

FIND, herramienta tecnológica para el desarrollo de proyectos artísticos¹

Autores: Andrés Escobar², Paula Barrios³, Esteban Silva⁴, Camila Lugo⁵

Resumen

El siguiente artículo consta de una propuesta que aborda el tema del arte y la tecnología en la ciudad de Ibagué; sabiendo que las producciones artísticas se ven afectadas por la falta de medios tecnológicos para agilizar los procesos de producción en dicha ciudad, el desarrollo web junto a las aplicaciones móviles, podrán ahorrar tiempo y dinero encontrando Locaciones, Utilería, Artistas y Equipos Fotográficos en una misma plataforma. Teniendo en cuenta la metodología de investigación exploratoria usada para dar soluciones de necesidades específicas a partir del diseño gráfico y la comunicación, se darán resultados gracias a la segmentación específica, se puede dar una conclusión de la necesidad y la falta de una plataforma en la cual se puedan encontrar características claras para el desarrollo de una producción audiovisual.

Palabras Clave

Planteamiento, Audiovisual, Plataforma, Aplicaciones, Investigación

¹Trabajo de grado para optar por el título de Tecnólogo en Expresión Gráfica y Publicaciones, y Tecnólogo en gestión de la comunicación en medios y organizaciones

²Juan Andrés Escobar Peña, estudiante de diseño gráfico, Universidad CUN juan.escobar@cun.edu.co.

³William Esteban Silva Clavijo, estudiante de diseño gráfico, Universidad CUN william.silvac@cun.edu.co.

⁴Paula Natalia Barrios Romero, estudiante de comunicación social, Universidad CUN paula.barriosr@cun.edu.co.

⁵Maria Camila Lugo Bermudez, estudiante de comunicación social, Universidad CUN maria.lugo@cun.edu.co.

Introducción

En la actualidad, vemos que a la hora de producir contenidos artísticos, se hace difícil el hecho de conseguir equipos a un valor ajustable, usualmente para encontrar locaciones, utilería, actores, equipos y demás (implementos los cuales hacen parte de una producción artística) recurrimos al scouting o voz a voz. Esto demanda tiempo y dinero para los encargados de dichas tareas de producción, lo cual resulta en un proceso más lento y costoso. De este planteamiento, surge la inquietud de ¿Cómo facilitamos la búsqueda de recursos artísticos para la realización de una producción, desde las nuevas tecnologías?

En este nuevo mundo donde todo se realiza por medios tecnológicos, utilizando celulares, computadoras, tablets, entre otros, podemos implementar el uso de un aplicativo donde se pueda encontrar los medios artísticos que las personas necesitan para sus producciones, ya que, algunas personas dicen que es más fácil encontrar lo que necesitas utilizando tu teléfono, que buscándolo por cuenta propia.

Pese a que es recurrente el uso de estas herramientas tecnológicas, en el área de producciones artísticas, son escasos los recursos que facilitan el proceso de estas actividades. Se toma como ejemplo la sección de “Locaciones” de la página web de la Comisión Fílmica de Medellín, donde intentan dar una solución a dicha problemática, sin embargo, esta es limitada en los elementos de búsqueda para recursos, ya que solo visibiliza las locaciones que podrían utilizarse para estas producciones artísticas, ignorando elementos como utilería, actores, entre otros.

En Colombia, el método de búsqueda para productores u organizadores, se ha realizado en los últimos años de forma tradicional, en actividades como scouting y voz a voz, en ciudades con mayor desarrollo en el área artística, como Bogotá y Medellín, allí se facilita la ejecución para estos proyectos gracias a que hay más entidades que promueven la producción de obras

de arte de diferente índole (cine, baile, música, etc), esto es diferente a otras ciudades del país que no han dado la mirada a los potenciales artísticos, y por lo tanto, son pocos los recursos económicos que se destinan para su desarrollo, como sucede en Ibagué, ciudad que debido a su poca población y desarrollo en comparación, cuenta con pocos recursos y empresas que apoyan o patrocinan las actividades artísticas para facilitar su desarrollo.

Pregunta Problema

¿Qué herramienta tecnológica facilita la búsqueda tanto de elementos artísticos como de personal especializado en el área del contexto de diseño, arte y la comunicación?

Objetivo General:

- Crear una plataforma que ayude a las personas para que puedan realizar una búsqueda de recursos artísticos y de producción, de forma ágil y rápida

Objetivos específicos:

- Identificar el segmento de población a la cual va dirigido el proyecto.
- Facilitar a la personas la búsqueda de recursos artísticos necesarios.
- Garantizar la eficacia y la rapidez con la que se pueden realizar los trabajos de búsqueda mediante una aplicación.
- Minimizar gastos a la hora de crear un proyecto de producción y/o artístico.
- Generar movilidad económica en la ciudad de Ibagué, conectando personas que necesiten recursos o personal de áreas artísticas.

Metodología:

Para la realización de este proyecto, es muy importante tener una metodología de investigación, ya que esto nos permite dar solución a los problemas que surjan en la realización de este, es por eso que para la metodología investigativa de este trabajo se implementó la investigación de tipo exploratorio la cual, nos dice Hurtado de Barrera (2007) este método no parte de un enunciado completo sino de una pregunta basada en un tema y contexto específico. Para conocer la situación problema y los protagonistas de dichos sucesos, se tuvo que realizar un paso a paso investigativo para observar las falencias del ámbito artístico y así poder dar una solución eficaz, buscar el que sería el posible público objetivo y al sector geográfico al cual se realizará. También realizar entrevistas y encuestas a personas empapadas por el tema artístico, quienes serán los principales referentes. Para verificar si la idea de innovación sería recibida por el público objetivo, se hace un estudio de tipo descriptivo, en el cual se conoce a profundidad las características de los grupos y comunidades que llevan a cabo determinadas actividades artísticas quienes puedan acompañarse de la herramienta tecnológica para un desarrollo más efectivo; se seleccionará un grupo de 7 personas del ámbito artístico (cuyas áreas de profesión son: Productor audiovisual, fotógrafo, artista plástico, bailarín y actor) a quienes se les realizarán las entrevistas para conocer su punto de vista entre el ámbito tecnológico y las artes, y cómo podrían funcionar juntas. A continuación se presentan los instrumentos de investigación:

Cual de las siguientes plataformas le parece mas estilizada

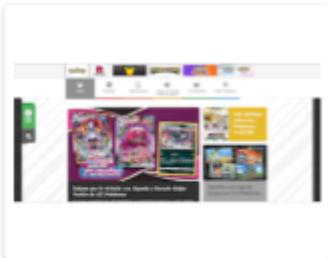
 <input type="radio"/> Apple	 <input type="radio"/> Claro
 <input type="radio"/> Pokémon Company	 <input type="radio"/> Linio

Figura 1: Plataformas Fuente: elaboración propia

Según su preferencia, seleccione la paleta de colores le llama mas la atención.

