	<b>RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN</b>		
	<b>(RAI)</b>		
	<b>Código: 85212505</b>	<b>Fecha: 07.11.2021</b>	<b>Versión No.</b>

<b>Fecha de elaboración: 07.11.2021 [del RAI]</b>			
<b>Tipo de documento</b>	TID:	Obra Creación:	Proyecto Investigación: X
<b>Título</b>	<b>Impulso, solución digital a Dj's locales y nacionales en el emprendimiento musical</b>		
<b>Autor(es)</b>	<b>Jesika Paola Arenas Fandiño</b>		
<b>Tutor(es)</b>	<b>Anguley Isaza</b>		
<b>Fecha de finalización</b>	07.11.2021 [del proyecto de investigación]		
<b>Temática</b>	<b>Diseño de sitio web</b>		
<b>Tipo de investigación</b>	<b>Cualitativa</b>		
<b>Resumen</b>			
<p>La investigación tiene como objetivo determinar los factores principales en la falta de acceso de Dj's nacionales y locales a espacios digitales de promoción y visualización de contenido. Mediante diferentes redes sociales como Instagram, Facebook y YouTube en grupos, cuentas y canales de alta interacción se observó que los participantes de estas comunidades carecen de plataformas digitales alternas para darse a conocer y generar un mayor alcance a sus diferentes tipos de audiencias.</p>			
<b>Palabras clave</b>			
Bit, track, loops, rave, sitios web, backend, brand content, buyer persona.			
<b>Planteamiento del problema</b>			
<p>En los últimos años el género de música electrónica ha crecido de manera exponencial a nivel mundial y el país no se queda atrás, pero los Dj's colombianos atraviesan una coyuntura por la falta de promoción y visualización a nivel nacional y mundial, con una alerta de desempleo que ha venido creciendo y aumentó más a raíz de la pandemia. Adicionalmente, su exposición se hace más reducida al no tener escenarios físicos por falta de eventos y programas que sean enfocados en este género; pagos irregulares donde su salario son tarifas a criterio del pagador. Se trata de una profesión subvalorada porque no hay seriedad frente a la actividad que ejerce el Dj.</p> <p>Teniendo en cuenta el contexto, se hace necesario generar espacios alternativos para el público y Dj's en Colombia que generen exposición, ingresos y reconocimiento.</p>			

<b>Pregunta</b>
¿Como generar espacios interactivos digitales para promover y promocionar a Dj's Colombianos nacional e internacionalmente?
<b>Objetivos</b>
Desarrollar una plataforma digital que permita fortalecer y consolidar la comunidad de Dj's locales y nacionales.
<b>Objetivos Específicos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer las diferentes problemáticas que presentan los Dj's colombianos para promover su contenido musical.</li> <li>• Establecer estrategias de comunicación que conecten a los Dj's con sus diferentes audiencias generando un valor experiencial.</li> <li>• Diseñar una plataforma digital para promover y promocionar contenidos musicales de Dj's.</li> </ul>
<b>Marco teórico</b>
Resuma únicamente los principales referentes teóricos o artísticos que siguió su trabajo. Señale los números de las páginas de su documento en los que se encuentra la información completa.
<p>Desde la pagina 12 a la 20</p> <p>La música electrónica también llamada la evolución del arte de los ruidos generó un cambio en la industria musical, trayendo un nuevo género creativo y con instrumentos sintéticos. En sus inicios fue una forma de música occidental clásica que era conocida en el género como música experimental, en 1960 la música electrónica se volvió asequible debido a que la tecnología crecía con ella y abrió campo en la industria musical.</p> <p>Aunque hoy se cataloga como un género musical, este no tiene una partitura ni notas musicales específicas. Es la mezcla de sonidos repetitivos como <i>loops</i>, que pueden contener fragmentos de compases, sonidos naturales, sintéticos, metálicos y terminar convirtiéndose en un <i>track</i> o canción.</p> <p>Unos de los iconos de la música electrónica Daft Punk, Chemical Brothers o The Prodigy nacieron en esta época y se consagran en el género para ser referentes al día de hoy.</p> <p>Por otro lado, Colombia aloja este género musical desde los 80 dando la entrada a un nuevo género musical que transformó no solo la concepción musical como esencia, sino que aporta valores en diferentes aspectos, como los culturales, sociales, económicos y artísticos.</p>

La música electrónica llegó con un potencial innovador para el turismo colombiano, ya que muchos eventos son realizados en las principales ciudades del país. En la Sabana de Bogotá, se realiza el Estéreo Picnic, el cual permite tener una experiencia no solo en el género de música electrónica sino muchos más, congregando artistas internacionales y generando experiencias en el arte en su máxima expresión.

El primer aspecto es la inconsistencia en la remuneración de pagos variables e inciertos que son estipulados por los dueños de los eventos a menor escala, propietarios de bares o contratistas sin tener un estándar real y legal para los profesionales del género musical, de este modo el Dj's se ve forzado a tener otra alternativa laboral para la sustentabilidad económica del mismo, dejando al arte de Dj como un *hobby* y no poder vivir de ello.

La falta de trayectoria influye de manera importante en pagos, accesos a escenarios posicionados de nivel local y nacional para llegar a audiencias específicas, por esto es necesario generar un modelo digital que permita posicionar y visualizar a cualquier Dj's a nivel local, nacional y mundial de manera democrática donde se centralicen sus recursos y pueda generar ingresos y promoción con los mismos.

En este punto es donde la transformación digital permite enfocar los esfuerzos en un desarrollo de una plataforma digital que permita solucionar problemáticas como ingresos, visualización y promoción de un Dj en cualquier etapa profesional teniendo la oportunidad de poder mostrarse al mundo.

Beatport, una tienda en línea llega al mercado en el 2004, con una oferta que le apuesta totalmente a la música electrónica para los Dj's permitiendo que muchos artistas potencialicen su carrera por medio de la plataforma, en 2015 incorpora escuchar música de manera gratuita, crearon los Beats Music Awards que permite calificar a los Dj's con más ventas por *track*.

Estos referentes impulsan una nueva visión para el género de música electrónica y demuestran que el mercado desde una transformación digital que aporte, segmente y tenga un espacio especializado en internet, puede posicionarlo como un sitio de música electrónica.

**Método**

Resuma únicamente los principales elementos metodológicos que empleó en su investigación. Señale los números de las páginas de su documento en los que se encuentra la información completa.

Desde la pagina. 21 a la 30

Esta investigación tiene como enfoque la metodología cualitativa, con un alcance descriptivo, ya que permite conocer la situación desde su ambiente real, deja conocer los

aspectos más esenciales y específicos de los usuarios como sus gustos, donde se congregan, y canales de comunicación digitales utilizados en la comunidad. Con este método podemos extraer información y generar ideas para ampliar el espectro en campos laborales y promocionales. El diseño que tiene esta investigación es fenomenológico, ya que permite penetrar aspectos diferentes y comunes a los Dj's en general. La expresión de un individuo depende de la subjetividad y de la intersubjetividad con la de otros, conociendo su entorno cultural, social y demográfico.

Para implementar dicha metodología se ejecutan las siguientes técnicas: un ciclo de vigilancia para el desarrollo de una observación efectiva, seguido de una revisión documental y por último una observación participante que permitirá ejecutar su desarrollo y los procesos de esta investigación.

Por medio del desarrollo de un sitio web se desarrolla la ejecución del modelo de negocio que se estructura de la siguiente manera: usuarios activos (On) son Dj's locales y nacionales que se registran en la página de manera gratuita, creando un perfil de usuario, en este perfil podrán clasificar sus contenidos como Premium (descarga paga) y Free (descarga gratuita), también tiene la posibilidad de ser contratado para un concierto o un evento etc., este contrato es entre Impulso y el contratante, el Dj's será pagado con un porcentaje pactado con Impulso, este usuario es calificado por *likes* de los usuarios (Off) lo que los posicionará en una tabla (Top List) y les permitirá según la posición ganar más dinero por cada recurso. La plataforma cuenta con usuarios pasivos (Off) que son aquellos que compran recursos por medio de planes de pago único, mensual, anual y descargas gratis, estos podrán calificar los recursos de cada unos de los usuarios (On). Otra línea de negocio son los eventos que funcionan como pauta de promotores externos en la página web para promocionar y vender la boletería, la plataforma cuenta con eventos propios digitales gratis y con pago al acceso online, estos eventos son muestras de los mejores Dj's en él (Top List). Por último, tenemos las pautas de sponsors en nuestros eventos digitales que permite tener dentro del evento una pauta donde estará expuesta la marca.

