



Universidad Viña Del Mar
Magíster en Comunicación Digital y Transmedia

ValpARaíso Mural
ARTE URBANO PORTEÑO CON REALIDAD AUMENTADA (AR) MEDIANTE
UNA APLICACIÓN MÓVIL TRANSMEDIA
PROYECTO PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN DIGITAL Y TRANSMEDIA

ENTREGA FINAL

Profesora guía: Magaly Varas Alarcón

Alumna: Mariela Puebla Verdugo

Enero 2024

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
1. MARCO TEÓRICO	7
1.1 Arte urbano y el espacio público	7
1.2 La ciudad como lienzo del arte urbano	7
1.3 Construcción de Identidad y su rol diferenciador.....	8
1.4 La tecnología en la ciudad: realidad urbana y arte urbano	9
2. MARCO DE REFERENCIA	10
2.1 BooksOnWall:.....	10
2.2 GraffAR:.....	11
2.3 Mapa interactivo Caídos de Malvinas:	12
3. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y ANÁLISIS FODA	13
3.1 Análisis del microentorno	13
3.1.1 Competidores	13
3.1.2 Suministradores	14
3.1.3 Instituciones.....	15
3.2. Análisis del macroentorno	15
3.2.1 Entorno Demográfico.....	15
3.2.2 Entorno Turístico.....	17
3.2.3 Entorno Tecnológico	18
3.2.4 Entorno Cultural.....	19
3.3 Análisis FODA	20
4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y LAS AUDIENCIAS	21
4.1 Universo y muestra (audiencia objetivo):	22
4.2 Muestra:.....	22
4.3 Resultados:	22
4.4 Diagnóstico	25

4.5 Público objetivo	25
4.6 Buyer persona	27
5. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO	29
5.1 Propuesta de valor	30
6. OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS.....	30
6.1 Objetivo General	30
6.2 Objetivos Específicos	31
6.3 Estrategias, tácticas y universo transmedia	31
7. Piezas y maquetas.....	32
7.1 Identidad corporativa	32
7.2 Logotipo	33
7.3 Tipografía y paleta de colores.....	33
7.4 Universo transmedia.....	34
7.5 Plataformas	35
7.6 Mapa del sitio de la aplicación móvil	37
7.7 Maquetas	38
8. Presupuesto	48
8.1 Cofinanciamiento.....	48
8.2 Carta Gantt.....	51
8.3 Acciones de medición y evaluación	51
Bibliografía.....	53

INTRODUCCIÓN

Esta es considerada como la forma más antigua de arte público y, a partir de esta, es que han evolucionado otros planteamientos ligados al arte urbano (McCormick, 2010). Desde la prehistoria se han utilizado variados materiales y técnicas, los cuales quedan inscritos en sitios como, por ejemplo, en la Cueva de las Manos de Santa Cruz, Argentina, datada del 7350 a. C. (Sánchez, 2012).

Actualmente, el arte urbano se refiere a un arte conceptual, específico y contextualizado y el término proviene del inglés *street art*, el cual comenzó a utilizarse más comúnmente desde los años 80 para denominar todo arte realizado en la calle (Herrera & Zárate, 2011). Este varía según la técnica, siendo el estarcido y la pintura en *spray* los más populares. Entre las temáticas que se abordan en este tipo de expresiones está la subversión, la ironía, el humor, la incitación a la reflexión social y/o política, etc. (Sánchez, 2012). En ese sentido, este tipo de estética se aplica a cualquier arte en el espacio urbano que no esté limitado por la ley o por el gusto de autoridades como patrocinadores, propietarios de edificios o incluso por el Estado, por lo tanto, esta modalidad artística no es directamente comercial (Blanche, 2015).

En los sesenta, particularmente, los *graffitis* se utilizaron por pandillas como recurso para marcar territorios, debido a esto, a lo largo de la historia estas expresiones han tenido un importante rol de resistencia (Sánchez, 2012).

En América Latina, rica en tradiciones artísticas y culturales, se ha generado una importante evolución del arte urbano, específicamente, en el ámbito del muralismo debido a que este surge como fruto de la revolución social (Schvelzon, 2011). Sus exponentes más importantes son David Alfaro Siqueiros, Diego Rivera y Rufino Tamayo -todos- parte del movimiento del muralismo mexicano. Estos artistas utilizaron los muros como lienzos para plasmar las complejidades de la historia y la identidad latinoamericana, fusionando la estética con la narrativa social y política (Schvelzon, 2011).

El contexto chileno se encuentra íntimamente ligado al desarrollo del muralismo mexicano, teniendo sus primeros vínculos en la década del 30. En el año 1939 se produce en Chile el terremoto de Chillán, por lo que Lázaro Cárdenas, presidente mexicano de la época, realiza una donación la cual se concreta con la elaboración del mural "Muerte al Invasor" (Bragassi, 2010).

Posteriormente, el muralismo como expresión plástica y política se retoma al generarse propaganda para la candidatura presidencial de Salvador Allende, por lo

cual este tipo de estética logra una destacada postura política, lo que se refuerza con la participación social de las brigadas Ramona Parra y Elmo Catalán. Todas estas agrupaciones y expresiones experimentan un crecimiento, lo cual se paraliza y se vuelve clandestino luego del golpe cívico-militar (Bragassi, 2010).

Es así como el mural en Chile va cambiando sus diferentes expresiones, pasando de ser una disciplina ligada a un rol político a un rol mucho más artístico, lo que se observa, por ejemplo, en el desarrollo del “Museo a cielo abierto de Valparaíso”.

Este proyecto fue liderado por el académico Francisco Méndez en 1991. El circuito se encuentra ubicado en el Cerro Bellavista y las obras fueron realizadas por 18 artistas chilenos y extranjeros radicados en el país. Los objetivos de este proyecto tuvieron relación con la continuación del taller de murales desarrollado por Méndez durante la dictadura, taller que no pudo seguir impartándose; por otra parte, se erige como un regalo de los artistas a la ciudad de Valparaíso; y, por último, como una forma de exponer de manera gráfica el vínculo entre la pintura y el particular paisaje natural y urbano de la ciudad de Valparaíso (Dardel, 2023).

Es así como se observa una nueva camada de artistas chilenos que siguen la tradición proveniente de principios del siglo XX con los artistas Julio Escámez y José Ventureli y luego Nemesio Antúnez, que plasman sus ideas en el territorio nacional. Nombres Alejandro “Mono” González e Inti Castro son algunos de los referentes que actualmente se encuentran en el escenario del muralismo local.

En Valparaíso, a pesar de la tradición artística representada en sus murales urbanos multicolores, se identifica una brecha en la promoción, accesibilidad y apreciación efectiva de este patrimonio cultural. La falta de una plataforma centralizada que integre la información sobre estos murales, ofrezca experiencias interactivas y fomente la participación comunitaria limita la visibilidad y el impacto del arte urbano en la ciudad. Además, existe una necesidad de aprovechar las tecnologías emergentes, como la realidad aumentada (RA o AR del inglés: *augmented reality*), para enriquecer la conexión entre los murales y la audiencia, creando una experiencia más inmersiva y actual.

Por ello, se realizó un levantamiento de necesidades de la audiencia, donde se evidenció la falta de una solución integral que combine la preservación y promoción del arte urbano con la innovación tecnológica y se relevó la viabilidad e interés en generar un proyecto de estas características.

Para dar cuenta de esta riqueza, tanto visual como histórica del mural, surge el proyecto “ValpARaíso Mural”, con el objetivo de desarrollar una plataforma digital en forma de una aplicación móvil (app) que guíe a los usuarios por los murales de Valparaíso con tecnología de realidad aumentada. Este buscará vincular el arte callejero y el territorio de Valparaíso y, a la vez, contar historias de su pasado y su gente a través de un recorrido por el patrimonio cultural, específicamente sus murales, generando un diálogo entre arte, cultura y tecnología, con realidad

aumentada que dará vida a estos diseños. Además, en este proyecto se añade otro elemento muy “porteño” ya que será un perro “comunitario” de Valparaíso, en versión animada, el que guía a los visitantes por este mapa interactivo y cuente las historias de dichas obras.

El proyecto pretende contar una historia unificada y enriquecedora a través de diversos medios y plataformas, para crear una experiencia integrada y multisensorial para los usuarios; donde elementos como la realidad aumentada, redes sociales, tienda en línea, proyectos educativos y eventos, entre otros son diseñados para complementarse y amplificar la narrativa del proyecto.

La aplicación será el epicentro de esta experiencia transmedia, sirviendo como punto de acceso principal a una red interconectada de medios. Los murales multicolores irán desde la app hasta las redes sociales (las que viralizarán los contenidos), eventos, y más, creando una narrativa que trasciende la pantalla y permitiendo que el proyecto se desarrolle y evolucione de manera dinámica, invitando a la participación activa de la comunidad, la cual no solo será la receptora de los contenidos, sino que ayudará a cocrear esta ruta inicial de murales propuesta y a enriquecer las historias que se contarán de estos, convirtiéndose en prosumidores e involucrándose en el proyecto, difundiendo y ampliando el universo tal como postula Jenkins (2008), puesto que en muchos casos estos pueden conocer más detalles que los propios creadores de la app.