 <input type="radio"/> Paleta Black	 <input type="radio"/> Paleta Red
 <input type="radio"/> Paleta Blue	 <input type="radio"/> Paleta Yellow

Figura 2: Paleta de colores Fuente: elaboración propia

Según su preferencia, seleccione el estilo tipográfico que le llame mas la atención.

MONTSERRAT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

MONTSERRAT HAIRLINE MONTSERRAT 10W BOLD
MONTSERRAT ULTRA LIGHT MONTSERRAT BOLD
MONTSERRAT LIGHT MONTSERRAT EXTRA BOLD
MONTSERRAT REGULAR MONTSERRAT BLACK

The old Avenir family The Avenir Next family (2005)

Avenir 35 Avenir Next Ultra Light
Avenir 45 Avenir Next Regular
Avenir 55 Avenir Next Medium
Avenir 65 Avenir Next Demi
Avenir 85 Avenir Next Bold
Avenir 95 Avenir Next Heavy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZÀÁÂÃÄÅËÏÖøabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
jklmnopqrstuvwxyzàáâãäåêëïö
øü&1234567890(\$£€.,!?)

Times New Roman Times New Roman Time
Times New Roman Times New
Times New Roman Tir
Times New Roman
Times New Roman

Montserrat

Avenir

Impact

Times new Roman

Figura 3: Tipografías Fuente: elaboración propia

A simple vista, cual de las siguientes imágenes parece que tiene sus elementos mas organizados

Maqueta 1

Maqueta 2

Maqueta 3

Maqueta 4

Figura 4: Maquetación Fuente: elaboración propia

Cual de los siguientes imágenes representa mas el icono de "Correo"



1



2



3



4

Figura 5: *Icono de "Correo"* Fuente: elaboración propia

Cual de los siguientes imágenes representa mas el icono de "Lugar"



1



2



3



4

Figura 6: *Icono de "Lugar"* Fuente: elaboración propia

Cual de los siguientes Imágenes representa mas el Icono de "Teléfono"



Figura 7: *Icono de "Teléfono"* Fuente: elaboración propia

Cuerpo Teórico

Se empezará el proyecto seleccionando un tema específico, el cual asegure tanto la demografía como la geografía, es decir, hablando del tema, diseño y arte en las nuevas tecnologías, podremos seleccionar a qué tipo de público va dirigido el trabajo; usando la metodología anteriormente explicada, se hablará con personas que saben y conocen del ámbito artístico y se entrevistaron para tener un mejor enfoque de cómo funciona con la tecnología.

Al hablar con los entrevistados algunos de ellos comentaron que en las producciones artísticas es bastante complicado encontrar ciertas cosas que son necesarias, una de ellas es Peña (2021) quien nos indica que es más fácil encontrar lo que necesitamos utilizando nuestros teléfonos, que buscarlo por cuenta propia. Sabiendo que existen falencias en el tema de arte y tecnología se hace una pregunta problema a la que se le pretende dar una solución realizando una aplicación móvil y página web para que las personas la usen.

Según Develoop, nos indica que, “El móvil es el dispositivo con el que más se accede a internet...un 92% de los usuarios accede a internet a través de su móvil, y el 84% lo hace a través de una aplicación” (párr. 4), es prudente decir que la tecnología facilita la vida de muchas personas, en ese sentido, se podría decir que una aplicación o una página digital que contenga todos los recursos necesarios para una producción artística estaría muy bien planteada en estas épocas donde todo se realiza digitalmente, además, esto no es algo que sea nuevo, desde mucho antes ya se evidenciaba el alcance de la tecnología tal como lo indica Develoop (2016) quien afirma “En definitiva, nos encontramos en la era del marketing digital donde los usuarios cada vez utilizan más los dispositivos móviles y tener una app propia es muy importante para poder desarrollar una buena estrategia de comunicación” (párr. 7), por otro lado, debido a la pandemia por el COVID-19 que se vivió desde el 2020, los negocios cambiaron a modalidades virtuales y la forma de interactuar con otras personas también cambió. Actualmente, se opta por las herramientas tecnológicas para búsqueda de diferentes elementos cotidianos, y el sector audiovisual debe adaptarse a las nuevas tecnologías para facilitar las tareas usuales de su campo. Uno de los objetivos, es dar mayor visibilidad a artistas de la ciudad, para ello se tiene como ejemplo la aplicación extranjera *Artist Or Pretender*, aplicación disponible para personas que solo usan sistema operativo iOS, la cual permite subir obras artísticas propias y recibir valoraciones/votaciones de otros usuarios, sin embargo, la aplicación FIND se proyecta como un aplicativo web y móvil, disponible para el mayor público posible en la ciudad, por ello es necesario que sea accesible tanto para usuarios Android como para usuarios iOS.