**Resultados, hallazgos u obra realizada**

Presente el resumen de los principales resultados o hallazgos de su investigación o una sinopsis de la obra creada. Señale los números de las páginas de su documento en los que se encuentra la información completa.

Página 31

Esta investigación mostró que es necesario el desarrollo de una transformación digital por medio de una plataforma que permita el acceso a Dj's locales, nacionales y

posiblemente internacionales, para promocionar sus contenidos musicales dando promoción y visualización con sus audiencias e incursionar en nuevos mercados, logrando así una integración de los músicos del resto del mundo con Latinoamérica. Se fortalece la economía del gremio generando espacios de intercambio y generación de contenidos entre la comunidad de Dj's, ofreciendo pasarela de pago segura que permita la confiabilidad y la certeza de las transacciones a los usuarios, permitiendo que los Dj's pueda alojar los contenidos musicales en nuestra plataforma y venderlos. A través del poder de la audiencia proporcionar un consumo y visualización eficaz. Impulsa el mercado en la medida en que tengan mayor crecimiento consolidando contenidos de calidad que fortalezca el conocimiento de la música electrónica en el país. Esta investigación permite aportar y consolidar el género de música electrónica generando nuestras propuestas investigativas desde diferentes frentes como económicos, sociales y culturales.

Se ejecuta el diseño y desarrolla de la cumpliendo con los criterios de los usuarios como parámetro principal teniendo el color, la tipografía y el estilo de la misma, observados en nuestros usuarios. La relación visual de la marca debe responder a comportamientos asociativos con el género de música electrónica, que sea vinculada a espacios o eventos que genero ofrece. Dada la investigación se pudo determinar que los usuarios navegan frecuentemente desde sus computadores portátiles, de escritorio y en dispositivos móviles, lo que hace necesario desarrollar un sitio completamente responsivo y adaptable para cualquier tipo de pantalla.

### **Conclusiones**

Presente el resumen de las conclusiones a las que llegó. Señale los números de las páginas de su documento en los que se encuentra la información completa.

Página 32

El país está atravesando por una situación económica fuerte, y este tipo de gremios están desprotegidos sin garantías ni opciones laborales estandarizadas desde hace mucho tiempo como el mercado de la música en general, esto genera un gran reto que permite aportar y crear nuevas oportunidades digitales que complemente y fortalezcan la comunidad y el gremio. Es importante diseñar estrategias de comunicación efectivas y estructuradas que logren impactar al mercado generando comunidades sólidas, estables y verdaderas.

Una vez analizados los datos de la observación logramos entender los comportamientos como su vida social, su asistencia recurrente a eventos y festivales, las necesidades como

la falta de espacios físicos y digitales de promoción y visualización y los retos que asume nuestro público objetivo, para permanecer activos en la música electrónica.

La importancia que una página web sea creada como insumo para visualizar el trabajo de los Dj's nacionales y locales, encontrando que no hay sitios de este estilo ni para este segmento del mercado, donde puedan promover y mostrar su trabajo.

Fue pertinente el desarrollo de una página web que sea adaptable en diferentes dispositivos y que responda a las necesidades, logrando conectar visual y emocionalmente con nuestros usuarios, transmitiendo un concepto de apoyo desde la idea del mismo nombre.

Inicialmente fue concebido como una exploración, pero a lo largo del desarrollo muestra la factibilidad y la importancia en llegar a una ejecución en un ambiente real, que pueda validar todos los hallazgos, posiblemente este estado enfrentará nuevos retos que permitirá la evolución y la escena en el mercado en la música a nivel nacional y Latinoamérica.

**Productos derivados**

Referencie los artículos, libros, capítulos de libro, ponencias, etc., que fueron resultado de su proceso investigativo.

**Impulso, solución digital a Dj's locales y nacionales en el emprendimiento musical.**

**Jesika P. Arenas Fandiño**

**Cod. 85212505**

**Corporación Universitaria Unitec**

**Escuela de Artes y Ciencias de la Comunicación**

**Especialización en Diseño de Contenidos Digitales**

**Bogotá, Distrito Capital**

**4 de Noviembre de 2021**

**Impulso, solución digital a Dj's locales y nacionales en el emprendimiento musical.**

**Jesika P. Arenas Fandiño**

**Cod. 85212505**

**Anguley Isaza**

**Director**

**Corporación Universitaria Unitec**

**Corporación Universitaria Unitec**

**Escuela de Artes y Ciencias de la Comunicación**

**Especialización en Diseño de Contenidos Digitales**

**Bogotá, Distrito Capital**

**4 de Noviembre de 2021**



## Tabla de contenido

<b>Resumen .....</b>	<b>6</b>
<b>Palabras clave .....</b>	<b>7</b>
<b>Planteamiento del problema.....</b>	<b>8</b>
<b>Justificación .....</b>	<b>9</b>
<b>Pregunta .....</b>	<b>10</b>
<b>Objetivos .....</b>	<b>11</b>
<b>Marco teórico y estado del arte.....</b>	<b>12</b>
<b>Método.....</b>	<b>22</b>
<b>Resultados o hallazgos .....</b>	<b>29</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>33</b>

### **Tabla de figuras**

Figura 1 Ciclo de vigilancia tecnológica.....	23
Figura 2 Marca Impulso .....	26
Figura 3 Diseño web desktop y móvil.....	28
Figura 4 Diseño Mail.....	29
Figura 5 Redes sociales .....	30
Figura 6 Infografía .....	31

## **Resumen**

La investigación tiene como objetivo determinar los factores principales en la falta de acceso de Dj's nacionales y locales a espacios digitales de promoción y visualización de contenido. Mediante diferentes redes sociales como Instagram, Facebook y YouTube en grupos, cuentas y canales de alta interacción se observó que los participantes de estas comunidades carecen de plataformas digitales alternas para darse a conocer y generar un mayor alcance a sus diferentes tipos de audiencias.

### **Palabras claves**

Bit, track, loops, rave, sitios web, backend, brand content, buyer persona.

## **Planteamiento del problema**

En los últimos años el género de música electrónica ha crecido de manera exponencial a nivel mundial y el país no se queda atrás, pero los Dj's colombianos atraviesan una coyuntura por la falta de promoción y visualización a nivel nacional y mundial, con una alerta de desempleo que ha venido creciendo y aumentó más a raíz de la pandemia. Adicionalmente, su exposición se hace más reducida al no tener escenarios físicos por falta de eventos y programas que sean enfocados en este género; pagos irregulares donde su salario son tarifas a criterio del pagador. Se trata de una profesión subvalorada porque no hay seriedad frente a la actividad que ejerce el Dj.

Teniendo en cuenta el contexto, se hace necesario generar espacios alternativos para el público y Dj's en Colombia que generen exposición, ingresos y reconocimiento.

## **Justificación**

Mediante esta investigación se pretende generar promoción y visualización a los Dj's nacionales y locales en Colombia, para apoyar su carrera profesional colocando a disposición una página o plataforma web donde podrán tener acceso a eventos virtuales y presenciales, audiencias efectivas que consuman el género musical y promoverlo a través de sus redes sociales.

La importancia social de este proyecto se basa en generar valores de experiencia entre audiencia y Dj, un intercambio cultural entre diferentes países generando exposición internacional, a su vez lucros y reconocimiento, mostrando el material musical que tiene la industria desde Colombia hacia el mundo.

El impacto de la reactivación económica se manifiesta y contribuye en el área del turismo, ya que muchos conciertos son realizados en las principales ciudades del país y genera mayor demanda para visitar el país.

El estándar musical crecerá en la medida en que los Dj colombianos tengan la posibilidad de promover su talento por medio de plataformas digitales logrando una exposición nacional e internacional que contribuya a su desarrollo profesional y personal.

### **Pregunta**

¿Como generar espacios interactivos digitales para promover y promocionar a Dj's Colombianos nacional e internacionalmente?

