

Formato de Presentación Working Paper

Título

Dragin, desarrollo de marcas personales para el reconocimiento laboral de los artistas Drag

Autores

- Nicol Juliana Puerta Suárez

<https://orcid.org/0009-0000-4348-4357>

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002196029

- Juan Sebastián León Escobar

<https://orcid.org/0009-0001-1573-3990>

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002196250

- Karen Valeria Girón Covaleda

<https://orcid.org/0009-0005-9379-697X>

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002196267

Resumen

El proyecto busca formalizar el trabajo de los artistas Drag mediante la creación de marcas personales sólidas y la implementación de una plataforma en línea, abordando la falta de reconocimiento y valoración de su labor, al promover la diversidad, inclusión y empoderamiento económico, busca superar barreras sociales y crear un entorno laboral más justo, pues proporciona a los artistas herramientas para destacarse en un mercado competitivo y acceder a oportunidades equitativas. El manual de marca les ayuda a construir carreras exitosas, mientras que la plataforma les permite exhibir su trabajo, conectar con su audiencia y acceder a oportunidades profesionales, esto contribuye al crecimiento y reconocimiento de la comunidad Drag, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente el N° 8 sobre empleo decente y crecimiento económico, al ofrecer oportunidades equitativas para todos.

Palabras clave

Drag queen, marca personal, promoción laboral, visibilidad e inclusión

Abstract

The project seeks to formalize the work of Drag artists through the creation of strong personal brands and the implementation of an online platform, addressing the lack of recognition and appreciation of their work, by promoting diversity, inclusion and economic empowerment, it seeks to overcome social barriers and create a fairer work environment, as it provides artists with tools to stand out in a competitive market and access equitable opportunities. The brand manual helps them build successful careers, while the platform allows them to showcase their work, connect with their audience and access professional opportunities, this contributes to the growth and recognition of the Drag community, aligning with the Sustainable Development Goals, especially No. 8 on decent employment and economic growth, by providing equitable opportunities for all.

Keywords

Drag queen, personal branding, career development, visibility and inclusion.

Introducción

Las Drag Queens enfrentan la falta de formalización de su trabajo en la industria del entretenimiento, lo que limita su crecimiento profesional y artístico, la carencia de una identidad personal sólida y una plataforma adecuada para exhibir su arte agrava esta situación, se propone desarrollar una guía de producto integral (manual de marca) que establezca los fundamentos del branding personal, junto con el desarrollo de una plataforma digital, con el fin de fortalecer y capacitar a los artistas de la comunidad Drag, fomentar su presencia en el ámbito laboral como cultural, pues este proyecto surge de la necesidad de ofrecer una solución integral y personalizada a la comunidad Drag. Esta metodología mixta, se enfoca en comprender las necesidades de la comunidad Drag, investigar el mercado, desarrollar los productos y forjar alianzas estratégicas para una mejor promoción del proyecto, con la finalidad de empoderar a las Drag Queens, promover su presencia en la industria del entretenimiento, y avanzar hacia una sociedad más inclusiva y diversa. Es de esta manera que, los resultados esperados incluyen una guía de producto completa y una plataforma funcional que contribuyan a mejorar sus oportunidades laborales y su reconocimiento artístico, generando un impacto positivo.

Estado del arte.

La denominación Drag es la referencia del acrónimo “dressed as a girl” (vestido como mujer), el Drag es una forma de expresión artística y cultural que implica la representación exagerada de los roles de género, a menudo a través del uso de vestuario, maquillaje y actuaciones teatrales (Rupp, 2010). Las Drag Queens, en particular, son artistas que se presentan con una identidad femenina exagerada, desafiando las nociones tradicionales de género y explorando la fluidez y la diversidad de la expresión de género. En el mundo del Drag, cada personaje es una obra de arte en sí misma, una manifestación única de creatividad y libertad.” (RuPaul, s.f.) las Drag Queens han sido parte integral de la cultura LGBTQ+ durante décadas, sirviendo como símbolos de empoderamiento, resistencia y celebración de la diversidad (Halberstam, 1998). A través de sus actuaciones, las Drag Queens cuestionan y subvierten las normas sociales, al tiempo que crean espacios seguros y afirmativos para la comunidad (Rupp y Taylor, 2004).

Sin embargo, a pesar de su importancia cultural, el trabajo de las Drag Queens a menudo ha sido infravalorado y marginado, enfrentándose a desafíos sociales y económicos (Schacht y Underwood, 2004), es en este contexto que surge el presente proyecto, con el objetivo de abordar estos problemas y promover el reconocimiento y la valoración del trabajo de los artistas Drag, “la lucha drag anhela el reconocimiento así mismo, no como hombres o mujeres, sino como cuerpos hablantes” (Preciado, P, 2000). En el contexto de los artistas Drag, el branding personal puede ser una herramienta poderosa para posicionarse en el mercado laboral, ya que les permite ser reconocidos como artistas profesionales tanto por los agentes del mercado del arte como por el público en general. Al desarrollar marcas personales sólidas y distintivas, los artistas Drag pueden diferenciarse, aumentar su visibilidad y acceder a oportunidades profesionales de manera más equitativa, contribuyendo así a su reconocimiento y valoración en la industria del entretenimiento y la cultura (Bermúdez, 2023), es así como desde el Diseño Gráfico se une para lograr un alcance en relación al papel social y lo que se aporta, al desarrollar una marca personal, los artistas Drag pueden posicionarse como profesionales reconocidos dentro de la industria del entretenimiento y la cultura, esto contribuye a la valoración y el respeto de su trabajo, que ha sido históricamente desafiado (Halberstam, 1998; Rupp y Taylor, 2003), se analizaron estudios como el artículo “Drag Queen, su creatividad e innovación como activos intangibles” donde discute la importancia del branding y la propiedad intelectual para este colectivo artístico, analiza la aplicación del branding personal como herramienta para que se diferencien y destaquen en su campo.