Ya conociendo la problemática y sus posibles soluciones, se empezará a realizar el proyecto gestionando la parte gráfica del mismo. Se empezará diseñando la identidad del trabajo realizando una búsqueda de los posibles nombres que se le darán a la marca tomando en cuenta las características del mismo, en ese sentido, el nombre seleccionado hará referencia a

la palabra “*encontrar*” en inglés (*FIND*); basandonos es la semiótica de Norberto Chaves, quien habla de la marca y su identidad, se puede decir que, "la amplísima polisemia del término ‘identidad’ se transfiere al verbo ‘identificar’...o sea señalar a un individuo, y la de hacer referencia a sus atributos o rasgos distintivos" (Archivo de Norberto Chaves, s.f., párr. 16), esto quiere decir que, entendiendo el significado de la palabra/título seleccionado, se puede realizar una lluvia de ideas para realizar una síntesis del mismo y hacer la representación gráfica del signo, sin embargo, "todo signo, por abstracto que sea, connota algo. La asemantividad absoluta es imposible: como mínimo ‘habla’ de sí mismo” (Archivo de Norberto Chaves, s.f., párr. 18), entonces, el signo seleccionado, hace referencia a un objeto cotidiano, el cual, todas las personas reconocen con facilidad, y de este se realiza una abstracción, por otro lado, “independientemente de la voluntad emisiva de su autor, está la voluntad interpretativa del lector, ... el ‘silencio semántico’ no es soportable y en la forma pura, ... siempre hallaremos un sentido, como mínimo de modo inconsciente” (Archivo de Norberto Chaves, s.f., párr. 18), es decir, que para los autores puede representar algo, pero, para algunos receptores pueden interpretarse otra cosa.

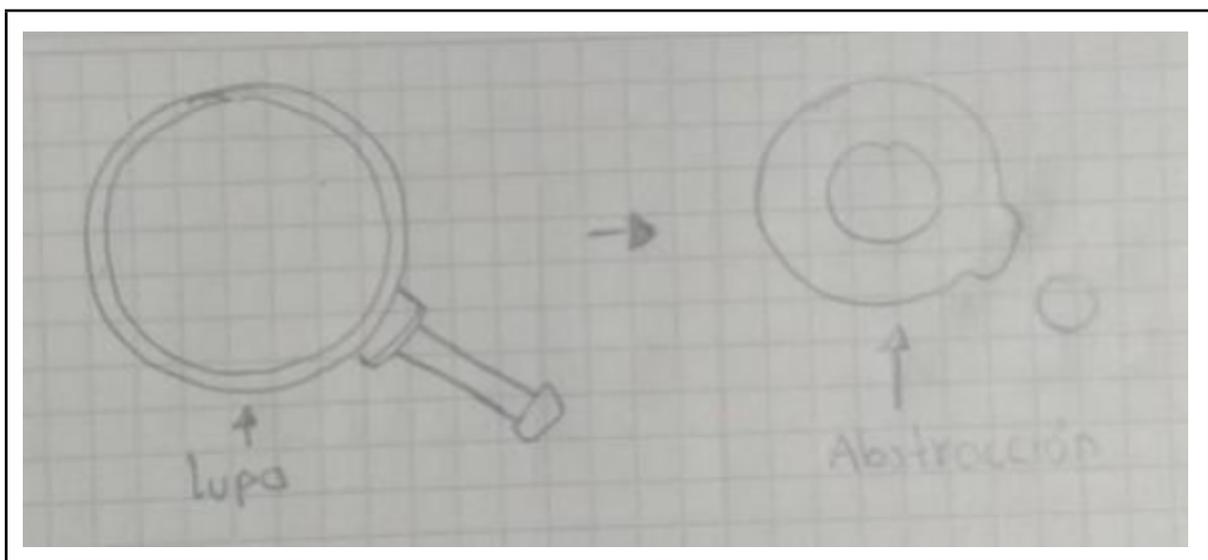


Figura 8: Creación del logo del proyecto Fuente: elaboración propia (2021)



Figura 9: *Logo del proyecto* Fuente: elaboración propia (2021)

Para diseñar el logotipo se realizó una síntesis gráfica del nombre del proyecto, se llegó a la conclusión que el objeto más representativo para la palabra encontrar era la lupa, la cual tiene como significado la búsqueda y el hallazgo, en ese sentido, se puede afirmar que "La semiótica de Peirce parte de la convicción de que la significación es una forma de terceridad. La relación sígnica es irreductiblemente triádica y tiene siempre tres elementos: signo, objeto e interpretación" (Barrena y Nubiola, 2007, pt. 5, párr.3), es decir, darle un significado al signo e interpretarlo como un objeto de la vida cotidiana; dicha síntesis gráfica se puede observar en la **figura 8**, la cual muestra la deconstrucción del objeto para abstraer un grafismo lógico, dando así, un primer paso para la elaboración del logotipo. Podemos decir que, "Un trazo abierto toma la figura de una línea cuyos atributos incluyen el grosor el color y el dibujo" (Wong, 1993, p.22, párr. 4), entonces, esto se refiere a que el signo usará trazos para darse así mismo atributos de figura y obtener una nueva interpretación, con esto se llega a la conclusión de que, "Las figuras obtenidas con la herramienta de caracteres, usando un juego de caracteres figurativo pueden ser formas figurativas" (Wong, 1993, p.36, párr. 3), dando así, una forma figurativa de rostro animado tal como se observa en la **figura 9**, donde se

puede observar el logotipo del proyecto; dicho lo anterior, se observa que el imagotipo presenta algunos de los fundamentos de Gestalt, sabiendo que dos de las leyes indica que, "tendemos a percibir juntos elementos próximos en el tiempo y en el espacio." (Gurevicz y Toro, s.f., p. 6, párr. 3) y, "ley de cierre: se refiere a la tendencia a percibir formas "completas" aún partiendo de datos perceptuales incompletos." (Gurevicz y Toro, s.f., p. 6, párr. 3) , debemos decir que, el logotipo se percibe de dos maneras diferentes, la primera, haciendo referencia a un rostro animado, y la segunda, haciendo alusión al objeto de síntesis gráfica, en conclusión, "...La similitud puede ser reconocida cuando todas las formas pertenecen a una clasificación común" (Wong, 1993, p. 69, párr. 7).

