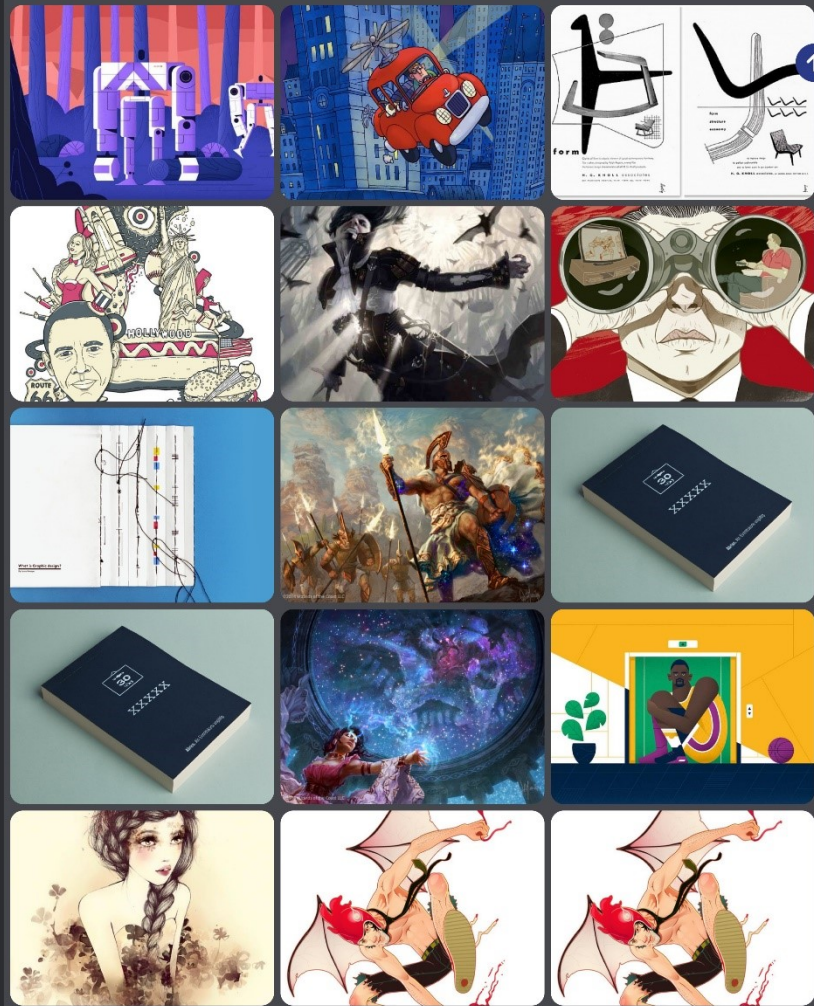
Discover your favorite ideas

Trending searches

- Illustration
- Character Design
- Conceptual Art
- UX/UI
- Editorial Design
- Mobile

Popular Filters

Encouraging the art made by humans, none of the projects in Andromedaa are made by AI



Load more...

Encouraging the art made by humans, none of the projects in Andromedaa are made by AI

andromedaa

Jennifer Doe

Illustrator and Concept Artist

[About](#)
[Work](#)
[Members](#)
[Shop](#)
[Commissions](#)
[Customize profile](#)
[Statistics](#)
[Queue](#)

Hello there, it's Jenn here!

[AVAILABLE FOR COMMISSIONS](#)
[MESSAGE](#)
[SHARE PROFILE](#)

GO TO JENN'S PORTFOLIO

1,234 followers
 567 following
 987 members
 6,789 project likes

[MEXICO](#)
[MEMBER SINCE 2022](#)

About me:

Donec elementum a massa in ornare, Aenean
 commodo sem ipsum, semper malesuada ex finibus
 et. Donec aliquet vulputate enim, id elementum
 lacus cursus non.

Encouraging the art made by humans, none of the projects in Andromedaa are made by AI

[SITE MAP](#)
[HOME](#)
[DISCOVER](#)
[HELP](#)
[CONTACT](#)

Copyright © 2023 Andromedaa. All rights reserved.

Privacy Note

andromedaa

Jennifer Doe
Illustrator and Concept Artist

About
Work
Members
Shop
Commissions
Customize profile
Statistics
Queue

Thanks for supporting my work

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam erat eros, aliquet eu rutrum vel, blandit eu ligula. In rhoncus viverra risus eget molestie. Etiam pellentesque libero eu pulvinar dignissim. Proin aliquam risus rutrum, auctor ante vitae. Imperdiet erat.