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Desarrollar una plataforma digital que permita fortalecer y consolidar la comunidad de Dj's locales y nacionales.

### **Objetivos Específicos**

- Conocer las diferentes problemáticas que presentan los Dj's Colombianos para promover su contenido musical.
- Establecer estrategias de comunicación que conecten a los Dj's con sus diferentes audiencias generando un valor experiencial.
- Diseñar una plataforma digital para promover y promocionar contenidos musicales de Dj's.



## **Marco teórico y estado del arte**

Para entender un poco más acerca de los beneficios que trae el desarrollo e implementación de plataformas digitales para la promoción y disposición de los Dj's locales y nacionales, es importante entender las bases y fundamentos de cómo funciona la industria de la música electrónica en Colombia y en el mundo, para conocer sus inicios, retos y variaciones a lo largo de la historia y conjuntamente ver la evolución de la internet, sus grandes hallazgos en comunicación y además conocer como funciona el mundo digital.

La música electrónica se hizo posible gracias a una rebelión del género Jamaicano Dub y aparte la evolución que impulsó el desarrollo del sintetizador y otros elementos sintéticos para su uso, adicional por ensayos influyentes de Europa y Estados Unidos (Molano, 2015). Con esta línea que marco el género del reggae la música electrónica tiene un punto de partida para la exploración y apropiación en el género donde evoluciona de la mano de nuevas tecnologías, posicionándose en el mundo moderno y creando así una nueva audiencia digital.

La riqueza musical está en el mundo de los sonidos que es el gran descubrimiento alimentado con la música electrónica, porque con ellos podemos hacer infinitas e ilimitadas versiones de música con una diversidad inimaginable, no solo en el género, sino también con un gran aporte a otros géneros. El pionero Russolo descubrió que por medio del arte se pudo empezar a explotar y experimentar nuevos recursos musicales y desarrollar instrumentos sintéticos y experimentales. Esta revolución musical desató que con cualquier objeto cotidiano se podría generar música de cualquier tipo, dando cabida a lo exagerado, excéntrico, poético y artístico, este aporte tan importante desdibuja los límites de la música y se convierte en un mundo moderno futurista con nuevas tendencias y experiencias musicales a nivel mundial, trazando una línea de una nueva era musical.

Este mismo autor ha afirmado: “Esta revolución de la música es paralela a la creciente proliferación de maquinaria”(Russolo, 1913).

La música electrónica también llamada la evolución del arte de los ruidos generó un cambio en la industria musical, trayendo un nuevo género creativo y con instrumentos sintéticos e innovadores. En sus inicios fue una forma de música occidental clásica que era conocida en el género como música experimental donde no se tenía propiamente instrumentos musicales si no más bien se mezclan varios sonidos orgánicos para generar una secuencia que ofrece una experiencia con performance y exploración, en 1960 la música electrónica se volvió asequible debido a que la tecnología crecía con ella y abrió campo en la industria musical. El mayor impacto científico que tuvo la música fue transportarse a medios electrónicos por medio de la grabación y reproducción de sonidos originales (Anton, 2001).

El pionero con un artefacto musical fue Édouard-Léon Scott de Martinville en 1857 quien creó el Fonógrafo, que era capaz de grabar sonidos más no reproducirlos de manera auditiva, sino transcribiéndolos en un papel por medio de la grafía. El eco de la voz era la aproximación de la reproducción de los sonidos de la voz (Bueno, 2008). En 1877 Charles Cros descubrió que con el Fonógrafo podía generar sonidos nuevos por medio de una lámina metálica y una aguja que transcribían los sonidos para modificarlos, después de diez años Emile Berliner implementa un artefacto de grabación de forma circular que reproduciría los sonidos escritos en una lámina circular.

En 1914 tuvo lugar el primer concierto que se llamó el arte de los ruidos en Milán. Este género demostró ser algo más que música... Era arte, el arte de los sonidos que permitía fusionarse con muchas más destrezas entre sí, dando una riqueza auditiva, sensorial y experimental generando performance, acompañando puestas en escena, ambientando, y además transportando los sentidos. La escena del concierto estaba acompañada por un artefacto de ruido con un motor de combustión, ya que ofrecía una gama amplia en los ruidos. En la época causó un efecto ambiguo, por el hecho de que generó desagrado y curiosidad en el público del momento por su versatilidad y falta de estructura en la época.

Aunque hoy se cataloga como un género musical, este no tiene una partitura ni notas musicales específicas. Es la mezcla de sonidos repetitivos como *loops*, que pueden contener fragmentos de composiciones, sonidos naturales, sintéticos, metálicos y terminar convirtiéndose en un *track* o canción. La producción de música electrónica como la música en general tiene un orden y estructura a la hora de componer o mezclar, en primer lugar está la creación aquí se pueden colocar voces, sonidos naturales, sintéticos o ruidos, progresiones armónicas, etc., después está el arreglo donde se organiza el contenido dándole estructura, secuencia y ritmo

que permita la armonía entre todos los recursos y por último el refinamiento que se encarga de pulir y corregir detalles que pueden desordenar la producción musical lo que permite tener la certeza observando cuidadosamente todos los elementos que están en el *track*.

En 1960, Ron Grainer junto con Delia Derbyshire crean el primer *track* de música electrónica donde utilizan la primera versión de lo que conocemos hoy como el sintetizador que en su momento se llamaba el *Minimoog* uno de los equipos de audio más revolucionarios que se han fabricado, contruidos a mano que luego le daría paso a la ingeniería lanzándolo al mercado como lo que hoy se conoce como el sintetizador. La música electrónica es representada por elementos sintéticos y electrónicos como el sintetizador y *sampleadores*, que luego son transformados por medio de un software digital que permite modificar y generar una versión moderna agradable y fusionada (Hernández, 2010).

En los años 70 Charles Wuorinen crea la primera canción completamente electrónica, gana el Premio *Pulitzer*. En ese mismo año, se empezó a implementar los sintetizadores en algunos géneros musicales como el *rock*, *punk*, disco, y la música experimental. La producción de la nueva era musical tiene el mismo proceso de aprendizaje que la música tradicional, la práctica, la teoría y el dominio de los instrumentos es el fundamento en el momento de interpretar (Wuorinen, 1964). En Estados Unidos y Europa llega una nueva ola de música, que dispara la era en donde se empieza a reforzar la imagen y la profesión de un Dj dando más alcance y visibilidad al género y a los artistas a nivel local y mundial lo que permite la interseccionalidad cultural.

En los 80 se posiciona el sintetizador como instrumento clave para el desarrollo y la ejecución de la música electrónica en el sub género *House*. A su vez surge el género *Techno* en Detroit, años después en 1985 se celebraría el primer concierto con Dj's. Nace el *MIDI* como una herramienta que se estandarizó para los Dj's que permite deformar, mezclar, ajustar y conformar los sonidos. El *MIDI* es una tecnología desarrollada con una interfaz que permite alterar lo niveles de una composición en velocidad y tono (Alvarado, 2018).

Unos de los iconos de la música electrónica como Daft Punk, Chemical Brothers o The Prodigy nacen en esta época y se consagran en el género para ser referentes al día de hoy. El año 2000 da impulso al desarrollo de productores y Dj's con reconocimiento mundial como Carl Cox, David Guetta, Armin Van Buuren o DJ Tiësto. El primer software para Dj's comercializado es el *stereo DJ mixer*, el *Bozak CMA-10-2DL*, en 1977 llega *mixer GLI PMX 7000* que permitía hacer transiciones más rápido y en 1995 se crea el formato *MP3* que transforma la música a una nueva era digital. Actualmente, se producen software

especializados en la composición y generación de música electrónica que ayudan al profesional a optimizar su labor en la elaboración y generación de sus producciones.

Desde hace más de 10 años se empezaron a promover conciertos y eventos de talla mundial, en la posición número uno está el Tomorrowland en Bélgica que dio inicio en el año 2005 con aproximadamente 100 Dj's y más de 10.000 mil personas que al día de hoy superan más de los 80.000 mil asistentes, es uno de los eventos más grandes del género en el mundo, se realiza cada año. En medio de la pandemia este gran evento se transformó a un evento 100% digital construyendo un escenario virtual y replicándolo en más de 60 artistas alrededor del mundo, generado más de un millón de visitas. El desarrollo a través de su trayectoria y la innovación del escenario cada año lo posiciona en uno de los mejores eventos a nivel mundial (Festicket Writers, 2020).