Una vez terminado el diseño de la identidad del proyecto, se pasará con el siguiente punto gráfico, el cual será, diseñar toda la parte tecnológica, página web y aplicación móvil, para ello, se requiere de conocer los gustos de las personas a las cuales va dirigido, en dicho caso, se realiza una encuesta, que permitirá saber el interés gráfico a quienes va dirigido; como se puede observar en las figuras 1 a la 7, la encuesta cuenta con preguntas de diseño basándose en la experiencia, las cuales ayudarán a la maquetación de la página web y del aplicativo móvil; después de interpretar los datos que da la encuesta, se pasará a empezar creando el cuerpo de la página web, para ello, Barba (2013) dicen que, "se partió de un documento base, con las divisiones de *head* y *body* ya establecidas... se dividió como es habitual en tres partes: el *header* o cabecera, el *content* o contenido y el *footer* o pie" (p. 26), apartados dentro de la página web, que nos indican la forma de organizar la información; Mejorconweb (2020), afirma que, "La manera de organizar el contenido de la web tiene una gran importancia... de nada nos servirá conseguir un diseño bonito si luego los usuarios no saben llegar al contenido que les interesa" (pt. 4, párr. 10), es por eso, que el diseño sencillo da una estética de "elegancia" al proyecto; Mejorconweb (2020) también afirma que, "la regla número uno es que todos los contenidos sean de fácil acceso" (pt. 4, párr. 10), para ello, se

realizará una selección de iconos que las personas puedan interpretar de manera rápida y que sean de fácil remembranza. Algunos piensan que, "la semiótica estudia toda la cultura como proceso de comunicación, y tiende a demostrar que bajo los procesos culturales hay sistemas" (La silla vacía, 2016, párr. 6), lo que quiere decir que, la iconografía generará procesos interpretativos para un uso correcto y eficaz de la plataforma. Tomando como ejemplo, algunas páginas existentes que cumplen con algunas características gráficas las cuales se quieren implementar, se puede llegar a tener éxito en cuanto a la experiencia de usuario, como por ejemplo la página de la compañía apple, la cual es una página con estilo sobrio, diseño minimalista y estética seria, con colores planos y contrastantes, o en otros casos, las páginas de las compañías Contraplano y la Comisión filmica de Medellín, que son, la primera, una página con estilo sobrio, estética seria, iconografía minimalista y de fácil entendimiento y la segunda una plataforma web con diseño de tipo estantería, la cual permite a los usuarios visualizar los proyectos con los cuales están trabajando organizados por sus diferentes clases, de esto, se puede decir que, la estética seria y diseño minimalista funcionan juntos creando un ambiente gráfico de buena funcionalidad, remembranza y fácil usabilidad. En cuanto al aplicativo móvil, este se caracteriza por ser una "mini versión de la página web, tomando como ejemplo las aplicaciones de Nequi y Rappi, las cuales cumplen con las mismas características de su respectivo sitio web, siendo la primera una aplicación con combinación de estilo moderno y retro, estética amigable, infografía minimalista y simple de fácil entendimiento, y la segunda, una aplicación con combinación de estilo retro y kitsch, estética llamativa con tendencia al desorden ordenado ("en el desorden se encuentra el orden"), iconografía minimalista y simple de fácil entendimiento.

En cuanto al contenido de las plataformas, se planea implementar 4 apartados, los cuales faciliten a las personas encontrar todo lo que necesitan para sus respectivos proyectos artísticos, ya sea desde una cámara, hasta actores para la elaboración de un filme, para ello,

"es importante documentar ya sea fotográficamente o en vídeo lo que es toda nuestra locación. Esto le dará una idea al resto del equipo de cómo es el lugar y cómo deben prepararse, etc." (Mártir, 2017, pt. 3, párr. 2), y no solamente las locaciones, sino también, todos los recursos necesarios para que las personas puedan encontrarlo de manera rápida y efectiva, teniendo en cuenta las plantaciones de diseño anteriormente mencionadas.

Para la difusión del proyecto, se plantea una estrategia dividida en 3 partes, la primera llamada estrategia de difusión, la cual consiste en, realizar publicidad online a través de redes sociales para que las personas conozcan sobre la aplicación y la página, la segunda, llamada estrategia de conocimiento, consiste en que, mediante las pautas en redes sociales se puede llegar a que las personas conozcan la aplicación y sepan acerca de ella, y la tercera, llamada estrategia de publicaciones, consiste en que se realizarán distintos diseños para publicarlos en las diferentes redes sociales teniendo en cuenta el público objetivo, teniendo en cuenta lo anterior mencionado, se toman 2 empresas, las cuales realizan animación, y de estas se obtienen algunos referentes visuales para la creación de material audiovisual, tomando como ejemplo, el personaje Miss Minutes, de la empresa marvel, quién es la botarga representativa de una compañía, dentro de su universo, la cual mediante un diálogo nos explica la función de esta, y la animación característica de South Park, quienes en su primer capítulo de la serie, lo realizan con el método de animación Cut Out, la cual es una manera de animar imágenes fotograma a fotograma con un estilo artesanal, de aquí se puede partir para, realizar una botarga representativa del proyecto y animarla con el estilo anteriormente mencionado, algo similar a lo que hace el creador de contenido, Markez Films, quien tiene un canal de youtube el cual hace animación con un estilo llamativo, utilizando figuras de acción y elementos de la vida cotidiana; de esta manera, se puede llegar a que el público se sienta atraído por el proyecto y cómo funciona.

Planificación:

- El público objetivo se conforma por personas que se desempeñan en el área artística, tales como: Realizadores audiovisuales, fotógrafos, actores, bailarines, pintores, entre otros. Teniendo en cuenta que la propuesta tecnológica se trata de una APP y una página web, el mercado estaría encaminado a un público de entre 16 y 45 años de edad, debido a que este grupo tiene capacidades para manejar plataformas móviles sin mucha dificultad, y además están ya relacionados con diferentes aplicaciones (las más comunes) como redes sociales, juegos, servicios y más; otra característica del grupo con dicha edad, es que están ligados al ámbito artístico, no sólo por gusto, sino por motivos profesionales, laborales y académicos, por tal motivo, para ellos es importante acompañarse de herramientas que les ayuden a facilitar dichas actividades.