Los prosumidores del proyecto "Valparaíso Multicolor" participarán activamente proponiendo ideas para nuevos murales a través de encuestas, talleres y votaciones comunitarias. Se fomentará la identificación emocional compartiendo historias detrás de cada mural, resaltando su relevancia histórica o cultural para Valparaíso, y creando contenido basado en las experiencias de la comunidad local. A los seguidores más activos se les brindarán descuentos exclusivos y reconocimientos públicos, incluso considerando dedicar nuevos murales en agradecimiento. Además, se ofrecerán experiencias exclusivas, como acceso anticipado a la aplicación y membresías premium con recorridos privados por los murales junto a los artistas creadores.

En el contexto del arte urbano, el proyecto "ValpARaíso Mural" fusiona elementos artísticos de manera única. El arte urbano ha transformado la ciudad en un lienzo viviente, sirviendo como fuente de inspiración y fundamento para esta iniciativa. A su vez, el proyecto se alza como el repositorio y galería de estas obras, incorporando un elemento innovador: la realidad aumentada. Esta última dimensión añade una capa adicional de interactividad, llevando las creaciones artísticas a nuevos niveles de inmersión y experiencia para quienes exploran la ciudad y su expresión artística callejera.

1. MARCO TEÓRICO

En el marco teórico para el proyecto ValpARaíso Mural, el tema central de la narrativa será el arte urbano, el territorio y la identidad, basándose en la interacción que se da con la audiencia a través de la RA.

1.1 Arte urbano y el espacio público

Si bien el arte urbano es una expresión artística que se entiende como aquella desarrollada en el espacio público (Herrera & Zárate, 2011), lo cierto es que el término no puede definirse de manera concluyente, ya que lo que abarca se negocia constantemente, por lo tanto, varía dependiendo del contexto y también varía según la nomenclatura que se utilice, pudiendo ser considerado como *street art*, arte callejero o *postgraffiti*, *urban art* y *graffiti* moderno, entre otras (Fernández, 2018).

Para ahondar en la definición de arte urbano, es importante definir qué o cuál es el espacio público para entender la naturaleza de esta expresión.

Habermas (1989) definió el espacio público como el lugar donde se genera un debate entre la ciudadanía y donde también se ejerce la voluntad política, por lo tanto, el ciudadano ha podido ejercer su libertad de expresión en el espacio público en la medida que el estamento político lo ha permitido, ya que es el que mayor cuota de poder y de represión ha ejercido en este espacio (Habermas, 1989). Por otra parte, Klein (2012), define el espacio público como el lugar donde se generan continuas confrontaciones, conflictos y disputas debido a la diversidad de la ciudadanía (Klein, 2012), es por eso por lo que, muchas veces, los grupos que desarrollan este arte no necesariamente pertenecen a las élites, diversificando la producción de significado y volviéndose diseñadores del espacio urbano (Martínez, 2014). Por este componente ciudadano lo que el arte urbano propicia es la revalorización y la apropiación del espacio público “el arte urbano en sí es apropiable. Nace y se desarrolla en las calles, y muchas veces es apropiado desde su uso y disfrute, y hasta su imagen estética por medio de las nuevas tecnologías como los teléfonos móviles” (Fernández, 2018, p. 42)

1.2 La ciudad como lienzo del arte urbano

El territorio resulta esencial en la definición y práctica de las diferentes formas de expresión artística, sin embargo, es importante considerar que el territorio no

solamente trata de un espacio físico, sino también un espacio simbólico que necesariamente debe ser construido de manera colectiva para poder actuar frente al sinnúmero de complejidades de la sociedad actual (Yory, 2007). Por otra parte, el territorio, en este caso la ciudad en un contexto urbano también puede ser entendida como un espacio social en constante recomposición del orden de lo social desde donde proviene la política y también el conjunto de normas para el gobierno que se restringe a los organismos encargados de mantener un orden (Jurado, 2003).

Hoy en día existe la necesidad de la co-construcción del territorio y la ciudad haciendo frente a la concentración de la pobreza, el desequilibrio socioespacial, la injusticia social y el deterioro ambiental (Yory, 2007), volviéndose un lienzo creativo y accesible para todos y todas, permitiendo la construcción de un 'lugar'.

El concepto de lugar se desarrolla de manera profunda en los escritos de Augé (2017), donde se postula que el término es múltiple pudiendo ser observado como espacios donde se instalan los atributos de lo histórico (permanencia), relacional (interacción) e identitario (define un nosotros) (Riesco, 2020). Entonces, el lugar que se habita involucra múltiples dimensiones y diferentes sentidos que hacen que psicológicamente el hombre cree y recree su espacio cotidiano (Capel, 1973).

En este contexto, la ciudad se convierte en mucho más que un simple escenario, considerándose como “el espacio por excelencia de la interacción humana continua y obligada donde es necesario cuidar la manera como las propias acciones afectan la vida de los demás y prever con cuidado los mecanismos de como estas afectan la vida propia” (Jurado, 2003, pág. 132), por tanto, la ciudad y el territorio se vuelven una plataforma desde la cual los ciudadanos transmiten mensajes y dan vida a narrativas culturales, sociales y artísticas, tal como se menciona en la siguiente cita: “Es el ámbito al cual se vincula la creación y recreación de cultura e identidad y donde el sujeto o los sujetos de la cultura se lo apropian simbólicamente, lo hacen parte de su propio sistema cultural, de su sentido de pertenencia socio-territorial, en donde el territorio les pertenece y en donde se pertenece al territorio. Esto es así en tanto el ser colectivo se relaciona íntimamente a la forma de organización social propia y localizada: comunidad, familia, pueblo; es decir, al arraigo territorial de la cultura, de la identidad, del yo colectivo” (Soza, 2012, p.100).

1.3 Construcción de Identidad y su rol diferenciador

Según Taylor (1996), la identidad es lo que -de cierta manera- ubica al individuo en su mundo moral, y para que esta sea aceptada se debe realizar una especie de 'negociación' con el entorno donde se sitúa, con su historia y su destino. Por ende, estos rasgos propios, sean de un individuo o una colectividad, lo caracterizan frente a los otros. De ahí que la identidad es, al mismo tiempo, un elemento diferenciador

de un grupo para con el resto del mundo, pero también permite que una comunidad se reconozca como especial y distinta de las otras, posicionando los elementos que la caracterizan y la hacen parte de un todo.

Existen diversos autores que han escrito sobre arte, ciudad e identidad; un ejemplo de aquello es Harvey (2013), que menciona que el arte y la cultura pueden ser herramientas para la resistencia y la transformación social en el espacio urbano. Su enfoque proporciona una base teórica para comprender cómo los murales en Valparaíso pueden ser un medio de expresión y empoderamiento para la comunidad local (Harvey, 2013).

Por su parte, Choay (1976) examina la relación entre el arte y la ciudad; ideas que podrían ser aplicadas para comprender cómo los murales en Valparaíso pueden contribuir a la construcción de la identidad y la imagen de la ciudad, así como al desarrollo de un sentido de pertenencia en la comunidad (Choay, 1976).

1.4 La tecnología en la ciudad: realidad urbana y arte urbano

El concepto de realidad aumentada puede entenderse como “una nueva ventana a través de la cual se puede ver el mundo enriquecido” (Telefónica, 2023) y también como una posibilidad de “combinar el mundo real con el virtual mediante un proceso informático, enriqueciendo la experiencia visual y mejorando la calidad de comunicación” (Innovae, 2023).

Por lo tanto, la incorporación de la realidad aumentada en los murales representa una convergencia entre el mundo digital y el espacio físico, desafiando las convenciones artísticas tradicionales constituyendo un nuevo recurso que se está utilizando en diversas áreas de conocimiento por las posibilidades y planteamientos novedosos que ofrece. Las disciplinas artísticas han visto en esta herramienta una nueva forma de atender a conceptos que, gracias a elementos físicos- visuales se difuminan en una delgada línea que separa lo virtual de lo concreto (Ruiz, 2011).

Esta integración de lo digital en lo analógico no solo ofrece una dimensión adicional a las creaciones artísticas, sino que también transforma la manera en que el público interactúa con ellas, debido a que el paradigma de la “era digital” ha mostrado su poderosa capacidad de introducirse en nuestra sociedad y el arte no ha sido un ente ajeno a esta realidad (Rigueros, 2017).

La realidad aumentada en la actualidad plantea importantes avances y una evolución dentro del campo del arte en donde es posible la experimentación empírica entre lo real y lo ficticio, permitiendo nuevas interpretaciones, combinando mundos interrelacionados que se nutren entre sí (Ruiz, 2011).