Además, desarrollaron aproximadamente hace tres años una aplicación que permite escuchar radio, lista de artistas, videos, y estando en el evento permite ver la lista de artistas que se presentan y geo localizar el lugar de estadía.

También es importante conocer el impacto del mundo digital en nuestra realidad, que hoy está atravesando una pandemia, el amplio alcance de estas y cómo crece de manera exponencial, ya que nos da la posibilidad de llegar a nichos específicos y congregarlos en una sola audiencia que ha sido descuidada por la falta de interacción y conocimiento del artista y su público.

Sonar Festival es uno de los eventos celebrados alrededor del mundo en ciudades como Barcelona, Bogotá, Ciudad de México, Nueva York, Toronto, Buenos Aires, Roma entre otros, con un promedio de más de 105.000 mil asistentes provenientes de 120 países, lo que permite generar un intercambio y enriquecimiento a nivel cultural y social, con una ramificación en géneros y diversos *performances* divididos en estaciones por algunos de los géneros más escuchados, lo que permite ver gran variedad en la puesta en escena a nivel audiovisual y multimedia. Este evento ha permitido registrar a más de 2.500 Dj's de todo el mundo. Los festivales de música electrónica se han convertido en los más comercializados en eventos en general, además sobresalen por su ubicación y por la gran asistencia de público extranjero (Gómez, 2015).

Otro de los grandes eventos es el Miami Ultra creado en 1999 por los socios Russell Faibisch y Alex Omes, que ha venido cambiando de escenario por el crecimiento de asistentes que se ha presentado que supera más de los 170.000 mil al día de hoy y con una nómina de aproximadamente de 200 Dj's, en sus inicios se realizaba el concierto un solo día, pero dada su acogida se extiende a tres días donde el público puede comprar desde un solo día hasta el

paquete por los tres días. Ultra Music también se realiza en varios países alrededor del mundo lo que permite que su acogida no se sectorice sino que se expanda y sea reconocido.

Por otro lado, Colombia aloja este género musical desde los 80 dando la entrada a un nuevo género musical que transformó no solo la concepción musical como esencia, sino que aporta valores en diferentes aspectos, como los culturales, sociales, económicos y artísticos. Con la poca indagación frente al tema se ha permitido delimitar y marcar un antes y un después en el desarrollo de la música electrónica en Colombia, dejando una huella trazada para que los demás investigadores que quieran apropiarse el tema e indagarlo desde distintos frentes aportando valores y enriqueciéndolos (Tiblle, 2014).

En Colombia los pioneros inician una aventura que hoy permite disfrutar de este género musical, que se fecunda en la Ciudad de Bogotá y se enfocan en el subgénero *House* (Revista Semana, 2020).

Desde la cultura, que aporta nuevos ritos musicales que crean una nueva congregación de una comunidad en un lugar específico, generan espacios y experiencias únicas que solo se pueden vivir a través del género; musicalmente se puede decir que llega una manera de transformar nuestros sonidos autóctonos en una versión actualizada y futurista adoptando nuestras raíces fusionadas con un entorno moderno. En una mirada psicosocial, la música electrónica en el ser humano puede llegar a bajar los niveles de cortisol, depresión, ayuda a la concentración, por las ondas *Beta*, *Alfa* y *Theta* que mantienen los niveles del cerebro estables. También podemos ver su aporte desde la diversidad de género, raza, creencias por la misma naturaleza del género, permitiendo la flexibilidad y respeto por el otro sin importar sus ideales. Este género musical permite establecer y consolidar relaciones sociales en un grupo con una jerga, comportamientos, pensamientos, y elementos específicos (Orozco, 2014).

La música electrónica llegó con un potencial innovador para el turismo colombiano, ya que muchos eventos son realizados en las principales ciudades del país. En la Sabana de Bogotá, se realiza el Festival Estéreo Picnic, el cual permite tener una experiencia no solo en el género de música electrónica sino muchos más, congregando artistas internacionales y generando experiencias en el arte en su máxima expresión. El turismo cultural permite un crecimiento en Colombia y tiene una gran posibilidad de posicionarse en Suramérica y permite promocionar la economía naranja (Restrepo et al., 2018). El Baum Festival es otro de los grandes en la capital, ya que se desarrolla con diferentes géneros y ambientes para todos los gustos, combinando variados mercados como gastronomía, productos, licores etc. Lo que permite un apoyo a la economía desde diferentes frentes. La energía que tiene este género musical hace que se desdibujen los límites, inyectándole capital al mercado, generando

alianzas y además causando curiosidad en otro público en diferentes subgéneros (la FM, 2019).

Santa Marta y Cartagena han tenido la posibilidad de tener al mejor evento de música electrónica a nivel latino América el Storyland, ofrece una experiencia totalmente turística y sensorial mostrando la biodiversidad natural de país desde el género musical, ofreciendo un plan turístico completo para conocer los lugares importantes. El Storyland le apuesta a ofrecer lo mejor del *House*, cuenta con asombrosos escenarios, tiene una duración de dos días (DNA Music, 2019).

El Freedom Festival alojado en Medellín, también enmarcado como unos de los eventos más importantes en Latinoamérica de la música electrónica, logrando mostrar más de 20 géneros y subgéneros lo que permite exponer e impulsar no solo a Dj's colombianos sino latinoamericanos, con la posibilidad de compartir el escenario con Dj's de talla mundial. Cada vez se posiciona más en el mercado, atrayendo a más audiencia internacional contribuyendo a la cultura y turismo del país.

Los eventos internacionales se digitalizan de manera ágil y eficaz por medio de aplicaciones ofreciendo una experiencia directa con el festival para impactar a comunidades a las que no han llegado y sitios web donde permite acceder a la boletería, productos, conocer el *line up*, lugar del evento y hacer transacciones de una forma segura, logrando tener más segmentada y fidelizada a la audiencia, manteniendo informado al público en tiempo real. La generación que consume este género de música, está ligada directamente con la tecnología tiene hábitos y cultura nativa digital, el género se expande cada vez más rápido lo que exige al mercado a transformarse digitalmente (Jiménez & Jiménez, 2019).

Es necesario que Colombia también apropie el concepto de transformación digital para reforzar, fidelizar y crear nuevos modelos de negocios y audiencias a las que no se ha podido llegar por la falta presencial de los eventos que contribuyen al desarrollo y la sostenibilidad del género, aportando a la economía del país y al crecimiento cultural. La música en Colombia es un gremio complejo por la barrera social y económica, pero promoviendo digitalmente por medio de una plataforma al gremio de la música electrónica se puede cerrar la brecha laboral que puede dar las herramientas de solución para diferentes sectores en el país.

A diferencia de los eventos que se realizan de talla internacional, la situación actual de los Dj's Colombianos enmarca un panorama no muy alentador para su profesión y para el gremio desde varios puntos de vista, los cuales se mencionan a continuación.

El primer aspecto es la inconsistencia en la remuneración de pagos variables e inciertos que son estipulados por los dueños de los eventos a menor escala, propietarios de bares o contratistas sin tener un estándar real y legal para los profesionales del género musical sin ningún tipo de contrato, de este modo el Dj se ve forzado a tener otra alternativa laboral para la sustentabilidad económica del mismo, dejando al arte de Dj como un *hobby* y no poder vivir de ello. Sostenerse económicamente estable de Dj puede ser probable, pero la expectativa es baja, con respecto al mercado saturado en Dj's amateurs, empíricos y profesionales frente a un escenario reducido (VICE en Español, 2018).

La falta de trayectoria influye de manera importante como en pagos, en relaciones públicas, accesos a escenarios posicionados de nivel local y nacional para llegar a audiencias específicas, por esto es necesario generar un modelo digital que permita posicionar y visualizar a cualquier Dj a nivel local, nacional y mundial de manera democrática donde se centralicen sus recursos y pueda generar ingresos y promoción con los mismos (Cope, 2016).