Fase de ejecución:

- Ejecución y representación del proyecto, gestiona las características respondiendo al criterio del proyecto y a su debida utilización y gestión, implementando las fases de planificación para su precisa elaboración y tener una buena manipulación y que no tenga una distorsión por el camino.

Fase de control:

- Se visualiza el avance del proyecto realizado, analizando la planificación y estructuración, comparando irregularidades, haciendo sus respectivas correcciones necesarias, siendo esta una de las fases más importantes.



Figura 10: Mapa de empatía Fuente: elaboración propia (2021)

DOFA FIND	
Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Recursos financieros y económicos limitados para el mantenimiento inicial del proyecto. - Inexistencia de controles por el uso de la plataforma. - Poco alcance de beneficios o aplicaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrar en nuevos mercados. - Las necesidades del cliente favorecen lo que ofrece la empresa. - Rápido crecimiento en el mercado.
Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Iniciación de un mercado poco trascurrido. - Utilización de Costos variables y fijos. - Ser líder entre la industria en la que se compete. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nuevos competidores por la llegada de un nuevo servicio. - Nuevas necesidades de los clientes. - Alteración en la demografía propuesta.

Figura 11: DOFA del proyecto Fuente: elaboración propia (2021)

DOFA CINEMARKET	
Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de marketing y publicidad. - Presencia reducida en el mercado. - Aumento de costos de servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Compartir experiencias innovadoras. - Mejorar el entorno y la calidad. - Poca oferta en el mercado.
Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia en el mercado. - Personal calificado. - Organizada administrativamente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Escasez de clientes. - Baja satisfacción de clientes por precios elevados. - Ubicación geográfica nada visible para un mercado masivo.

Figura 12: DOFA de la competencia **Fuente:** elaboración propia (2021)

Resultados

A través de una encuesta de 4 preguntas cuantitativas y 1 preguntas cualitativas, se pudo conocer la aceptación que tendría el proyecto tecnológico por parte del público objetivo. Para empezar, se notó que la mayoría de los encuestados, se desempeñan en el área de Fotografía y Audiovisual, según las respuestas a la primera pregunta.

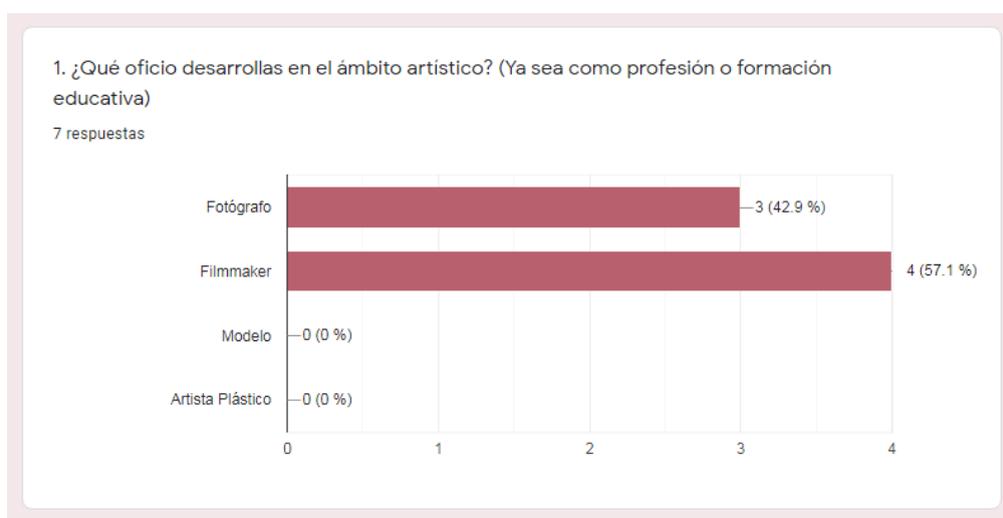


Figura 13: Pregunta ámbito artístico **Fuente:** elaboración propia (2021)

En la introducción de este artículo, se planteó que los encargados de dichas producciones artísticas, usualmente realizan la búsqueda de locaciones y utilería a través de Scouting o Voz a Voz. Las respuestas que dieron los encuestados en la segunda pregunta, permitió confirmar que este es el modelo más usual para los realizadores artísticos y que representa una problemática ya que en la pregunta número 4, la mayoría manifestó que este proceso de búsqueda puede ser ‘Complicado’.

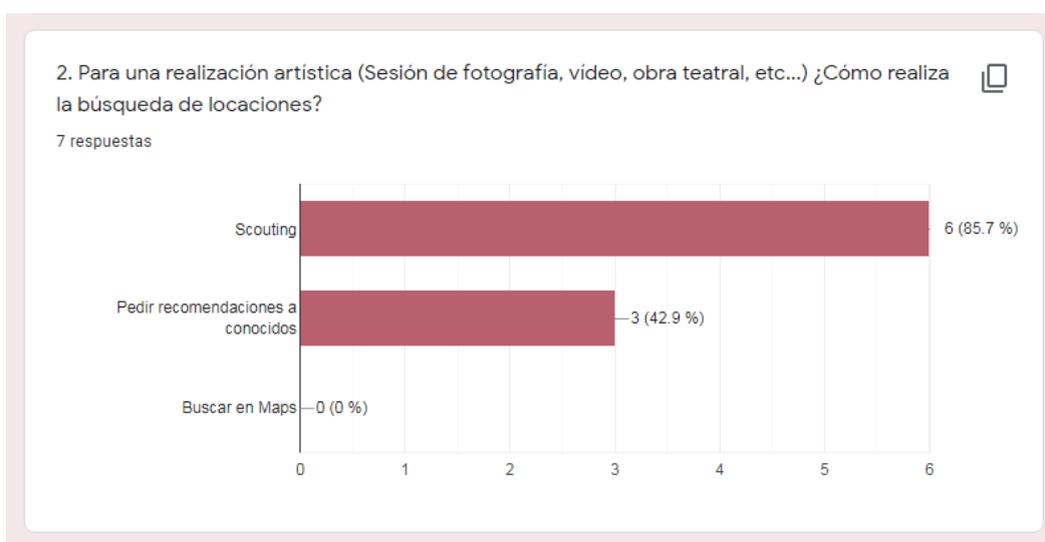


Figura 14: *Pregunta búsqueda de locaciones* Fuente: elaboración propia (2021)