Es por esto que, la metodología a implementar sería una combinación de enfoques cualitativos y cuantitativos, que permitirá obtener una visión integral del problema y las necesidades de la comunidad Drag, este enfoque se centraría en promover la diversidad, la inclusión y el empoderamiento económico y laboral dentro de la comunidad Drag, con el objetivo de superar las barreras sociales y contribuir al desarrollo de un entorno laboral más justo y receptivo para todos los artistas lo que contribuiría al crecimiento y reconocimiento de la comunidad Drag. En línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el enfoque del proyecto estaría orientado a promover el empleo decente y el crecimiento económico al ofrecer oportunidades equitativas para todos los artistas Drag, reconociendo y valorando su trabajo como una forma legítima y respetada de arte, y destacando su contribución a la cultura y el entretenimiento.

Objetivos

Desarrollar una guía de producto (manual de marca) que establezca los fundamentos del branding personal, junto con el desarrollo de una plataforma digital, con el fin de fortalecer y capacitar a los artistas de la comunidad Drag, fomentando su presencia en el ámbito laboral como cultural, para destacar en la industria del entretenimiento

Objetivos específicos: Incorporar ideas y perspectivas de artistas del Drag para el desarrollo de la guía de producto, asegurando su adaptabilidad. Y, crear material didáctico complementario, como tutoriales y ejemplos prácticos, para facilitar la comprensión y aplicación de los conceptos de branding personal por parte de los artistas Drag.

Metodología.

Metodología mixta que implementa inicialmente, la definición del problema y objetivos, se analiza las necesidades de la comunidad Drag y se establecen objetivos claros, Investigación cualitativa a través de entrevistas en profundidad, esto permitirá analizar en detalle las necesidades, desafíos y oportunidades que enfrentan los artistas Drag, posterior al desarrollo de la guía de producto y material complementario, desde el diseño de la estructura y contenido de la guía, diseño y desarrollo de la plataforma digital y desarrollar su funcionalidad. Continuando con pruebas de usabilidad y correcciones exhaustivas y ajustes basados en la retroalimentación de los usuarios, seguido de la planificar una estrategia de lanzamiento y generar contenido promocional, para de esta manera, establecer alianzas estratégicas con empresas y organizaciones para así poder identificar y negociar acuerdos de colaboración con empresas afines, finalizando con la evaluación de resultados y ajustes finales con métricas clave y realizando ajustes basados en los resultados obtenidos.

Resultados

Se entregará una guía de marca para que los artistas Drag creen marcas distintivas, junto con una plataforma en línea para exhibir su trabajo, conectar con audiencias y acceder a oportunidades profesionales. Esto promoverá el reconocimiento y la profesionalización de los artistas, mejorando sus oportunidades laborales y fomentando la aceptación de la diversidad en la sociedad.

Referencias Bibliográficas

- Ávila Rodríguez, M, Ramírez Zamora, L y Poveda Hernández, S. (2020). Treparse más que el arte: Construcción identitaria de personas transformistas desde las narrativas y su noción de corporeidad. Universidad Santo Tomás.
- Bermúdez, A. (2023, 28 octubre). La marca personal de los artistas visuales como estrategia de Marketing. Marketing Para Artistas.
- Cabrera Pineda, A. (2023). Performance político como resistencia: Experiencias locales de drags en Bogotá. Universidad Santo Tomás.
- Falon Montoya, E, Medina López, L y Niño Vaquiro, K. (2023). Aspectos Psicológicos que se Movilizan en el Actor y en el Personaje del Arte Drag y su Relación con la Deconstrucción de la Identidad de Género Binaria. Universidad Santo Tomás.
- Hernández, J. (2020) El reto de la cuarta revolución industrial en Colombia: Datos, Diseño y Artes. Colombia, 4, 153
- Hernández Contreras, Jeice Dayanna. "La transversalidad del color." IV Congreso Internacional de investigación en artes visuales: ANIAV 2019 Imagen [N] visible. Editorial Universitat Politècnica de València, 2019.

- Hernández, J. (2023). El color como elemento sémico y narrativo de características políticas y socioculturales en la ilustración de cuentos clásicos. *cultura latinoamericana*, 1(37), 194–207. recuperado a partir de <https://editorial.ucatolica.edu.co/index.php/revclat/article/view/544>
- Hernández, J. (2023). Características graficas del color en la elaboración de propuestas creativas. Universidad Santo Tomás <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/50955>
- Halberstam, J. (1998). *Female masculinity*.
- Preciado, Paul B. (2000). *Manifiesto Contra- Sexual, Prácticas subversivas de identidad sexual*.
- Taylor, V. y Rupp, L.J. (2004). *Chicks with Dicks, Men in Dresses. What It Means to Be a Drag Queen*. *Journal of Homosexuality*.