Otro aspecto es la reputación del género y del Dj en sí, puesto que se relaciona directamente con las drogas, descontrol, desorden, exceso de alcohol y muchas más, ya que las audiencias son jóvenes y por ende se estigmatizan en que es malo y que el género es destructor para el ser humano, pero eso varía según el receptor, si bien es cierto también se puede ver que diferentes géneros como el rock que son señalados por la misma crítica.

Colombia, como otros países es influenciado por la tendencia del reguetón que esta posicionada en la cultura latina, creando según la demanda muchos más escenarios para este tipo de música, dejando sin exposición en lugares físicos comerciales a la música electrónica la cual se ha venido reduciendo por la falta de agremiar y direccionar a la comunidad a los espacios disponibles. Además de esto no solo focalizar el género en una sola línea de ejecución sino también diversificar en diferentes áreas de desarrollo profesional.

En este punto es donde la transformación digital permite enfocar los esfuerzos en el desarrollo de una plataforma digital que permita solucionar problemáticas como ingresos, visualización y promoción de un Dj, escenarios, y canales de difusión, en cualquier etapa profesional teniendo la oportunidad de poder mostrarse al mundo y focalizar su talento en un sitio web que permita posicionarla en el mercado como el tanque de que contenga a los referentes locales, nacionales y porque no, latinoamericanos de la música electrónica.

En 1991, se desarrolla el primer sitio web que deriva lo que conocemos hoy como WWW (World Wide Web), después se da el desarrollo del HTML (HyperText Markup Language) que permite comunicar, ordenar, escribir, dibujar y enviar órdenes de carácter web. En sus inicios tener acceso a una página web, al internet era de carácter corporativo con

sistemas manejados dentro de las compañías y no era accesible para todos, era especializado su manejo. Hoy en día podemos ver que el mismo desarrollo web y la evolución del internet han permitido desdibujar barreras como tiempo y distancia, ahora todos tenemos el mismo acceso en millones de temas e información que aloja el internet por medio de los sitios web. Los inicios de la Web era en una vía unidireccional, solo se podía tener acceso a la información, después en versiones Web 2.0, 3.0, 4.0 evoluciona y da posibilidades como compartir, incluye la web semántica y comportamientos inteligentes (Latorre, 2018).

Las plataformas digitales de música, como YouTube, tiene más de 2.000 millones de usuarios registrados, es el segundo motor de búsqueda en internet más grande del mundo, su mayor número de vistas es por concepto de videos musicales pero, cada día sube más la búsqueda en tutoriales y diferentes temas relacionados. El video es uno de los formatos gráficos más vistos y compartidos, es un elemento que apoya los contenidos en redes sociales para convertirlos virales fácilmente (Baños-González et al., 2020).

En 2008 nace una plataforma que ofrece contenido musical vía *streaming* llamada Spotify. Inicialmente estuvo disponible en países europeos, que contaba con una cuenta gratuita como invitado y una cuenta paga, que permitía escuchar música sin ser descargada. En el 2009 lanzó su *app*, con esta transformación se catapultó a Estados Unidos llegando a ser competencia para *iTunes*, *Amazon Music* y *Tidal*, desarrolló estrategias de marketing donde eliminó el tiempo límite para escuchar, pero adicional incluye unas pequeñas pautas publicitarias. También, generó una alianza con lugares para tomar café como Starbucks. En 2016 deciden apostar por la experiencia del usuario permitiendo la personalización de listas, para crear, eliminar, reorganizar y compartir la música entre usuarios. Actualmente cuenta con más de 207 millones de usuarios y con disponibilidad en más de 65 países. Una búsqueda simple permite tener acceso a una infinidad de resultados sin tener en el dispositivo un formato de audio *MP3*, esto genera un cambio de experiencia de usuario (Umaschi, 2019).

Beatport, una tienda en línea llega al mercado en el 2004, con una oferta que le apuesta totalmente a la música electrónica para los Dj's permitiendo que muchos artistas potencialicen su carrera por medio de la plataforma, en 2015 incorpora escuchar música de manera gratuita, crearon los Beats Music Awards que permite calificar a los Dj's con más ventas por *track*. Una gran parte de los usuarios que utilizan la plataforma están de acuerdo con el servicio *Free* y *Premium* siempre y cuando este cumpla con la oferta de valor ofrecida. En Bogotá este servicio se utiliza de 6 a 10 horas con una licencia *Premium* (Osma et al., 2019).



Estos referentes impulsan una nueva visión para el género de música electrónica y demuestran que el mercado desde una transformación digital que aporte, segmente y tenga un espacio especializado en internet, puede posicionarlo como un sitio de música electrónica.

La mayoría de los sitios están estructurados por un desarrollo *Front End* que se encarga de diseñar, estructurar la visualización y la navegabilidad de la página web, se realiza la arquitectura de la información que permite colocar y organizar la información antes de programarla, después se empieza el diseño del *Mock up* que es un diseño de la página plano donde se da color, tipografía, logos e imágenes etc., se da inicio al desarrollo por medio de código *HTML* quien recibe la información y la estructura de la página, acompañada de los estilos *CSS* que permite una serie de estilos como: color, forma, espaciado, márgenes etc. Por último, tenemos el desarrollo *Back End* que es el encargado de diseñar cómo recoge los datos, los transforma los guarda y los clasifica según el requerimiento del sitio.

El sitio debe estar alojado en un hosting, éste se define como un espacio en internet para alojar el sitio web, imágenes, información y datos. Tiene diferentes características como espacio, nivel de seguridad, cantidad de tráfico, número de transacciones etc. Es necesario también adquirir un dominio que es un símil a la razón social, pero en internet lo que permite que ninguna otra persona o empresa tenga el nombre, esto se adquiere por una sola vez.

Por otro lado, se debe configurar, a su vez, un certificado *SSL (Secure Sockets Layer)* que permite transacciones con tarjeta de crédito, la transferencia de datos y los inicios de sesión y actualmente para proteger navegación en redes sociales. En estas configuraciones lo ideal será agregar *Google Analytics* que me permite ver cómo se comporta el usuario en el sitio, identificar cuáles son las horas, los lugares de ubicación, medir la zona calientes de la página, es decir en que parte de la página está la mayor parte de la interactividad, muestra desde cuál dispositivo se visitó el sitio. Este se inserta en el código de la página mediante un código *JavaScript*.

La experiencia de usuario debe acogerse a todo lo que es nuestro usuario, es decir que él debe sentirse reflejado en el sitio, la navegación debe entender la dinámica de como la utilizaría, responder a la necesidad de lo que se está buscando siendo clara e intuitiva, de no ser así abandonará el sitio y no dará una segunda oportunidad para enamorarlo. Teniendo en cuenta que los usuarios del siglo XXI no están dispuestos a investigar, indagar, consultar o cuestionar, entonces cualquier acto que requiera acciones similares serán frustrantes y decisivos a la hora de atraparlo, así que lo mejor será comenzar por una organización y arquitectura de la información para que solo contenga lo que realmente es necesario y beneficioso para el usuario.

Uno de los factores esenciales son redes sociales donde se ubica nuestro perfil de cliente y/o usuario por ello es tan importante tener una presencia sólida, constante y efectiva en una evolución continua y transformación, ya que día a día nacen nuevas experiencias en el mundo digital, una industria como la música deben estar de primera mano a estas tecnologías conociendo su público: qué les gusta, compran, consumen, ven, escuchan, a quién siguen y lo que sienten. La moderna generación digital nos transporta a un cambio cualitativo, con cambios en la relación social entre la marca y el usuario (Cristina del Pino, 2013).

La potencia de las redes sociales y la propagación de una buena noticia, evento de un artista se propaga de manera viral es por esto que tener una excelente comunicación del contenido es determinante, mediante la aplicación de una estrategia de *Brand Content*, la fidelidad de una comunidad en un nicho de mercado generan interacciones efectivas y relaciones a largo plazo y esto será el éxito de la marca.

El tono de la comunicación no es menos importante, saber cómo se comunica al *buyer* persona es vital, conocer sus condiciones laborales, aficiones y la manera en cómo piensa, su toma de decisiones, los lugares que visita, para lograr una audiencia consolidada se tendrá que atacar por diferentes focos que desemboquen en particularidades comunes y que genere una relación entre otros y entre la marca.