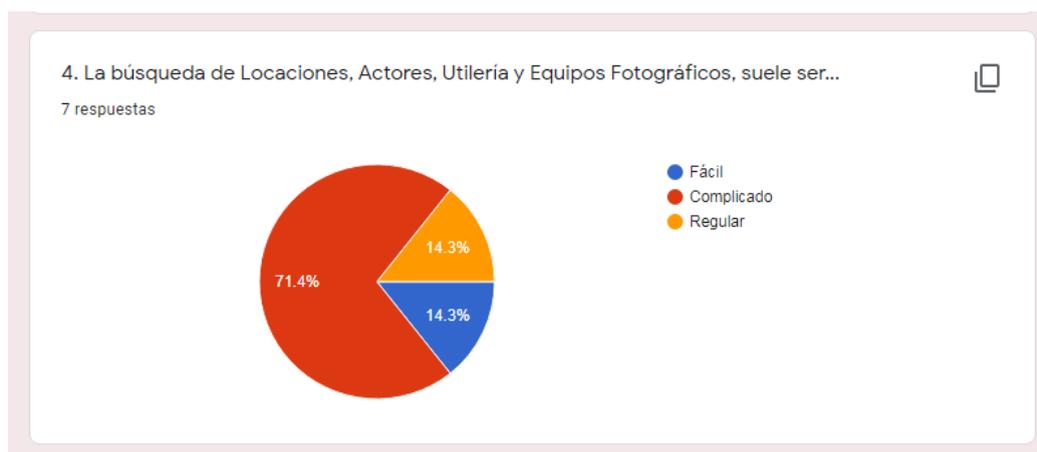


Figura 15: *Pregunta complicaciones en la búsqueda* Fuente: elaboración propia (2021)

Teniendo en cuenta que no hay plataformas tecnológicas específicas para producciones artísticas en Ibagué, una de las opciones más comunes para la búsqueda de

locaciones y modelos en la ciudad, es a través de redes sociales, el inconveniente con este método, es que no se cuenta con información detallada del sitio o sus condiciones, y generalmente sólo se pueden distinguir esos aspectos a través de las pocas fotos que se tomaron allí.

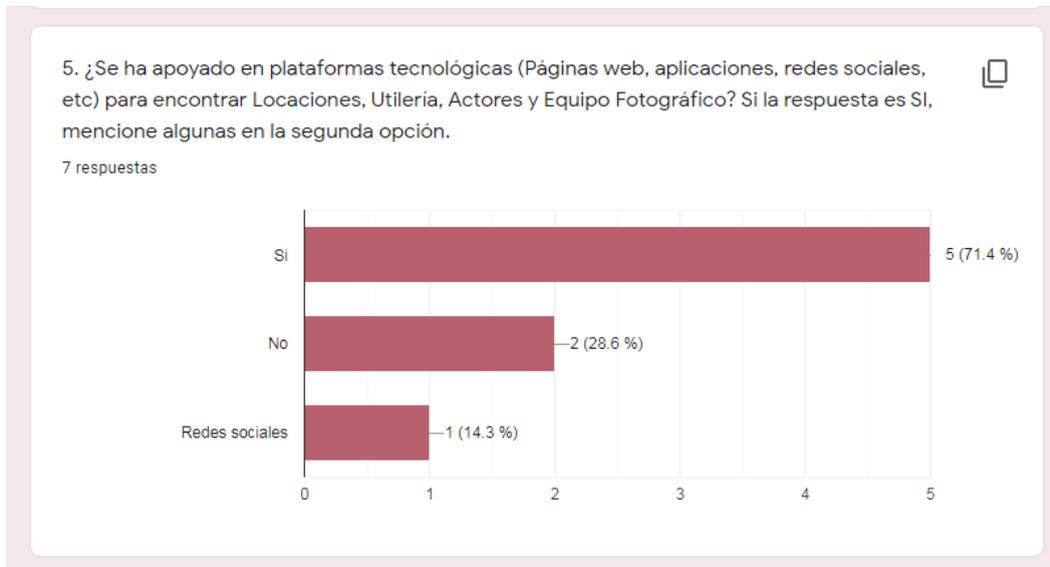


Figura 16: *Pregunta apoyo tecnológico* Fuente: elaboración propia (2021)

Con las problemáticas que se plantean según las respuestas, las preguntas respectivas a la aceptación de la aplicación fueron positivas y reflejan la necesidad de una herramienta tecnológica que los acompañen en sus procesos de producción.

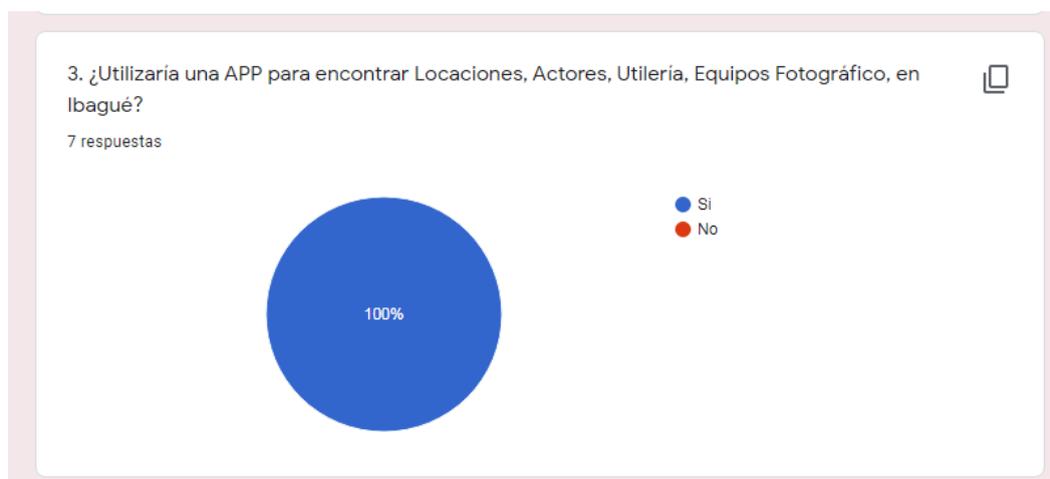


Figura 17: *Pregunta app artistica 1* Fuente: elaboración propia (2021)