“La realidad aumentada se ha convertido en una tendencia innovadora aplicable a un sinnúmero de áreas, con el objetivo de mejorar la percepción del mundo al usuario. Así, se evidencia un crecimiento a pasos agigantados en la aplicación de la realidad aumentada, no solo en el ámbito comercial, sino también científico, educativo, turístico, automotriz y social. Lo anterior, permite hablar de una revolución tecnológica que brinda una ampliación en los ámbitos de aplicación de la realidad aumentada, así como su uso por una gran cantidad de usuarios” (Rigueros, 2017, pág. 261).

2. MARCO DE REFERENCIA

El proyecto "ValpARaíso Mural" busca combinar la tecnología de realidad aumentada con la promoción del arte urbano y la cultura de la ciudad de Valparaíso. A través de una aplicación móvil interactiva, los usuarios podrán explorar los murales de Valparaíso mientras reciben información detallada sobre su historia, contexto y los artistas detrás de estas expresiones artísticas. Además, la aplicación presentará una guía virtual en forma de un perro que acompañará a los usuarios en su recorrido, ofreciendo una experiencia educativa y lúdica.

Existen diversos proyectos que guardan relación con ValpARaíso Mural, presentamos algunos:

2.1 BooksOnWall:

Este proyecto nació en 2019 en Uruguay. Es un colectivo integrado por diversos artistas, creativos y profesionales que van contando historias por diversos países, logrando una conexión entre las personas y su territorio y dando valor a sus propios relatos mediante arte y de las nuevas tecnologías, ya que es una aplicación con realidad aumentada (RA), brindándole a los usuarios una experiencia inmersiva inolvidable al visualizar las obras con esta tecnología, como si estos cobraran vida, con estímulos visuales y auditivos.

Ese proyecto es muy similar en cuanto a la temática y estética con ValpARaíso Mural, puesto que también los murales cobran vida al usar la app con RA, ofreciendo al usuario disfrutar de una experiencia transmedia y vivir un cuento a través del arte urbano. Cada mural es una página que interactúa con el dispositivo móvil y expande el recorrido con realidad aumentada, sumando narración, animaciones, sonidos, voces de los personajes, mapa, entre otros. En ValpARaíso Mural se pretende también que la experiencia sea más allá de lo visual, puesto que incorporará sonido y un personaje guía.



Imagen: captura web Booksonwall.

2.2 GraffAR:

Es una app de murales con realidad aumentada en la ciudad colombiana de La Estrella, donde se fusiona el arte urbano y la RA, invitando a los visitantes a vivir experiencias inmersivas con los murales de esa localidad, los que fueron pintados especialmente para la ocasión por el proyecto SepBIO - Sistema de Espacio Público para la Biocidad, con el objetivo que los ciudadanos tengan espacios públicos de calidad, donde los protagonistas son los murales que reflejan tradiciones culturales y patrimonio ambiental.

GraffAR es un proyecto muy parecido en cuanto a lo estético con ValpARaíso Mural, puesto que transforma una zona de murales, en una experiencia inmersiva para los visitantes, con coloridos murales, que son parte del territorio y que embellece una zona turística de un país. El visitante puede experimentar y ver cosas que en el mural pintado no están, abriendo un mundo sonoro y visual en RA a través de su aplicación móvil.



Imagen: captura web GraffAR.

2.3 Mapa interactivo Caídos de Malvinas:

Mapa interactivo creado en 2023 que muestra el lugar donde murió cada soldado en la Guerra de Malvinas (no exacto, pero sí muy aproximado), entregando datos biográficos como una reseña personalizada que describe quiénes eran y que función cumplían estas personas. La herramienta tecnológica ilustra e informa, de forma personalizado, sobre la trayectoria de quienes murieron en dicha guerra.

Este trabajo, a pesar de ser una temática muy diferente a los que son los murales artísticos, sí guarda una relación en cuanto a la información que ofrece o, mejor dicho, a cómo la ofrece, ya que ubica en el mapa diversos hitos con información de cada uno, los usuarios pueden recorrer la zona geográfica y pararse en el punto que les interese obteniendo información que buscan.

Uno de los puntos destacados es la colaboración que hacen los usuarios aportando nuevos datos sobre los caídos en Malvinas, tal como se pretende en ValpARaíso Mural, que los usuarios puedan expandir la experiencia más allá de la app aportando nuevos contenidos.

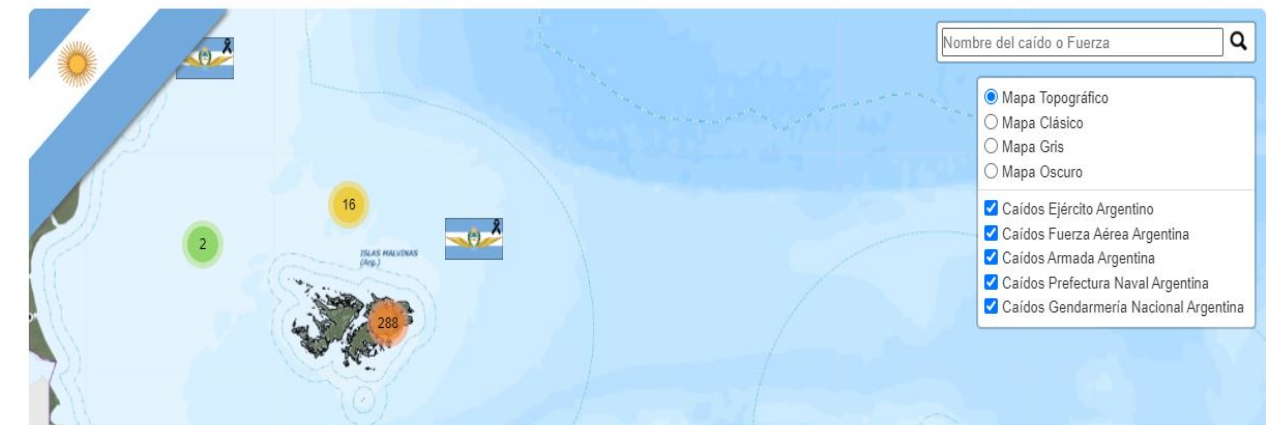


Imagen: captura web: Mapa Interactivo “Caídos de las Malvinas”.

3. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y ANÁLISIS FODA

A continuación, se describen los principales factores relacionados con el entorno que rodea al proyecto, presentando un análisis del microentorno y del macroentorno.

3.1 Análisis del microentorno

3.1.1 Competidores

En relación con los competidores del proyecto Valparaíso Mural están algunas plataformas que cuentan con servicios similares al propuesto por ValpARaíso Mural como: SuelAR, proyecto de la PUCV y del Grupo de Trabajo Zona Costera de Playa Ancha. Es una aplicación que utiliza realidad aumentada para permitir a los usuarios ver el fondo marino a través de un mural pintado en la vereda de la Avenida Altamirano, cerca de la Playa Las Torpederas. Sin embargo, este competidor, en cuanto a audiencia, temática y tecnología, presenta limitaciones, ya que su alcance se reduce a algunos metros en la Avenida Altamirano, ofreciendo una experiencia localizada sin elementos novedosos que incentiven la exploración más allá de ese espacio específico.

En segundo lugar, está la institución Valpo Street art, la cual difunde el arte urbano de la ciudad con la información del autor y la ubicación, el proyecto cuenta con

financiamiento FDNR a cargo de un fotógrafo profesional y en el colaboran diversos colectivos (@grafitti_cl, valparaiso.encolores y @callegeo.cl). Pero cabe destacar que lo planteado por este no es más que una vitrina de murales publicados en su perfil y no posee ninguna tecnología novedosa para la visualización de los murales. Es competidor porque difunde el arte urbano de la ciudad, y la audiencia podría ser la misma (interesados en el arte urbano) pero funciona principalmente como una vitrina de murales en redes sociales y no ofrece ninguna tecnología novedosa para la visualización de los murales. Además, carece de la experiencia interactiva que propone "Valparaíso Multicolor" con la realidad aumentada.

Y finalmente, en tercer lugar, está la web tourdelgraffiti.com, página que ofrece tour privados, grupales y escolares por murales porteños menos conocidos, a fin recorrer zonas menos típicas y relevar el trabajo de muralistas que han dejado su trabajo en otros lados de la comuna. A pesar de ofrecer los citados recorridos y la audiencia podría ser la misma, no proporciona una experiencia única a través de la realidad aumentada. Su enfoque se centra en las visitas a los murales, sin invitar a los usuarios a participar activamente en la expansión del universo transmedia, como lo propone el proyecto principal.

Aunque estas plataformas comparten ciertos elementos relacionados con el arte urbano, ninguna ofrece la combinación única de realidad aumentada, participación activa de la comunidad y una experiencia transmedia que propone "ValpARaíso mural". Sin embargo, se destaca la posibilidad de colaboración y alianzas que podrían enriquecer el proyecto principal a través de la contribución de información, material o asociaciones colaborativas.