## **Método**

Esta investigación tiene como enfoque la metodología cualitativa, con un alcance descriptivo, ya que permite conocer la situación desde su ambiente real, deja conocer los aspectos más esenciales y específicos de los usuarios como sus gustos, donde se congregan, y canales de comunicación digitales utilizados en la comunidad. Con este método podemos extraer información y generar ideas para ampliar el espectro en campos laborales y promocionales. El diseño que tiene esta investigación es fenomenológico, ya que permite penetrar aspectos diferentes y comunes a los Dj's en general. La expresión de un individuo depende de la subjetividad y de la intersubjetividad con la de otros, conociendo su entorno cultural, social y demográfico. Es un acercamiento a la percepción de la realidad social (Pérez, 2002).

Para implementar dicha metodología se ejecutan las siguientes técnicas: un ciclo de vigilancia para el desarrollo de una observación efectiva, seguido de una revisión documental y por último una observación participante que permitirá ejecutar su desarrollo y los procesos de esta investigación.

<sup>1</sup>Figura 1 Ciclo de vigilancia tecnológica



A través de la revisión documental se pueden analizar los siguientes factores: Primero por medio de *Big Data* analizar el comportamiento de millones de usuarios, logrando detectar como los usuarios quieren ver las cosas, en qué tiempo, cuando es invasivo y que esperan de un producto. Según lo planteado previamente, «el Big Data o datos masivos, es un término que hace referencia al almacenamiento de grandes cantidades de datos y a los procedimientos usados para encontrar patrones repetitivos dentro de esos datos» (Blázquez, 2017).

En segunda instancia la psicología del consumidor es parte fundamental a la hora de analizar los comportamientos intelectuales, cognitivos y emocionales, se encarga de entender, leer, transformar, reaccionar a los estímulos del consumidor y encontrar patrones que describen a un consumidor y una comunidad específica entendiendo lo que quieren.

<sup>1</sup> Se determina un ciclo de vigilancia tecnología para determinar las acciones organizadas y clave que se debe llevar a cabo determinando los aspectos y recursos importantes que nos permitan conocer al nicho de mercado. Se determina que este sistema es efectivo a la hora de tomar decisiones, mejora la calidad de información. (Alzate, 2012)

Autores como Maslow han afirmado:

(...) Que la mayor parte de los sistemas psicológicos se limitan a estudiar la motivación de la deficiencia, es decir, se concentran en las conductas cuyo cometido es satisfacer necesidades no colmadas o frustradas. (Maslow, 1968)

Por medio de la observación se pueden conocer datos culturales, sociales y demográficos de nuestro nicho mercado.

Autores como Eleder han afirmado:

Totalmente participante: El investigador es un miembro más de la comunidad que estudia. Esto puede ocurrir porque el investigador está siendo un miembro del grupo y decida realizar en él o bien porque para poder realizar la investigación se incluye en el grupo como un miembro más (Aguiar, 2015).

Se ejecuta una investigación de mercado indagando con las personas que necesitan este tipo de servicio y la significancia que tiene dar a conocer su trabajo por medio de una plataforma digital que permita la promoción y visualización de los mismos.

El perfil del público objetivo son individuos entre 18 y 40 años de nacionalidad Colombiana, con estudios o carreras de Dj's, viajero frecuente, sociable, personalidad espontánea, diversidad de género, que asisten a festivales de música electrónica constantemente como asistentes y Dj invitado, tienen una carrera o actividad profesional alterna, nivel socioeconómico medio alto, le gustan los animales, ambiente de fiesta, vida nocturna.

Las fuentes de información son grupos y cuentas en redes sociales como, Instagram, Facebook, canales en YouTube, páginas web de música electrónica. Estas son fuente de alto contenido interacción, ya que allí se congrega la comunidad y perfil de estudio. Por medio de estos canales de comunicación e interacción digital se puede evidenciar, cómo se comportan, cuáles son sus hábitos, gustos e intereses, los dolores y necesidades entre otros.

Se seleccionaron este tipo de canales digitales como proveedor de datos, las redes sociales YouTube, Instagram, Facebook y no LinkedIn, Twitter, TikTok dado que en *engagement* es más alto con respecto a las otras según el mercado objetivo. También se determinó la selección analizando las redes sociales con base a eventos y páginas web del gremio. Entendiendo que en la asistencia a los eventos de música electrónica la presencia es por parte de Dj's como de público en general, se tomó como referencia los eventos más importantes del país, para indagar de donde se puede extraer la información por medio de las redes sociales.

La técnica de la observación permite obtener información de datos socioculturales, pensamientos de acerca de problemáticas y temas en general, *likes* y *dislike*, obteniendo datos relevantes. Dentro de estos grupos en redes sociales se aplica un método de búsqueda, donde se encuentran Dj's amateur, profesionales y público en general, en los que podemos evidenciar en sus redes con el que se vincula al nicho y permite ver los niveles de recurrencia y pertenencia. La investigación observada en redes sociales con personas que están relacionadas con la música electrónica, por medios de preguntas que se realizaron a grupos estratégicos vinculados, se pueden obtener algunas respuestas que permitieron observar, el ámbito laboral, su vida cotidiana, y si es importante el desarrollo como Dj profesional.

Se ingresa a la red social de los eventos importantes, se toman usuarios y grupos de las mismas determinando su nivel de *engagement*, interactividad y recurrencia, se toman los post de mayor interactividad, como número de comentarios, *likes*, reposteo y compartido, También observando en YouTube los videos de eventos, sus comentarios afirmativos, negativos y perfiles. En este ejercicio se puede evidenciar datos y patrones repetitivos que las personas dejan en redes como los *likes*, comentarios y seguidores.

Se toman los usuarios con mayor interactividad se decide seguir y ver sus perfiles y por medio de las herramientas de las redes sociales observar las cuentas seguidas, sus comportamientos sociales y familiares, número de amigos, y las publicaciones relacionadas con música electrónica. Por cada usuario el tiempo estimado para realizar el análisis fue de 20 minutos y en total se realizaron 20 aproximadamente seis horas en total. Se desarrolla la investigación por este camino debido a que las redes nos brindan una gran fuente de información a la que tradicionalmente no se podría tener acceso tan rápido y en tan poco tiempo.

En la actualidad las redes sociales nos conocen más de lo que nosotros mismos nos conocemos, ya que en cada interacción que se hace en una red social se deja una huella de lo que le gusta, piensa y siente, de lo que está a favor o en contra el usuario. También, estos canales digitales permiten ver en tiempo real lo que los usuarios están pensando, haciendo y diciendo. Hoy en día la *Big Data* genera una fuente de información tan eficaz y verídica como es el caso de Facebook con más 2.740 millones de usuarios activos en un mes, Instagram 1.221 millones de usuarios activos en un mes, YouTube tiene más de 2 mil millones de usuarios activos mensuales.

El *naming* del proyecto es IMPULSO se concibe desde la necesidad inicial; la falta de oportunidades y apalancamiento hacia los Dj's colombianos. Este refleja la promesa hacia nuestro nicho de mercado que se enfoca en ser un canal y herramienta digital que potencialice

todo su talento y lo muestre de una manera efectiva, además se pretende ser claro, conciso y de fácil recordación para nuestros Dj's como para el público en general.

Impulso define fuerza, motivación pasión por hacer algo, la constancia y el crecimiento al realizar una acción, es una palabra emocional y visceral que lleva en sí adrenalina, por estos conceptos esta palabra define todo lo que pretende el proyecto. Desde el diseño se pretende ofrecer en el logo estabilidad y versatilidad seleccionando una tipografía robusta que ofrezca seguridad y profesionalismo. Por medio de un icono de disco pretendemos distinguir y reconocer el gremio.

La gama de colores se seleccionó analizando los tonos predominantes en los conciertos y en las cuentas y grupos de nuestro nicho de mercado que ofrece como color base es azul oscuro que permite evocar la noche y los lugares donde normalmente el género se ejecuta y nuestro público tiene presencia, acompañado de colores muy vibrantes llamativos que hacen similitud a las luces, los escenarios y los elementos que acompañan las puestas en escena.