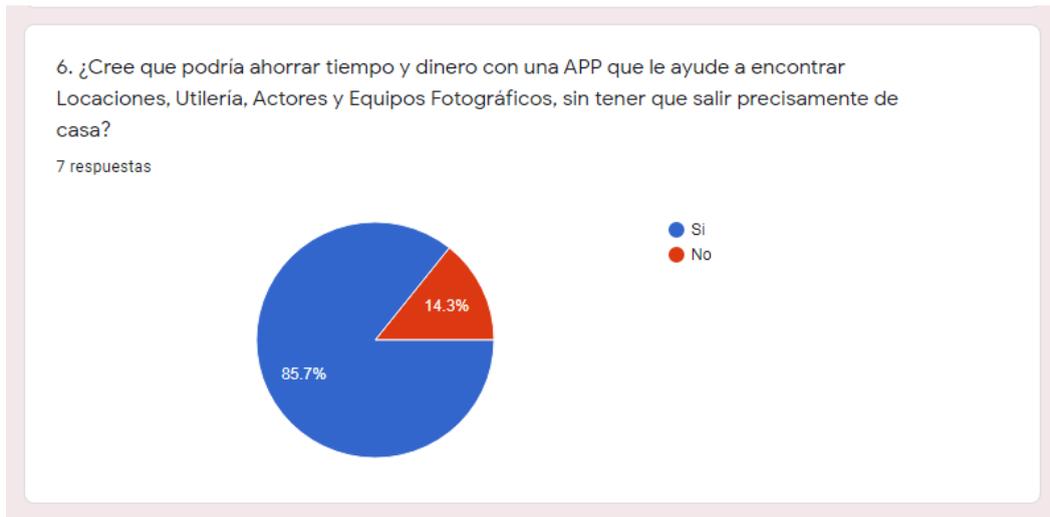


Figura 18: *Pregunta app artística 2* Fuente: elaboración propia (2021)

Adicional, se agregó una pregunta abierta que permitirá conocer en palabras propias de los encuestados, cuál es su experiencia en dichos procesos de búsqueda.

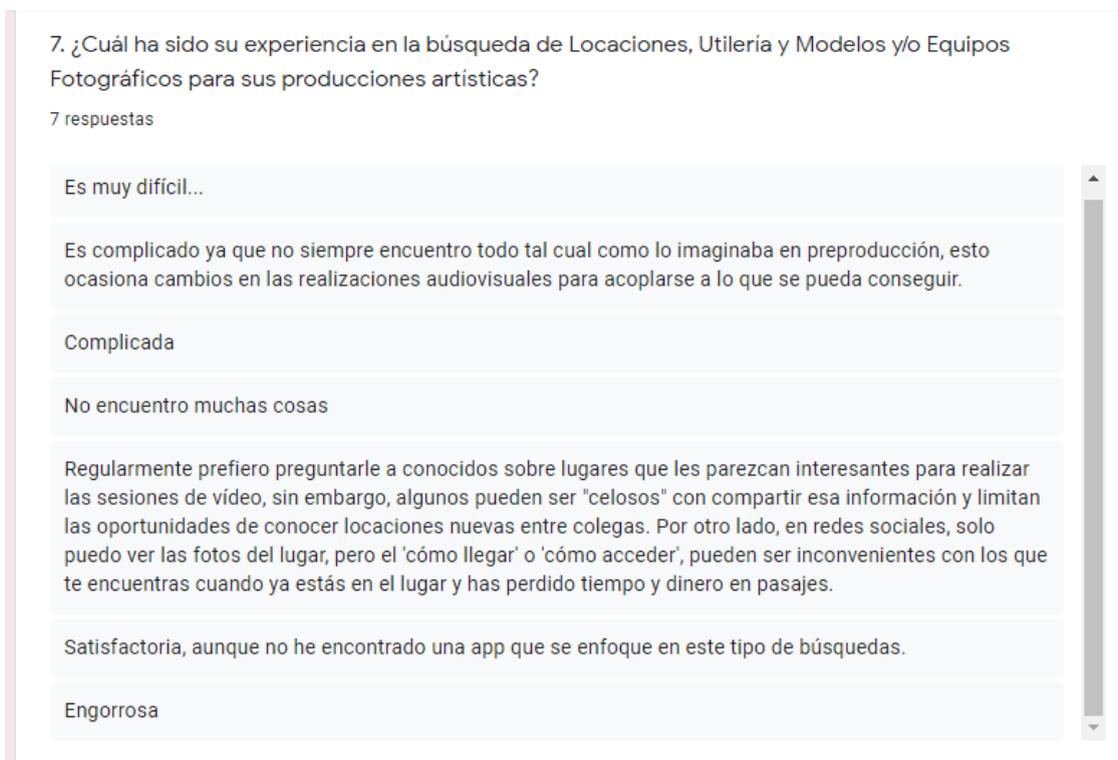


Figura 19: *Respuestas encuestados* Fuente: elaboración propia (2021)

Discusión

Se nota una ausencia de herramientas tecnológicas para el desarrollo de proyectos artísticos en la ciudad de Ibagué. Los artistas y realizadores de fotografía y vídeo presentan complicaciones para la producción de sus proyectos, principalmente, en uno de los primeros pasos para ejecutar este tipo de actividades, la cual es: la búsqueda de locaciones, utilería, modelos, actores, equipos fotográficos, entre otros. Estas complicaciones pueden provocar desmotivación, obstáculos y excusas para abandonar sus ideas artísticas. FIND busca dar una alternativa que favorezca tanto a profesionales que viven de estas áreas artísticas, como para jóvenes estudiantes (o no), que recién están conociendo y desarrollando proyectos personales o académicos.