3.1.2 Suministradores

En este grupo se encuentran aquellos que proporcionarán los recursos y servicios necesarios para el desarrollo y la operación de la aplicación ValpARaíso Mural. En este contexto podemos mencionar a los diferentes artistas, quienes pintan en forma individual o colectiva los diferentes murales repartidos por la comuna: INTI, Un Kolor Distinto y Giova, entre otros. Estos últimos serán consignados en un catastro para tener el registro.

También, podemos destacar a la Municipalidad de Valparaíso con su proyecto Arcoíris, que busca repintar con murales cerca de 6.000 metros lineales de fachadas en el plan de la ciudad, partiendo por la calle Condell. Gracias a esta iniciativa, el proyecto ValpARaíso Mural, puede incluir en una de sus rutas todos estos murales que ya están pintados en las fachadas de los negocios de la ciudad y además obtener información, mediante sus creadores, del significado de cada obra, las

motivaciones que llevaron a realizarlos y otros datos, que pueden quedar registrados en cápsulas de contenido YouTube.

En este apartado también podemos destacar a empresas como Imova.cl, desarrollador de RA, cuenta con más de 8 años de experiencia en el rubro y numerosos y destacados proyectos realizados, por lo cual se convierte en un candidato para poder ser el ejecutor, en cuanto a AR, del proyecto en cuestión.

3.1.3 Instituciones

En cuanto a las instituciones, podemos mencionar al gobierno local y comunal, entidades como Sernatur, Corfo, Sercotec, quienes pueden influir en la realización, promoción, financiamiento y regulación del proyecto, ya sea con fondos, alianzas estratégicas, y/o difundiendo información del proyecto para llegar a más usuarios.

En segundo lugar, están las organizaciones o colectivos de arte urbano (como Un Kolor Distinto, Valparaíso en colores, entre otros), galerías culturales como: Bahía Utópica, Escala Galería, El Gato Tuerto, entre otras; quienes se han dedicados a fomentar, desarrollar y relevar el patrimonio artístico de Valparaíso.

Y, en tercer lugar, podemos destacar a las empresas turísticas y hoteleras de la comuna, ya que al estar relacionadas con el turismo podrían beneficiarse de la promoción de la aplicación y contribuir a su difusión, ampliando el alcance del proyecto y atrayendo a un público más amplio. Aquí también tienen cabida las entidades relacionadas con la industria de cruceros que recalán en la ciudad, puesto que son las encargadas de proveer insumos y servicios a los turistas que viajan en los barcos, ofreciendo tour guiados por la ciudad (a modo de estadística y según proyección de la Empresa Portuaria de Valparaíso (EPV), se esperan 35 recalas con más de 50 mil turistas para la presente temporada, los cuales podrían ser potenciales usuarios de la aplicación.

3.2. Análisis del macroentorno

3.2.1 Entorno Demográfico

La Región de Valparaíso, en su parte continental, ocupa una posición central en el país, estableciendo conexiones tanto con la capital como con la macrozona central de Chile. Sus límites geográficos incluyen la región de Coquimbo al norte, la Región del Libertador Bernardo O'Higgins al sur y el Océano Pacífico al oeste. La superficie

total de la región abarca 16.396 km², y se encuentra en coordenadas geográficas que oscilan entre los 32° 02 y 33° 57 grados de latitud sur y desde los 70 grados de longitud oeste hasta llegar al océano Pacífico. Asimismo, la región comprende Rapa Nui, San Félix, San Ambrosio y el archipiélago de Juan Fernández (BCN, 2023).

De acuerdo con las mediciones realizadas por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) la extensión territorial regional representa el 2.17% del territorio total de Chile, tanto continental como insular. Desde una perspectiva política y administrativa, la región se encuentra subdividida en 8 provincias y 38 comunas.



Imagen: datos demográficos sobre la población en la comuna de Valparaíso. Fuente: INE.

Según la Estrategia Regional de Desarrollo de Valparaíso 2010-2020, la economía de la región se caracteriza por su diferenciación geográfica en valles, litoral, zonas urbanas y territorios insulares (Rapa Nui y Juan Fernández, entre otros). Por su parte, en los valles predominan las actividades de minería en expansión, así como las tradicionales actividades silvoagropecuarias y de agroindustria. En el litoral, las actividades vinculadas al desarrollo portuario y pesquero son las principales, especialmente, en los puertos de San Antonio y Valparaíso. En las zonas urbanas del gran Valparaíso, Viña del Mar y Concón, se destacan el sector de servicios a empresas y personas, actividades portuarias e industria, empresas tecnológicas y

el turismo cultural. Por otro lado, en los territorios insulares coexisten actividades pesqueras y turismo de intereses especiales.

3.2.2 Entorno Turístico

La ciudad de Valparaíso presenta algunas zonas turísticas emblemáticas, como lo son los cerros Alegre y Concepción, los cuales han mutado desde un uso residencial a turístico lo que ha transformado el destino de estas dos áreas. Esto, por una parte, ha valorizado las viviendas y mejorado el equipamiento urbano y al mismo tiempo, genera un descontento por la pérdida de vida de barrio y formas de vulnerabilidad de residentes históricos con dificultades económicas para conservar y mantener sus viviendas (Cáceres, 2019).

A pesar de esta situación, Valparaíso se caracteriza por ser un importante destino cultural, con una impresionante riqueza patrimonial, lo que en gran medida motiva a un particular grupo de personas a visitarlo. En términos generales los visitantes de Valparaíso son especialmente jóvenes y adultos sobre 49 años, con educación superior, que viajan en pareja y con hijos, y cuya renta promedio es casi en un 69% menor a 1480 dólares. Su principal motivación el deseo de conocer sitios nuevos, degustar su gastronomía y la fama y reputación turística de la ciudad, guiados mayormente por recomendación de amigos y familiares e información encontrada en Internet (Moreno, Pérez, Oyarce y López, 2016).

En relación con el perfil sociodemográfico de las personas que visitan la ciudad de Valparaíso, Moreira y Martín (2019), destacan que cerca del 80% ha visitado la ciudad en más de una oportunidad y un 43% lo ha hecho más de 3 veces, lo que demuestra la fidelidad del destino por parte de esos visitantes, quienes podrían volver a venir.

Según los estos autores los visitantes realizan una estancia que dura generalmente de 3 a 7 días y donde el 17% de los encuestados se define como excursionistas, es decir, visitas de sólo un día sin pernoctar en la ciudad.

En cuanto a la procedencia de estos turistas, un 52% corresponde a nacionales y, en los registros internacionales, casi un 20% corresponde a visitantes argentinos, según la citada estadística.

En cuanto al tipo de alojamiento que usan estos visitantes, más de un tercio (34,2%) declara que usan las casas de amigos o familiares; mientras que la mayoría (algo más de la mitad) elije alojarse en hoteles: siendo los más solicitados los de 1 estrella y hostales.

En el análisis hecho por Moreira, Martín, Oyarce, y Moreno (2019), enuncian que lo más frecuente es viajar con pareja y con pareja e hijos, ascendiendo a un 40% de

los casos y el 30% lo hace con amigos o con compañeros de trabajo y un 28, 3% visita la ciudad como parte de un circuito turístico. En este sentido reseñamos que es bastante habitual el paquete turístico en autobús desde Santiago (...) Otras variables próximas a estas y que también varían conjuntamente son: el conocer más sobre el patrimonio, la valoración de la riqueza histórica y monumental, la edad y el país de origen” (Moreira, Martín, Oyarce, y Moreno, 2019, pág. 1015).

TABLA 1
Principales variables sociodemográficas

Variable	Indicadores	%
Sexo	Varón	50,6
	Mujer	49,4
Edad	Menos de 30 años	31,8
	30-39 años	20,0
	40-49 años	25,4
	50-59 años	13,1
	60-69 años	8,1
	70 años o más	1,7
Enseñanza	Enseñanza primaria	15,0
	Bachillerato	34,3
	Titulado universitario	44,0
	Postgrado/Máster universitario	6,7
País	Chile	52,3
	Argentina	19,5
	Estados Unidos	10,0
	Brasil	4,5
	América (otros países)	6,9
	Europa	6,4
	Asia (Japón)	0,5
Ingresos	Menos de 480.000 pesos	22,6
	De 480.000 a 690.000 pesos	19,7
	De 690.001 a 1.000.000 pesos	26,6
	De 1.000.001 a 1.700.000 pesos	18,8
	De 1.700.001 a 2.400.000 pesos	6,2
	Más de 2.400.000 pesos	6,2

Imagen: tabla de variables sociodemográficas. Fuente: “Turismo y patrimonio. El caso de Valparaíso (Chile) y el perfil del turista cultura”.

3.2.3 Entorno Tecnológico

En toda sociedad el desarrollo de tecnología es responsabilidad compartida entre los individuos, las instituciones y el gobierno, es así como cada sociedad definirá de diferente manera lo que significa el término y cómo este influye en su realidad (Maldifassi, 2018).