Jennifer Doe reviews

★★★★★ 4.9 · 10 reviews

Random User 01 · 2 months ago

★★★★★

Cras purus magna, convallis sit amet gravida porttitor, interdum ut Isksksacus!! Aliquam erat eros, aliquet eu rutrum vel, blandit eu ligula.

Title of the comission

A brief description of what the comission goes or include

- Everything from the previous Tier
- Access to Work in progress of my future animations
- Your name will be featured at the end of my videos with distinction

Starting from:
10\$

See more details and request

Title of the comission

A brief description of what the comission goes or include

- Everything from the previous Tier
- Access to Work in progress of my future animations
- Your name will be featured at the end of my videos with distinction

Starting from:
10\$

See more details and request

Title of the comission

A brief description of what the comission goes or include

- Everything from the previous Tier
- Access to Work in progress of my future animations
- Your name will be featured at the end of my videos with distinction

Starting from:
10\$

See more details and request

Encouraging the art made by humans, none of the projects in Andromedaa are made by AI

andromedaa

[SITE MAP](#)
[HOME](#)
[DISCOVER](#)
[HELP](#)
[CONTACT](#)

Copyright © 2023 Andromedaa. All rights reserved. [Privacy Note](#)

andromedaa

 2
 2

Jennifer Doe
Illustrator and Concept Artist

About
Work
Members
Shop
Commissions
Customize profile
Statistics
Queue

Little Rascal

10\$ / per month

Join me!

WIPS, Sketchs, Discord and more!
Get first news and immediate access to EXCLUSIVE CONTENT!

- Everything from the previous Tier
- Access to Work in progress of my future animations
- Your name will be featured at the end of my videos with distinction

YOUR CURRENT SUBSCRIPTION

Little Rascal

10\$ / per month

Thank you!

WIPS, Sketchs, Discord and more!
Get first news and immediate access to EXCLUSIVE CONTENT!

- Everything from the previous Tier
- Access to Work in progress of my future animations
- Your name will be featured at the end of my videos with distinction

Little Rascal

10\$ / per month

Join me!

WIPS, Sketchs, Discord and more!
Get first news and immediate access to EXCLUSIVE CONTENT!

- Everything from the previous Tier
- Access to Work in progress of my future animations
- Your name will be featured at the end of my videos with distinction

Little Rascal

10\$ / per month

Join me!

WIPS, Sketchs, Discord and more!
Get first news and immediate access to EXCLUSIVE CONTENT!

- Everything from the previous Tier
- Access to Work in progress of my future animations
- Your name will be featured at the end of my videos with distinction

Little Rascal

10\$ / per month

Join me!

WIPS, Sketchs, Discord and more!
Get first news and immediate access to EXCLUSIVE CONTENT!

- Everything from the previous Tier
- Access to Work in progress of my future animations
- Your name will be featured at the end of my videos with distinction

Encouraging the art made by humans, none of the projects in Andromedaa are made by AI

andromedaa

SITE MAP
HOME
DISCOVER
HELP
CONTACT

Copyright © 2023 Andromedaa. All rights reserved. [Privacy Note](#)

Jenn Doe's List

COMMISSIONS OPEN

YOUR COMMISSION IS HERE

On queue

Title of the commission

Click to see details

Title of the commission

Click to see details

Title of the commission

Click to see details

On progress

Title of the commission

Progress: ●●●●●○

Click to see details

Title of the commission

Progress: ●●●●●○

Click to see details

Title of the commission

Progress: ●●●●●○

Click to see details

On review

Title of the commission

Progress: ●●●●●○

Review of the progress: PENDING

Click to see details

Title of the commission

Progress: ●●●●●○

Review of the progress: APPROVED

Click to see details

Title of the commission

Progress: ●●●●●○

Review of the progress: APPROVED

Click to see details

Finished and Approved

Title of the commission

FINISHED

Click to see details

Title of the commission

FINISHED

Click to see details

Title of the commission

FINISHED

Click to see details

Encouraging the art made by humans, none of the projects in Andromedaa are made by AI

andromedaa

Jennifer Doe

Illustrator and Concept Artist

About
Work
Members
Shop
Commissions
Customize profile
Statistics
Queue

SEE ALL
DIGITAL
PHYSICAL

Pick-Up
FullName of the
item on sale +
Sett of various
downloads

\$10.99

Pick-Up
FullName of the
item on sale +
Sett of various
downloads

Sold out

Pick-Up
FullName of the
item on sale +
Sett of various
downloads

Sold out

Pick-Up
FullName of the
item on sale +
Sett of various
downloads

Sold out

Pick-Up
FullName of the
item on sale +
Sett of various
downloads

Sold out

Pick-Up
FullName of the
item on sale +
Sett of various
downloads

Sold out

Pick-Up
FullName of the
item on sale +
Sett of various
downloads

Sold out

Pick-Up
FullName of the
item on sale +
Sett of various
downloads

Sold out

Pick-Up
FullName of the
item on sale +
Sett of various
downloads

Sold out

Pick-Up
FullName of the
item on sale +
Sett of various
downloads

Sold out

Encouraging the art made by humans, none of the projects in Andromedaa are made by AI

andromedaa

[SITE MAP](#)
[HOME](#)
[DISCOVER](#)
[HELP](#)
[CONTACT](#)