En un mundo de constante evolución tecnológica, el ámbito artístico no se debería quedar atrás en el desarrollo de herramientas, que les permitan hacer de manera ágil, rápida y económica sus trabajos.

Con más facilidades para la realización de proyectos artísticos, se aumentaría la economía naranja de la ciudad y la productividad de muchos jóvenes, que ya sea como profesión o por educación ejercen en labores artísticas.

Desde el proceso de la comunicación diseño, es importante adaptarse a las nuevas tecnologías para llegar a públicos objetivos con más fuerza. Las locaciones, artistas y proyectos creativos de la ciudad de Ibagué, merecen ser reconocidos, y este reconocimiento, se logra trabajando y visibilizando a través de los medios o canales que esta comunidad más utiliza, en este caso, los celulares, impulsados a través de aplicaciones, redes sociales y páginas web.

Conociendo la aceptación por parte del sector encuestado, se da por hecho que el desarrollo de dicha herramienta tecnológica FIND, que funciona como aplicativo móvil y web, sería de gran utilidad en los procesos artísticos que se lleven a cabo en la ciudad de Ibagué.

Conclusión

Por último, el proyecto FIND logra generar una propuesta bien desarrollada, promoviendo la economía naranja y el desarrollo tecnológico para lograr responder a las necesidades de los artistas; La propuesta se plantea como un trabajo de preproducción a la espera de un próximo desarrollo , y su impacto asegurara una opción para que el desarrollo del arte se expanda; El resultado gráfico es acorde a lo planteado, y se espera que sea aceptado por todo el público.

Lista de referentes

Hurtado de Barrera, J (2007). Algunos criterios metodológicos de la investigación. [Web log post].

<http://investigacionholistica.blogspot.com/2008/04/algunos-criterios-metodologicos-de-la.html>

Develoop. (2016). La importancia de las apps. [Web log post].

<https://www.develoop.net/es/la-importancia-de-las-app/>

Archivo de Norberto Chaves. (s.f.). La marca: señal, nombre, identidad y blasón. [Web log post].

https://www.norbertochaves.com/articulos/texto/la_marca_senal_nombre_identidad_y_blon

Barrena, S. y Nubiola, J., Charles Sanders Peirce, en Fernández Labastida, F. – Mercado, J. A. (editores), Philosophica: Enciclopedia filosófica on line, URL:

<http://www.philosophica.info/archivo/2007/voces/peirce/Peirce.html>

Wong, W. (1993). Fundamentos del diseño.

<https://www.loop.la/descargas/disenho/Wucius%20Wong%20-%20Fundamentos%20Del%20Dise%C3%B1o%20-%20parte%201.pdf>

Gurevicz, M. y Toro, C. (s.f.). La teoría de la Gestalt.

<https://www.milpedras.com/es/descargas/download/35/>

Barba, J. (2013-2014). Diseño y desarrollo web..

https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/49757/MEMORIA_Barba%2520Soler%252C%2520Juan%2520Pedro.pdf?sequence=1

Mejorconweb. (2020). Diseño gráfico y diseño web, unidos de la mano. [Web log post].

<https://www.mejorconweb.com/es/blog/25-diseno-web/154-diseno-grafico-maquetacion-web>

La Silla Vacía. (2016). La semiótica o el eco de Umberto Eco. [Web log post].

<https://www.elcomercio.com/blogs/la-silla-vacia/semiotica-eco-umberto-eco.html>

Martir, A. (2017). Cómo hacer un correcto scouting de locación. [Web log post].

<https://creatyum.media/foto/scouting-locacion/>

Apple. (2021). "Página con estilo sobrio, diseño minimalista y estética seria, con colores planos y contrastantes". Página Web. <https://www.apple.com/co/>

Contraplano. (2021). "Página con estilo sobrio, estética sería, iconografía minimalista y de fácil entendimiento". Página Web. <https://www.contraplano.co/>

Nequi. (2021). "Aplicación con combinación de estilo moderno y retro, estética amigable, iconografía minimalista y simple de fácil entendimiento". App.

https://www.nequi.com.co/?gelid=Cj0KCCQjwlOmLBhCHARIsAGiJg7lHITd_Z_19QhpmCVLeOOBUkVfZPgV_jinleBiutfzs1YiPgkGn5OoaAuJlEALw_wcB

Rappi. (2021). "Aplicación con combinación de estilo retro y kitsch, estética llamativa con tendencia al desorden ordenado (en el desorden se encuentra el orden), infografía minimalista y simple de fácil entendimiento". App. <https://www.rappi.com.co/>

Comisión Filmica de Medellín. (2021). "Plataforma web con diseño de tipo estantería, la cual permite a los usuarios visualizar los proyectos con los cuales están trabajando organizados por sus diferentes clases". Página Web. <https://filmedellin.com/>

Cosmic BEYONDER. (10 de junio de 2021). "I'm Miss Minutes" Clip | Marvel Studios Loki | Disney Plus | Cosmic BEYONDER. [Video]. Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=9ZcyoZlY0aU>

South Park Funny Clips. (24 de junio de 2020). South Park 1997 First Episode. [Video].

Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=wa0va1lihA0>

Markez. (23 de febrero de 2013) Markez Films. [Canal]. Youtube.

<https://www.youtube.com/channel/UClbCmfmrLs0cnsWCy3qfVWA>

Lugo, C. y Barrios, P. (2021) Find. [Encuesta].

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd8WXXK5qQmsJTLikQp2ISy81BcMXTxMzpwZa0KObbHcQy94vg/viewform>

Silva, W. Y Escobar, J. (2021). Aplicaciones digitales. [Encuesta].

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScViCrAwzxDPhWHztdi7eQk7mzy0NDkPNi4aYOoIZ0WRVHR2Q/viewform>

Peña, M. (2021). “Es más fácil encontrar lo que necesitas utilizando nuestros teléfonos, que buscarlo por cuenta propia”. Entrevista. Voz a Voz