Es así como Maldifassi (2018) concluye que, diferencias en las interpretaciones atribuidas al concepto de tecnología, así como notables disparidades en la percepción del impacto que esta tiene en la vida de las personas. Además, se

constató la existencia de un grupo reducido de encuestados que expresan una visión desfavorable respecto a la contribución de la tecnología a sus vidas. En este sentido, la investigación sugiere la implementación de políticas públicas que fomenten la innovación y el desarrollo tecnológico orientado a sectores con menores recursos económicos, con el objetivo de facilitar su aprovechamiento de los avances tecnológicos.

Por otro lado, Maldifassi (2018) indica que, después del Gobierno, son las empresas, seguidas por las universidades, las instituciones a las que se les otorga una gran importancia en el desarrollo de la tecnología a nivel nacional. Asimismo, se concluye que no hay un consenso entre los individuos acerca de las causas que explicarían nuestro nivel relativamente bajo de desarrollo tecnológico. Sin embargo, las razones atribuidas por los participantes pueden clasificarse en cuatro categorías: educación deficiente en general, escasa inversión en tecnología, baja inversión gubernamental en tecnología, y una perspectiva fatalista que sugiere que el país no puede avanzar más allá de sus actuales logros, señalando así que "el Estado desempeña un papel crucial tanto para impulsar como para obstaculizar el desarrollo y la implementación de tecnologías, así como tiene un papel muy importante en el fomento de la capacidad innovadora de sus sociedades" (Maldifassi, 2018, p.55).

Si consideramos lo citado por el autor, se pueden explorar diversas iniciativas que se relacionen con el proyecto "Valparaíso Mural", como realizar alianzas con empresas de telecomunicaciones para mejorar la conectividad en Valparaíso (especialmente donde están los murales), impulsando redes 4G y 5G que potencien la experiencia de los usuarios de la app, permitiendo una interacción más fluida y enriquecedora con la aplicación móvil. También, se podrían fomentar asociaciones con empresas tecnológicas locales para invertir en el desarrollo de nuevas funcionalidades para la aplicación, especialmente con la AR y; buscar apoyo gubernamental para proyectos tecnológicos como el de esta iniciativa, puesto que la obtención de financiamiento y respaldo gubernamental podría facilitar la implementación de mejoras tecnológicas y la expansión del proyecto a nivel regional.

3.2.4 Entorno Cultural

El gran hito en la historia de Valparaíso es su inclusión en la lista de sitios designados como Patrimonio Mundial por la UNESCO, de acuerdo con la Convención de París de 1972. Este reconocimiento a nivel mundial ha conllevado un incremento considerable en la demanda turística y la ampliación de la gama de servicios vinculados a esta actividad, además de propiciar un auge en la economía del reciclaje en ciertos barrios de la ciudad (Andueza, 2009).

Esta denominación y otras variables que tienen que ver con una larga tradición de una ciudad puerto, permiten que la Región de Valparaíso sea conocida tanto a nivel nacional como internacional por la destacada presencia de sus artistas y creadores. La zona cuenta con notables espacios culturales a nivel comunal y regional que facilitan la difusión en el territorio, la conexión entre creadores, el desarrollo de nuevas propuestas y la preservación de expresiones culturales propias. El ámbito educativo, vinculado a instituciones universitarias y de educación superior, contribuye al desarrollo a largo plazo de diversas áreas y disciplinas y en gran medida este desarrollo tiene que ver con la posibilidad de acceder a fondos que permiten la ejecución de proyectos de tipo artísticos y culturales, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (MINCAP, M. d., 2023)

en la región de Valparaíso, se ha observado un aumento del 98% en el monto total de fondos adjudicados entre los años 2012 y 2016. En este último año, se destinaron 2.473 millones de pesos, la segunda cifra más alta en el período después del año 2014 (2.484,9 millones de pesos). Se registraron un total de 1.579 proyectos postulados en el año 2016, de los cuales solo 279 lograron ser seleccionados. Es decir, solo el 18% de los proyectos obtuvo financiamiento, una proporción que se mantiene constante a nivel nacional. (MINCAP M. d., 2023, pág. 47)

La sinergia entre el proyecto "Valparaíso Mural" y el potente contexto cultural de la ciudad se convierte en un factor clave para enriquecer la experiencia y fortalecer los lazos con la comunidad. Valparaíso, que goza de una rica herencia cultural, refleja un notable interés por parte de su población (y de la visitante) en manifestaciones artísticas y eventos culturales destacados como el Festival Puerto de Ideas, la Noche de Balcones o los Carnavales Culturales, entre otros acontecimientos afines que gozan de gran éxito. La incorporación de elementos culturales locales en los murales no solo responde a este arraigado interés, sino que también fomenta una conexión más profunda entre el arte urbano y la identidad cultural de Valparaíso.

3.3 Análisis FODA

En el contexto del proyecto "ValpARaíso Mural", es esencial realizar un análisis FODA para comprender a fondo las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que enfrenta esta iniciativa. Valparaíso, con su rica historia, diversidad cultural y entorno pintoresco, representa un lienzo perfecto para el desarrollo de un proyecto como este, que busca fusionar el arte, la cultura y la comunidad en una experiencia multicolor única.

Este análisis contiene los elementos internos que potencian o limitan el proyecto, así como los factores externos que podrían influir en su éxito.

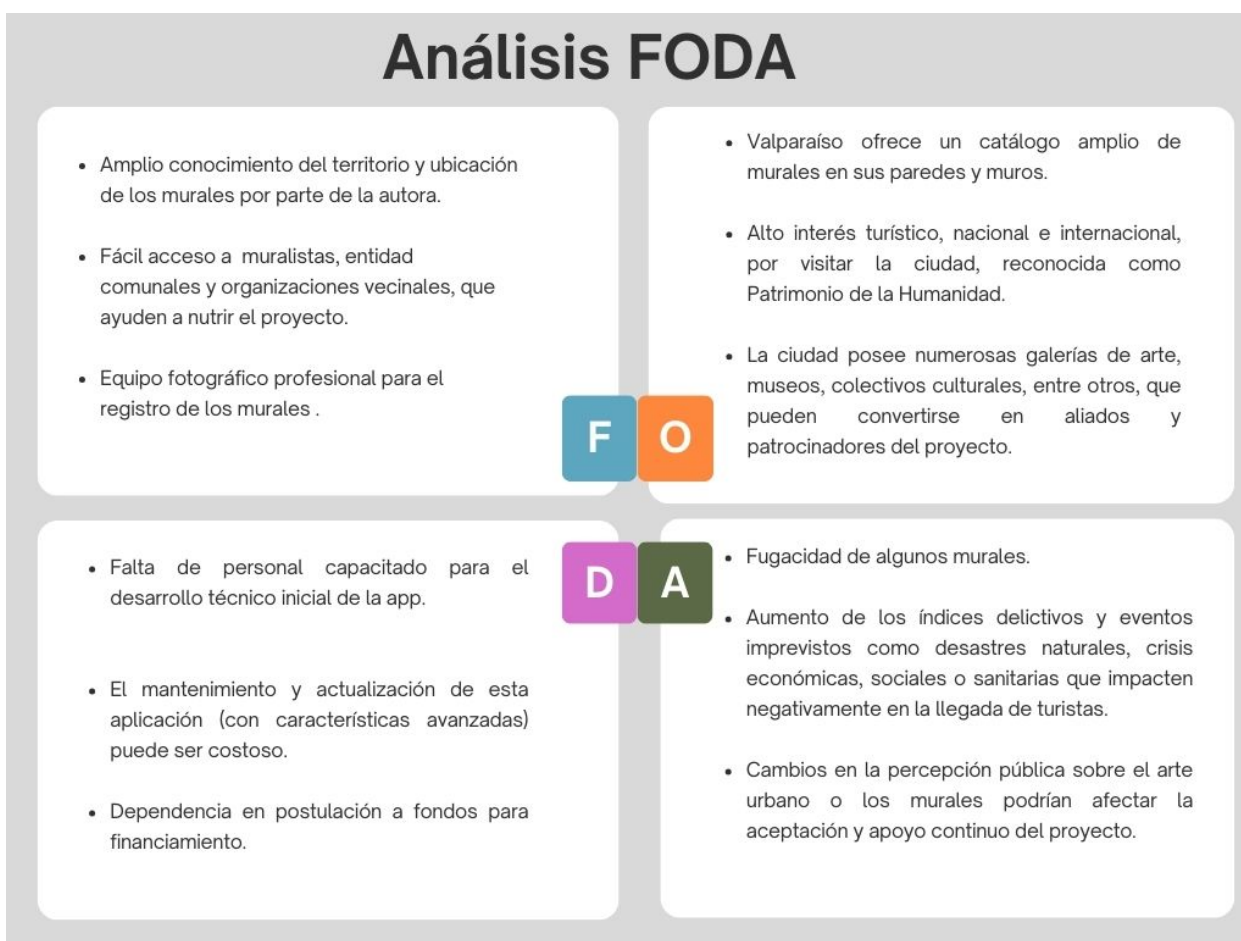


Imagen: FODA, elaboración propia, Canva.