Figura 2 Marca Impulso



**Gotham-Bold**  
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**

Gotham-Book  
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

Gotham-Light  
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

El modelo de negocio se estructura de la siguiente manera: usuarios activos (On) son Dj's locales y nacionales que se registran en la página de manera gratuita, creando un perfil de usuario, en este perfil podrán clasificar sus contenidos como Premium (descarga paga) y Free (descarga gratuita), también tiene la posibilidad de ser contratado para un concierto o un evento etc., este contrato es entre Impulso y el contratante, el Dj's será pagado con un porcentaje pactado con Impulso, este usuario es calificado por *likes* de los usuarios (Off) lo que los posicionará en una tabla (Top List) y les permitirá según la posición ganar más dinero por cada recurso. La plataforma cuenta con usuarios pasivos (Off) que son aquellos que compran recursos por medio de planes de pago único, mensual, anual y descargas gratis, estos podrán calificar los recursos de cada uno de los usuarios (On). Otra línea de negocio son los eventos que funcionan como pauta de promotores externos en la página web para promocionar y vender la boletería, la plataforma cuenta con eventos propios digitales gratis y con pago al acceso online, estos eventos son muestras de los mejores Dj's en él (Top List). Por último tenemos la pautas de sponsors en nuestros eventos digitales que permite tener dentro del evento una pauta donde estará expuesta la marca.

La estructura del sitio está distribuida en mayor parte para que el usuario pasivo (Off) tenga acceso a conocer a los Dj's, su trabajo, comprar y descargar sus recursos, conocer que hace y como está estructurado el sitio y un registro para el gremio de los Dj's que permitirá crear un perfil y colocar los contenidos.

La experiencia de los usuarios debe tener un soporte tecnológico con servidores que almacenen toda la información musical en la nube. Se debe contemplar un hosting y un certificado que brinde garantías para los usuarios al momento de hacer transacciones y compras online. El servicio al cliente lo proporcionará directamente Impulso generando solidez y constitución empresarial como respaldo a todos los diferentes procesos de negociación que se llevan a cabo por medio del sitio web. Otro de nuestros factores importantes es la *gamificación* que permite premiar a los Dj's por la calidad y la venta de sus recursos, que los posiciona en un Top List dando una recompensa en un incremento en el porcentaje de ganancia de sus recursos.



Figura 3 Diseño web desktop y móvil



Ver página web en: <https://dreamsline7.com/IMPULSO/>

(Si no puede visualizar el sitio por favor abrir la url en una ventana incógnita en el navegador)

La estrategia de comunicación tiene como punto de partida el desarrollo digital en su totalidad, iniciando con una estrategia de posicionamiento *SEO* que permita posicionar en los motores de búsqueda de manera orgánica el sitio web y una estrategia en pauta que se ejecutara el YouTube con re marketing en Facebook e Instagram, con nuestras bases de datos utilizaremos el e-mail marketing que permitirá mantener la marca en la mente del consumidor y acercarnos con nuevas tendencias, Dj's y eventos. Se constituirán comunidades orgánicas en redes con una estrategia de contenidos en Instagram y Facebook, con un marketing conversacional, la intención será lograr que los usuarios comenten, compartan y se vuelvan parte de la marca.

Figura 4 Diseño Mail



Figura 5 Redes sociales

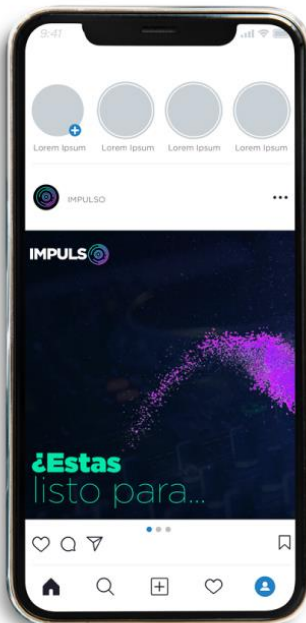


Figura 6 Infografía



## **Resultados o hallazgos**

Esta investigación mostró que es necesario el desarrollo de una transformación digital por medio de una plataforma que permita el acceso a Dj's locales, nacionales y posiblemente internacionales, para promocionar sus contenidos musicales dando promoción y visualización con sus audiencias e incursionar en nuevos mercados, logrando así una integración de los músicos del resto del mundo con Latinoamérica.

Se fortalece la economía del gremio generando espacios de intercambio y generación de contenidos entre la comunidad de Dj's, ofreciendo pasarela de pago segura que permita la confiabilidad y la certeza de las transacciones a los usuarios, permitiendo que los Dj's pueda alojar los contenidos musicales en nuestra plataforma y venderlos. A través del poder de la audiencia proporcionar un consumo y visualización eficaz.

Impulsa el mercado en la medida en que tengan mayor crecimiento consolidando contenidos de calidad que fortalezca el conocimiento de la música electrónica en el país.

Esta investigación permite aportar y consolidar el género de música electrónica generando nuestras propuestas investigativas desde diferentes frentes como económicos, sociales y culturales.

Se ejecuta el diseño y desarrolla de la cumpliendo con los criterios de los usuarios como parámetro principal teniendo el color, la tipografía y el estilo de la misma, observados en nuestros usuarios. La relación visual de la marca debe responder a comportamientos asociativos con el género de música electrónica, que sea vinculada a espacios o eventos que genero ofrece.

Dada la investigación se pudo determinar que los usuarios navegan frecuentemente desde sus computadores portátiles, de escritorio y en dispositivos móviles, lo que hace necesario desarrollar un sitio completamente responsivo y adaptable para cualquier tipo de pantalla.

## Conclusiones

El país está atravesando por una situación económica fuerte, y este tipo de gremios están desprotegidos sin garantías ni opciones laborales estandarizadas desde hace mucho tiempo como el mercado de la música en general, esto genera un gran reto que permite aportar y crear nuevas oportunidades digitales que complementen y fortalezcan la comunidad y el gremio. Es importante diseñar estrategias de comunicación efectivas y estructuradas que logren impactar al mercado generando comunidades sólidas, estables y verdaderas.

Una vez analizados los datos de la observación logramos entender los comportamientos como su vida social, su asistencia recurrente a eventos y festivales, las necesidades como la falta de espacios físicos y digitales de promoción y visualización y los retos que asume nuestro público objetivo, para permanecer activos en la música electrónica.

La importancia que una página web sea creada como insumo para visualizar el trabajo de los Dj's nacionales y locales, encontrando que no hay sitios de este estilo ni para este segmento del mercado, donde puedan promover y mostrar su trabajo.

Fue pertinente el desarrollo de una página web que sea adaptable en diferentes dispositivos y que responda a las necesidades, logrando conectar visual y emocionalmente con nuestros usuarios, transmitiendo un concepto de apoyo desde la idea del mismo nombre.

Inicialmente fue concebido como una exploración, pero a lo largo del desarrollo muestra la factibilidad y la importancia en llegar a una ejecución en un ambiente real, que pueda validar todos los hallazgos, posiblemente este estado enfrentará nuevos retos que permitirá la evolución y la escena en el mercado en la música a nivel nacional y Latinoamérica.

## Referencias

- Alvarado, B. (2018). “*DISEÑO Y DESARROLLO DE UN PROTOTIPO PARA INTEGRACIÓN DE TECNOLOGÍA DE TRACKING 3D CON TECNOLOGÍA MIDI.*”  
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/15838/Disertaci%20Bryan%20Alvarado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Anton, S. (2001). *La música electrónica. Huellas, Búsqueda En Artes y Diseño, 1*, 86–89.
- Baños-González, M., Tiralaso, H. C., & Fernández, M. R. (2020). The broadcast of the music video on YouTube. Analysis of the viral capacity of the video clip. *Revista Latina de Comunicacion Social*, 2020(77), 117–141. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1452>.
- Bueno, G. (2008, April). *Descubrimientos materiales y descubrimientos formales a la luz del fonógrafo*. <https://www.nodulo.org/ec/2008/n074p02.htm>.
- Cristina del Pino, R. R. (2013). *EVALUACIÓN Y EFICACIA DEL BRANDED CONTENT: UN ESTUDIO EMPÍRICO.*  
<https://raco.cat/index.php/questionespublicitarias/article/view/v18-del-pino>.
- Cope, C. (2016). *¿Cuánto gana un Dj en Colombia?*.  
<https://www.vice.com/es/article/ezwgan/cuanto-gana-un-dj-en-colombia>.
- DNA Music. (2019). *Conoce los eventos de electrónica en nuestro país.*  
<https://www.dnamusic.edu.co/conoce-los-eventos-de-electronica-en-nuestro-pais/>
- Festicket Writers. (2020, May 12). *Tomorrowland MainStage de 2005 a hoy en día: su historia en imágenes.* <https://www.festicket.com/es/magazine/features/tomorrowland-mainstage-2005-now-history-pictures/>.