Copyright © 2023 Andromedaa. All rights reserved. [Privacy Note](#)



Jennifer Doe
Illustrator and Concept Artist

About

Work

Members

Shop

Commissions

Customize profile

Statistics

Queue

View  



Encouraging the art made by humans, none of the projects in Andromedaa are made by AI



[SITE MAP](#)

[HOME](#)

[DISCOVER](#)

[HELP](#)

[CONTACT](#)





Jennifer Doe
Illustrator and Concept Artist

View



Encouraging the art made by humans, none of the projects in Andromedaa are made by AI

- PERSONAL INFORMATION
- PROFILE SETTINGS
- BILLING INFO
- PREFERENCES
- PASSWORDS & SECURITY
- SETTINGS & PRIVACY
- NOTIFICATIONS

Header



Jennifer Doe
Illustrator and Concept Artist

Title

Hello, it's me

Description

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam erat eros, aliquet eu rutrum vel, blandit eu ligula. In rhoncus viverra risus eget molestie. Etiam pellentesque libero eu pulvinar dignissim. Proin aliquam risus rutrum, auctor ante vitae, imperdiet erat. Cras nec sollicitudin leo, at facilisis purus. Aliquam quis tortor nec ipsum tempus feugiat non ut mauris. Integer vitae ligula aliquet, vehicula magna ac, blandit urna. Nam hendrerit euismod porttitor.

Social media

- Instagram
- Facebook
- +

Encouraging the art made by humans, none of the projects in Andromedaa are made by AI

PERSONAL INFORMATION

PROFILE SETTINGS

BILLING INFO

PREFERENCES

PASSWORDS & SECURITY

SETTINGS & PRIVACY

NOTIFICATIONS

Complete and edit your info

Name

Jennifer

Last name

Doe

Nickname

jennndoe24

E-mail

bili1234@gmail.com

Birthdate

03

24

1998

Tags

Illustration

Conceptual design

Animation

3D

Coloring

+

Likes and shares >

Shopping cart >

Encouraging the art made by humans, none of the projects in Andromedaa are made by AI



[SITE MAP](#)

[HOME](#)

[DISCOVER](#)

[HELP](#)

[CONTACT](#)



- PERSONAL INFORMATION
- PROFILE SETTINGS
- BILLING INFO**
- PREFERENCES
- PASSWORDS & SECURITY
- SETTINGS & PRIVACY
- NOTIFICATIONS

Select your payment method

Credit card

PREDETERMINADA

Credit ****1234

Credit ****1234

+

Gift card

Redeem a gift card or a promotional code

I HAVE A GIFT/CODE

Paypal

You can also pay with Paypal method

LOG IN HERE WITH YOUR PAYPAL ACCOUNT

Encouraging the art made by humans, none of the projects in Andromedaa are made by AI

- PERSONAL INFORMATION
- PROFILE SETTINGS
- BILLING INFO
- PREFERENCES**
- PASSWORDS & SECURITY
- SETTINGS & PRIVACY
- NOTIFICATIONS

Preferences

Language

English ✓

Feed >

Activity >

Shared Links >

Theme >

Delete account

You can consult our privacy here. [Privacy Policy](#).

Encouraging the art made by humans, none of the projects in Andromedaa are made by AI



- PERSONAL INFORMATION
- PROFILE SETTINGS
- BILLING INFO
- PREFERENCES**
- PASSWORDS & SECURITY
- SETTINGS & PRIVACY
- NOTIFICATIONS

Change Theme

At Andromedaa, we encourage users to use Dark mode. It's important to us to take care of you and your sight.

- DARK MODE
- LIGHT MODE

Background

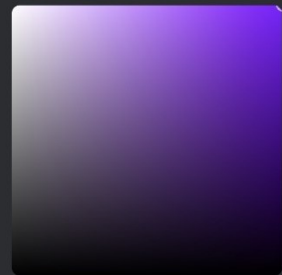
#000000

Headtitles

#000000

Buttons

#000000



R 000

G 000

B 000

Encouraging the art made by humans, none of the projects in Andromedaa are made by AI



- [SITE MAP](#)
- [HOME](#)
- [DISCOVER](#)
- [HELP](#)
- [CONTACT](#)