4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y LAS AUDIENCIAS

Para conocer la pertinencia del proyecto ValpARaíso Mural se hizo una investigación del mercado, a través de una estadía corta donde se realizaron entrevistas a 4 personas, con seis preguntas para obtener información sobre necesidades, preferencias y expectativas con respecto a una aplicación con realidad aumentada. El cuestionario fue enviado a través de plataformas digitales como Facebook y WhatsApp.

En este enfoque, se recopiló información detallada a través de un cuestionario escrito, entrevistas con preguntas abiertas para obtener perspectivas sobre el proyecto de la aplicación móvil "ValpARaíso Mural".

4.1 Universo y muestra (audiencia objetivo):

Universo: la audiencia objetivo del proyecto "ValpARaíso Mural" abarca una amplia diversidad de personas interesadas en la promoción de la cultura, el arte urbano y la riqueza patrimonial de Valparaíso, que incluye a: turistas nacionales e internacionales que buscan experiencias culturales diferentes; residentes locales, quienes buscan un mayor conocimiento y aprecio por su ciudad; artistas urbanos que desean contribuir y exhibir su arte; gestores culturales y funcionarios gubernamentales interesados en el desarrollo cultural de Valparaíso; educadores y estudiantes de arte que buscan fuentes de inspiración; y empresas y patrocinadores que pueden colaborar en la promoción y difusión del proyecto.

4.2 Muestra:

Se entrevistó a cuatro personas que viven fuera de Chile (Argentina, España, Bélgica y Canadá), 2 son chilenas y dos extranjeras y cuyo rango de edades oscilan desde los 25 a los 45 años. Esta muestra de audiencia seleccionada para las entrevistas del proyecto "ValpARaíso Mural" es representativa de la diversidad de perspectivas que se busca obtener. La diversidad geográfica agrega un enfoque internacional a las entrevistas y permite capturar la percepción del proyecto desde diferentes contextos culturales.

En cuanto a su ocupación, los entrevistados fueron: un fotógrafo que aporta su visión artística y apreciación por la estética visual, una orfebre que entrega una perspectiva en la creación y valor del trabajo manual, un ingeniero que brinda un enfoque analítico, y una joven trabajadora administrativa de un hotel que representa a la juventud interesada en el proyecto con nuevas tecnologías.

4.3 Resultados:

1. Ante la pregunta: **En una era cada vez más digital y conectada, la tecnología desempeña un papel muy importante en la forma en que se relacionan las comunidades con su entorno. En su opinión, ¿cómo cree que la tecnología ha influido en la construcción de la identidad territorial y en las formas en que las**

personas interactúan con su entorno en su vida cotidiana, por ejemplo, con la expresión artística?

Los entrevistados consideran que la tecnología ha transformado la forma en que las personas se comunican y se relacionan, facilitando encuentros masivos y permitiendo a individuos con intereses comunes conectarse y expresarse. Esto ha creado oportunidades para que los jóvenes muestren sus talentos y creaciones de forma gratuita, y para que los creadores y artistas exhiban sus obras globalmente con un clic. Este cambio tecnológico se percibe como una revolución en la comunicación diaria que ofrece la posibilidad de construir una identidad territorial y regional mejorada.

2. Ante la pregunta: ¿Cree que las plataformas digitales están transformando la manera en que se puede mostrar y apreciar el arte urbano? ¿de qué manera? cuáles considera que son los beneficios y desafíos asociados a esta nueva forma de exhibir la creatividad a través de medios digitales?

Los entrevistados consideran que las plataformas digitales y las aplicaciones de arte urbano se perciben como un regalo en la era moderna, ya que permiten acceder a la expresión artística sin la necesidad de viajar. La idea es que estas plataformas ofrecen una valiosa herramienta para clasificar y expresar el arte de forma libre y accesible. Además, permiten a las personas conocer en tiempo real la historia y el contexto detrás de las obras de arte urbano. La transformación digital no solo afecta la forma en que se aprecia y muestra el arte, sino también la manera en que se accede a diversas formas de arte, desde lo urbano hasta los museos y las festividades populares. En última instancia, se considera que el mayor beneficio radica en la accesibilidad a la información, independientemente de la edad o la generación de las personas, que pueden acceder a ella directamente en sus dispositivos móviles.

3. Ante la pregunta: En el contexto de la promoción del arte urbano en Valparaíso, ¿cómo evaluaría la creación y utilidad de una aplicación móvil con tecnología de realidad aumentada y que ofrece un catálogo de murales de la ciudad y una guía para visitarlos? ¿Qué ventajas específicas crees que podría ofrecer esta plataforma en la promoción y preservación del arte urbano en la ciudad?

Las respuestas destacan la importancia de reconocer una obra como un elemento clave para distinguir entre vandalismo y expresión artística. Además, se subraya la necesidad de guiar a la juventud y promover la comprensión del arte urbano entre la comunidad local. Se considera que una aplicación móvil es una herramienta eficaz para mostrar el patrimonio artístico de la región, fomentar el interés de los jóvenes en la ciudad y su arte, y promover la visibilidad de los artistas. La creación de una aplicación que ofrezca arte característico de Valparaíso se evalúa como una

excelente idea, ya que brinda a los turistas un catálogo actualizado del patrimonio artístico de la ciudad que pueden explorar a su propio ritmo y deseo.

4. Ante la pregunta: ¿Piensa que una aplicación como esta sería especialmente útil para los turistas, amantes del arte, estudiantes o aquellas personas que quieran aprender más sobre la historia y cultura de la comuna de Valparaíso?

Los entrevistados manifiestan que la creación de una aplicación de este tipo es vista como una necesidad para atraer turistas y promocionar la cultura y diversidad de Valparaíso. Además, esta aplicación permite la creación de rutas de interés colectivo en lugares donde los artistas han dejado su huella. Es considerada una herramienta útil tanto para turistas como para los residentes locales que desean descubrir el patrimonio de la ciudad

5. Ante la pregunta: ¿Cree que la app ‘ValpARaíso Mural’ puede desempeñar un papel importante en la promoción y preservación del arte mural y turismo en Valparaíso?

Las respuestas indican que la expresión urbana, en todas sus formas, merece reconocimiento y preservación, ya que es una manifestación artística importante que atrae a visitantes a Valparaíso. La idea de una aplicación móvil es considerada creativa, accesible y beneficiosa para promocionar el turismo local. Además, esta aplicación permite la creación de rutas de interés colectivo basadas en las obras de artistas urbanos. En general, se ve la aplicación como una herramienta innovadora y práctica que invita a la exploración del patrimonio cultural de Valparaíso tanto para turistas como para residentes.

6. Ante la pregunta: ¿Cree que la app ‘ValpARaíso Mural’ puede desempeñar un papel importante en la promoción y preservación del arte mural y turismo en Valparaíso?

Las respuestas enfatizan la importancia de promover una aplicación de este tipo en las páginas oficiales de turismo de la V región y del país. Se argumenta que las aplicaciones móviles son ampliamente utilizadas y accesibles. Además, se destaca que la administración pública debería no solo respaldar, sino financiar completamente el proyecto, ya que promover el turismo local es responsabilidad de las entidades públicas. Se insiste en que una aplicación que destaca el patrimonio y la riqueza artística de la ciudad debe contar con el apoyo y la promoción de entidades públicas para que todos puedan beneficiarse de ella.

4.4 Diagnóstico

El planteamiento del problema, basado en las respuestas proporcionadas por los cuatro entrevistados, se centra en la necesidad de reconocer, promover y preservar adecuadamente el arte urbano (los murales en Valparaíso). La problemática radica en la falta de distinción entre expresión artística legítima y vandalismo (muchos de los grafitis), lo que dificulta la valoración y preservación del arte urbano. También, se destaca la falta de herramientas de información y orientación para turistas y residentes locales interesados en el arte urbano de la ciudad y se menciona la importancia de involucrar a la comunidad local, especialmente a la juventud, en la comprensión y preservación de este patrimonio cultural.

En este escenario, surge además la necesidad de una solución que potencie la experiencia de quienes exploran el arte urbano en Valparaíso. La respuesta a este desafío se percibe en la creación de una aplicación móvil integral. Esta plataforma se propone no sólo como un compendio informativo detallado sobre las obras y artistas urbanos, sino también como un medio para fomentar la apreciación del arte en el contexto urbano. Más allá de ser un mero repositorio de datos, se concibe como un espacio interactivo donde los usuarios puedan acceder a información relevante y también contribuir activamente a la construcción del significado de cada obra. La aplicación permitirá a las personas registrar sus experiencias, dejar comentarios y compartir datos valiosos sobre las piezas que visitado. Este enfoque participativo enriquecerá la comprensión colectiva del arte urbano en Valparaíso y fomentará la preservación de este patrimonio cultural. Es importante destacar también que la implementación y continuidad de esta solución demandarán el respaldo activo de entidades públicas, garantizando así su viabilidad y sostenibilidad a largo plazo.