Gómez, A. (2015). *La gestión, organización y producción de eventos culturales. Un estudio de caso: Festival Sónar: Music, Creativity & Technology (1994-2013)*.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=47154>.

Hernández, D. (2010). *Producción de Magazín Radial de Música Electrónica Popular*.  
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/5405/tesis407.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Jiménez, D., & Jiménez, L. (2019). *Bogotá BPM. Un documental sobre la música electrónica y su contexto en Bogotá*.  
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/46538/TG%20-%20Jime%cc%81nez%20Leo%cc%81n%2c%20Jime%cc%81nez%20Pesca%2c%20Dani%2c%20Leonardo.pdf?sequence=2&isAllowed=y>.

la FM. (2019). *Las nuevas miradas de la música electrónica en Bogotá*.  
<https://www.lafm.com.co/entretenimiento/la-nueva-mirada-de-la-musica-electronica-en-bogota>

Latorre, M. (2018). *HISTORIA DE LAS WEB, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0*.  
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/59947315/74\\_Historia\\_de\\_la\\_Web20190706-123188-141xd95-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1639100634&Signature=CrR68LfLOM6004xqXY5pl45GCJohbJB3Cu2EJCHmNlxv5Rbr4L6xvFyWuWirDS2sGqRelmDPSkHBJ7-C1ipffRQYuu1IvlZoT5tCmsWBGRe15PyW1L3232xGfU42GopUTcC8uXT0Ugy1zJtKsZu6RatM35LLMP4K0HeQfdgO490OADa3mfq9nr-qmxapzam7MuVFJFIUr0PHu113igpKGBv84kr3IK6H-gvCZ4nJivp0c4A33TvvYou2PKx59-v9EI9kBlSnmyYUNlt6Qs4LgAsFyTIY-sGbTJu64e4qC~yGzupjI~Tn56e-zU9dRtOxfXEjwRw4zmaLDzvv1eEl4g\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/59947315/74_Historia_de_la_Web20190706-123188-141xd95-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1639100634&Signature=CrR68LfLOM6004xqXY5pl45GCJohbJB3Cu2EJCHmNlxv5Rbr4L6xvFyWuWirDS2sGqRelmDPSkHBJ7-C1ipffRQYuu1IvlZoT5tCmsWBGRe15PyW1L3232xGfU42GopUTcC8uXT0Ugy1zJtKsZu6RatM35LLMP4K0HeQfdgO490OADa3mfq9nr-qmxapzam7MuVFJFIUr0PHu113igpKGBv84kr3IK6H-gvCZ4nJivp0c4A33TvvYou2PKx59-v9EI9kBlSnmyYUNlt6Qs4LgAsFyTIY-sGbTJu64e4qC~yGzupjI~Tn56e-zU9dRtOxfXEjwRw4zmaLDzvv1eEl4g__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA).

Molano, C. (2015). *HISTORIA DEL DJ Y LA MÚSICA DANCE: TECHNO, HOUSE Y DRUM AND BASS. INTRODUCCION A LA HISTORIA DE ESTA MÚSICA EN COLOMBIA*.



<https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/3518/MolanoVegaCamilo2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Maslow, A. (1968). *Abraham Maslow y la psicología transpersonal*.  
<https://docplayer.es/11942928-Capitulo-14-abraham-maslow-y-la-psicologia-transpersonal.html>

Orozco, R. V. (2014). *CULTURA MUSICAL ELECTRÓNICA DE MEDELLÍN: GÉNEROS MUSICALES, ESPACIOS Y TIEMPOS, IDENTIDAD Y EXCLUSIÓN*.  
[https://bibliotecadigital.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/14375/4/VeraRodolfo\\_2014\\_CulturaMusicalElectronica.pdf](https://bibliotecadigital.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/14375/4/VeraRodolfo_2014_CulturaMusicalElectronica.pdf)

Osma, J. C., Suárez, N., & Ayala, O. (2019). *Caracterización de la demanda de música en plataformas digitales en Bogotá*. In *1er Encuentro Intersistitucional de Semilleros de Investigación (Vol. 1, pp. 1–21)*.  
<https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/11952>.

Pino, C. D. (2013). *Evaluación y eficacia del branded content: un estudio empírico*. UNIVERSIDAD DE SAN JORGE ,ZARAGOZA, España.  
<https://raco.cat/index.php/questionespublicitarias/article/view/v18-del-pino>.

Restrepo, J. M., Franky, J. P., Fajardo, K., & Zuluaga, S. (2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 Turismo: El propósito que nos une*.  
<https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>.

Revista Semana. (2020). *La música electrónica lucha por sobrevivir en tiempos de coronavirus a través del streaming*. <https://www.semana.com/cultura/articulo/la-musica-electronica-lucha-por-sobrevivir-en-tiempos-de-coronavirus-a-traves-del-streaming/657777/>.

Russolo, L. (1913). *The Art of Noise*.  
[http://www.o-p-o.cz/links/Russolo,Luigi%20\\_The\\_Art\\_Of\\_Noise\\_EN.pdf](http://www.o-p-o.cz/links/Russolo,Luigi%20_The_Art_Of_Noise_EN.pdf).

Tibble, C. (2014). *Los hijos del “beat.”*

<https://www.semana.com/impresamusica/articulo/inicios-musica-electronica-colombia/38944/>.

Umaschi, S. (2019). *La transición digital en la industria de la música: Caso Spotify.*

<https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16735/1/%5bP%5d%5bW%5d%20T.G.%20Cont.%20Umaschi%2c%20Sebasti%c3%a1n%20Ariel.pdf>.

VICE en Español. (2018). *FREDOOM: Libertad electrónica masiva en Medellín.*

<https://www.vice.com/es/article/vby9d8/freedom-libertad-electronica-masiva-en-medellin>.

Wuorinen, C. (1964). *Notes on the Performance of Contemporary Music (Vol. 3, Issue 1).*

Autumn-Winter. <https://www.jstor.org/stable/832233>

Por intermedio del presente documento en mi calidad de autor o titular de los derechos de propiedad intelectual de la obra que adjunto, titulada **Impulso, solución digital a Dj's locales y nacionales en el emprendimiento musical**, autorizo a la Corporación universitaria Unitec para que utilice en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) que me corresponden como creador o titular de la obra objeto del presente documento.

La presente autorización se da sin restricción de tiempo, ni territorio y de manera gratuita. Entiendo que puedo solicitar a la Corporación universitaria Unitec retirar mi obra en cualquier momento tanto de los repositorios como del catálogo si así lo decido.

La presente autorización se otorga de manera no exclusiva, y la misma no implica transferencia de mis derechos patrimoniales en favor de la Corporación universitaria Unitec, por lo que podré utilizar y explotar la obra de la manera que mejor considere. La presente autorización no implica la cesión de los derechos morales y la Corporación universitaria Unitec los reconocerá y velará por el respeto a los mismos.

La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato electrónico, y en general para cualquier formato conocido o por conocer. Manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y la realicé sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es de mi exclusiva autoría o tengo la titularidad sobre la misma. En caso de presentarse cualquier reclamación o por acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión asumiré toda la responsabilidad, y saldré en defensa de los derechos aquí autorizados para todos los efectos la Corporación universitaria Unitec actúa como un tercero de buena fe. La sesión otorgada se ajusta a lo que establece la ley 23 de 1982.

Para constancia de lo expresado anteriormente firmo, como aparece a continuación.

Firma



---

Nombre Jesika Paola Arenas Fandiño  
CC. 1.016.053.757