4.5 Público objetivo

Una vez desarrollados tanto la estadía corta como el análisis de los entornos como el análisis FODA, se eligió al público objetivo del proyecto "ValpARaíso Mural", el cual se caracteriza demográficamente de la siguiente manera:

Edad: Principalmente adultos jóvenes y adultos de mediana edad, en el rango de 25 a 45 años, aunque no se excluye a personas de otras edades (menores y mayores) interesadas en experiencias culturales y tecnológicamente innovadoras.

El grueso de este público objetivo incluye a los “millennials”, grupo que según el autor se benefició de los grandes cambios, con acceso a Internet y a nuevas tecnologías (Lowe, 2011), por ende, están más familiarizados con estas nuevas tecnologías y plataformas.

Nacionalidad: Tanto turistas internacionales como visitantes nacionales interesados en explorar la cultura y el arte de Valparaíso.

En cuanto a los nacionales, el rango de edad escogido está dentro del mayor porcentaje de población existente en el país. (INE, 2017).



Imagen: Censo (edad de la población nacional y Región de Valparaíso, respectivamente). Fuente: INE, 2017.

En cuanto a la caracterización conductual y de intereses, el público objetivo se define por:

Interés en la cultura y el arte urbano (murales): Personas con un fuerte interés en la cultura y el arte urbano que buscan explorar el escenario artístico local y comprender la historia detrás de los murales.

Uso de tecnología móvil: Personas dispuestas a utilizar aplicaciones móviles y que valoran la innovación tecnológica en sus experiencias turísticas.

Participación en el desarrollo cultural y turístico: Incluye gestores culturales, artistas urbanos y personas interesadas en promover el arte urbano y el turismo cultural en Valparaíso.

Este público objetivo se alinea con la propuesta de valor del proyecto, ya que busca ofrecer una experiencia turística que combine el interés en la cultura y el arte urbano con la tecnología de realidad aumentada, atrayendo a aquellos que buscan experiencias auténticas y enriquecedoras en sus viajes.

4.6 Buyer persona

LUCAS

EDAD	38 años
SEXO	Masculino
PAÍS	Italia
EDUCACIÓN	Universidad
OCUPACIÓN	Profesor de Arte
ESTADO CIVIL	Casado

MOTIVACIONES
Descubrir y explorar los murales de Valparaíso como parte de su experiencia de viaje, capturar fotografías únicas, aprender sobre la historia y la cultura local.

NECESIDADES Y OBJETIVOS:
Encontrar una guía para descubrir los murales más famosos de Valparaíso.
Obtener información detallada sobre la historia y el contexto de los murales.
Utilizar la realidad aumentada para una experiencia inmersiva y única durante su visita a Valparaíso.

GUSTOS Y AFICIONES
Ver películas
Leer
Viajar
Pasar tiempo con amigos
Arte

REDES SOCIALES
f t i

Intereses: Arte urbano, viajes, tecnología.
Personalidad: Aventurero, amante del arte y la cultura.
Estilo de vida: Viajero frecuente, interesado en experiencias auténticas y menos turísticas.

Imagen: ejemplo buyer persona extranjero. Elaboración propia en Canva.

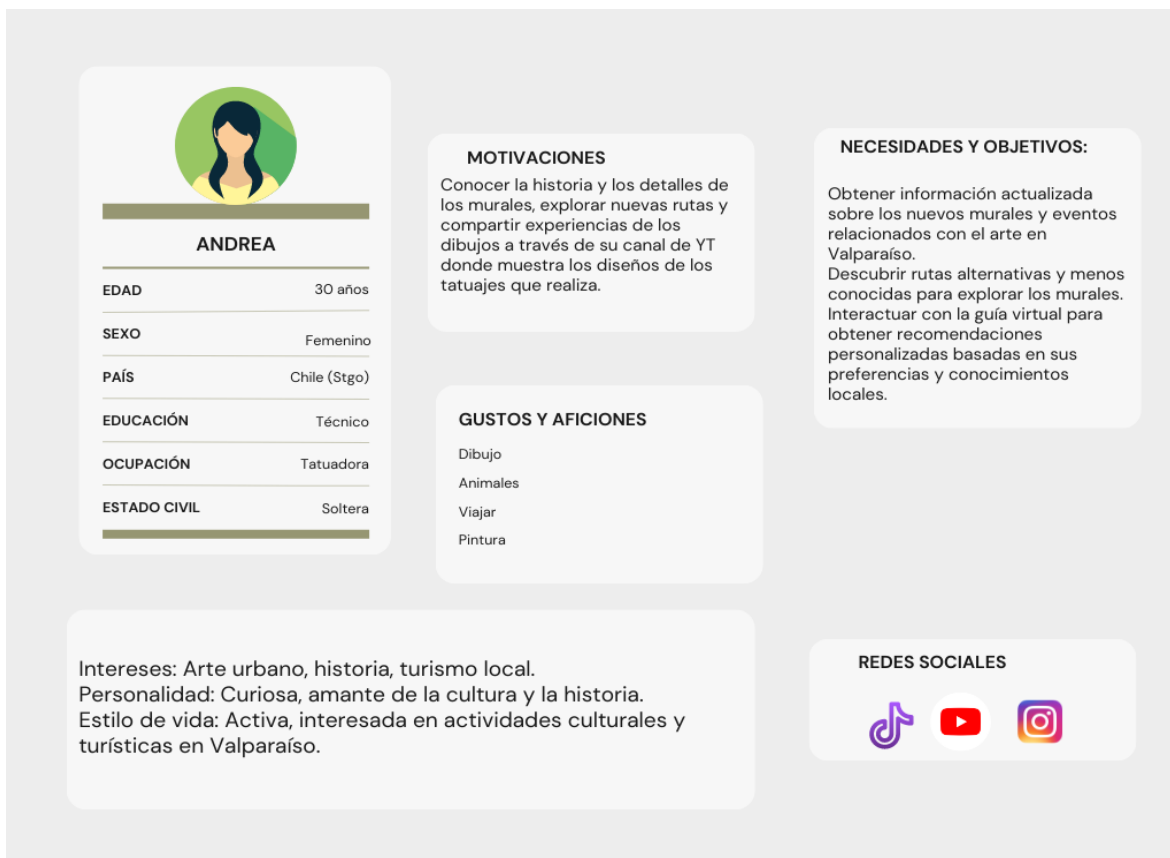


Imagen: ejemplo 2 buyer persona nacional. Elaboración propia en Canva.

Conclusión muestra:

La investigación de mercado y las audiencias para el proyecto "Valparaíso Mural" proporcionan una base sólida para comprender la viabilidad y relevancia de la aplicación con tecnología RA. La diversidad del universo y la muestra de la audiencia objetivo, que abarca desde turistas hasta residentes locales, artistas urbanos y gestores culturales, destaca la amplitud del interés en la promoción de la cultura, el arte urbano y la riqueza patrimonial de Valparaíso.

Los resultados de las entrevistas revelan una percepción positiva sobre el impacto de la tecnología en la construcción de la identidad territorial y la apreciación del arte urbano. La transformación digital se considera una herramienta revolucionaria que facilita la expresión artística, conecta comunidades y ofrece oportunidades para mostrar talentos de manera global. Además, se destaca el papel crucial que las plataformas digitales, como la propuesta en cuestión, pueden desempeñar en la accesibilidad, clasificación y promoción del arte urbano.

La creación de la aplicación móvil con realidad aumentada se evalúa como una idea excelente, especialmente para guiar a la juventud y promover la comprensión del arte urbano en Valparaíso. La herramienta se percibe como una solución efectiva para mostrar y preservar el patrimonio artístico de la región, fomentando el interés de los jóvenes y promoviendo la visibilidad de los artistas.

La problemática identificada se centra en la falta de distinción entre expresión artística legítima y vandalismo, así como en la carencia de herramientas de información y orientación para aquellos interesados en el arte urbano de la ciudad. La solución propuesta, una aplicación móvil interactiva, busca potenciar la experiencia de quienes exploran el arte urbano en Valparaíso, involucrando activamente a la comunidad en la construcción del significado de cada obra.

El público objetivo, conformado principalmente por adultos jóvenes y de mediana edad, demuestra un interés significativo en experiencias culturales y tecnológicamente innovadoras. La aplicación se dirige tanto a turistas nacionales e internacionales como a residentes locales, siendo una herramienta valiosa para aquellos que desean explorar la cultura y el arte de Valparaíso.

En conclusión, la investigación respalda la pertinencia y aceptación positiva del proyecto ValpARaíso Mural. La aplicación móvil con tecnología de realidad aumentada se presenta como una solución innovadora y práctica para la promoción, preservación y apreciación del arte urbano en Valparaíso, satisfaciendo las necesidades y expectativas de un público diverso y amplio.

5. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

Una vez que definimos claramente a nuestra audiencia y analizado diversos aspectos relacionados con su comportamiento, es el turno de delinear nuestra estrategia de posicionamiento para el proyecto "ValpARaíso Mural". Nuestra propuesta se fundamenta en convertirse en la primera aplicación de exploración artística mediante realidad aumentada en la ciudad de Valparaíso. A pesar de la presencia de plataformas similares, "ValpARaíso Mural" se propone marcar un hito tanto en calidad como en cantidad en la experiencia del arte urbano. Recorreremos los rincones de los cerros y centro de la comuna para ofrecer una variedad excepcional de murales, proporcionando a los usuarios una experiencia única y personalizada. A través de esta iniciativa, los habitantes locales asumirán el rol de co-creadores (prosumidores), participando activamente en la creación y disfrute de la riqueza artística que caracteriza a Valparaíso, ya sea informando sobre nuevos murales, creación, autores, historia, propuesta de mejores rutas, entre otros.

La idea es posicionar el proyecto como pionero en la integración de la tecnología de realidad aumentada en el arte urbano, subrayando a la aplicación móvil como una

herramienta innovadora que permite a los visitantes interactuar de manera única con los murales, brindando una experiencia inmersiva y contemporánea.

5.1 Propuesta de valor

La propuesta de valor del proyecto "ValpARaíso Mural" se basa en tres elementos claves:

Enriquecimiento de la experiencia turística: La aplicación ofrece una forma única de explorar Valparaíso al dar vida a los murales a través de la realidad aumentada. Permite a los visitantes descubrir historias ocultas y detalles que enriquecen su comprensión de la cultura y el arte urbano de la ciudad. Además, le ofrecerá al usuario un recorrido óptimo, con la propuesta de 3 rutas de murales, para optimizar su tiempo durante la visita (pero también estará la opción de hacer un recorrido libre).

Innovación tecnológica: La incorporación de tecnología de realidad aumentada representa una experiencia turística de vanguardia que atrae a aquellos interesados en la tecnología y ofrece una forma única de interactuar con las atracciones turísticas. La app ofrecerá no solo ver los murales con realidad aumentada, sino que les entregará un relato de cada uno de ellos, permitiendo ampliar los conocimientos en esa visita.

Promoción del arte urbano local: La aplicación no solo mejora la experiencia de los visitantes, sino que también destaca y promueve el arte urbano local, lo que puede tener un impacto positivo en la comunidad artística y cultural de Valparaíso. Aparte de la promoción, la app ayudará a albergar los murales, incluso si estos desaparecen.

6. OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS

6.1 Objetivo General

Desarrollar una plataforma digital en forma de una aplicación móvil (app) que guíe a los usuarios por los murales de Valparaíso con tecnología de realidad aumentada (RA).

6.2 Objetivos Específicos

-Guiar a turistas, tanto nacionales como extranjeros, interesados en explorar los murales de Valparaíso que son emblemáticos y representativos de la ciudad.

-Rescatar y difundir la historia de Valparaíso a través de sus murales, explorando sus orígenes, personajes destacados y eventos significativos, con el propósito de enriquecer el conocimiento de los turistas y residentes sobre la ciudad.

-Brindar una plataforma para dar visibilidad a los artistas que han contribuido a la identidad visual de Valparaíso a través de sus obras en murales. Esto no solo resalta su creatividad, sino que también fomenta la participación ciudadana en la apreciación del arte urbano.

-Establecer alianzas estratégicas con instituciones culturales y turísticas de Valparaíso con el objetivo de promocionar la plataforma y aumentar la afluencia de visitantes interesados en el arte y la cultura urbana, fortaleciendo la oferta turística de la ciudad.

-Gamificar la experiencia de explorar Valparaíso a través de un circuito muralístico que permite a los usuarios descubrir narrativas a través de estas obras de arte, fusionando el arte urbano, la geografía local y la tecnología para crear una experiencia inmersiva y transmedia.

6.3 Estrategias, tácticas y universo transmedia

Estrategias

6.3.1 Realizar una investigación detallada de los murales existentes en Valparaíso, identificando su ubicación, significado cultural, y detalles artísticos.

6.3.2 Establecer colaboraciones con artistas locales para la creación de contenido exclusivo de realidad aumentada, incentivando la participación de la comunidad artística.

6.3.3 Priorizar la usabilidad y accesibilidad en el diseño de la aplicación para garantizar una experiencia fluida y atractiva para nuestro público objetivo, y a la vez para usuarios de todas las edades y niveles de habilidad tecnológica.

6.3.4 Utilizar tecnología de realidad aumentada para superponer contenido digital en tiempo real sobre los murales, proporcionando información adicional, narrativas o elementos interactivos.

Tácticas

6.4.1 Llevar a cabo encuestas en la comunidad local para recopilar información sobre murales existentes, identificando sus ubicaciones y recabando datos sobre su significado cultural.

6.4.2. Desarrollar reuniones con artistas que pintaron los murales para obtener una colaboración directa y una comprensión profunda de lo pintado.

6.4.3 Realizar pruebas piloto de la aplicación con la comunidad local para obtener comentarios directos y ajustar la aplicación según las necesidades y expectativas locales.

6.4.4 Lanzar campañas de sensibilización antes del lanzamiento de la aplicación para educar a la comunidad sobre sus características, fomentando la anticipación y la participación.

7. Piezas y maquetas

7.1 Identidad corporativa

El proyecto "ValpARaíso Mural" está basado en una aplicación móvil diseñada para promover y ofrecer una experiencia interactiva centrada en los murales más destacados de Valparaíso mediante la realidad aumentada. Aunque no se limita a un género específico, se pueden considerar algunos subgéneros, como el arte y la cultura. La aplicación permite a los usuarios explorar y descubrir la diversidad de murales a través de la tecnología de realidad aumentada, fusionando la ubicación física con elementos digitales. Además, abarca aspectos relacionados con el turismo y los viajes, alentando a los usuarios a explorar y descubrir estas obras mientras recorren la ciudad. La aplicación proporciona información detallada sobre la ubicación e historia de cada mural, ampliando así la conexión entre el arte urbano, la tecnología y la rica historia cultural de Valparaíso.

El protagonista es Pancho, un perro callejero o "comunitario". En Valparaíso, al igual que muchas otras ciudades es común tener presencia de estos animales en las calles de la ciudad y forman parte del paisaje urbano. A lo largo de los años, estos animales se han convertido en una característica distintiva de Valparaíso y han sido objeto de atención y debate. Sin embargo, destaca de ellos ser un compañero fiel que se ha ganado un lugar especial en los corazones de los habitantes y visitantes de la ciudad y la reputación de ser un guía amigable que conoce cada rincón de la ciudad y parece tener un conocimiento innato de los lugares más emblemáticos y los recorridos más interesantes.

7.2 Logotipo



Imagen logo app. Adobe XD.

ValpARaíso Mural" es un nombre claro y directo que indica la ubicación (Valparaíso) y la naturaleza del proyecto (mural). La inclusión de un teléfono celular o *smartphone* dentro del logo sugiere la conexión con la tecnología, apuntando a la aplicación móvil del proyecto. El logo de AR (Augmented Reality) en la pantalla del smartphone indica que el proyecto está vinculado a la realidad aumentada.

La elección de la sigla "AR" (Augmented Reality, Realidad Aumentada en inglés) para el proyecto ValpARaíso Mural se basa en su universalidad y reconocimiento global. Se optó por la sigla en inglés para establecer una conexión instantánea con una audiencia más amplia y diversa, trascendiendo las barreras lingüísticas y facilitando la comprensión tanto a nivel local como internacional. Esta decisión contribuye a posicionar el proyecto como parte de un fenómeno tecnológico global, enfatizando su modernidad y atrayendo a una audiencia más amplia, interesada en experiencias innovadoras y actuales.

7.3 Tipografía y paleta de colores

Se eligió la tipografía Bebas Neue, diseñada por Ryoichi Tsunekawa, porque refleja modernidad, sus letras mayúsculas son altas y estrechas y grafica un estilo contemporáneo que combina con la expresión artística de los murales multicolores de Valparaíso. Además, posee un toque visual llamativo, geométrico e innovador, reforzando la conexión entre el arte urbano y la tecnología.

En cuanto a los colores base de la app, se optó por uno de la gama de los azules y otro de los celestes, esto debido a que buscan representar el mar y el cielo porteño, los que se visualizan tanto desde el centro como desde los cerros de la comuna.

|

Fuente tipográfica

BEBAS NEUE

A B C D E F G H I J K L M N

Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

CONUBIA ORCI NIBH FUSCE APTENT AMET PORTA IMPERDIET QUISQUE
INCEPTOS QUAM. SAGITTIS EUISMODO QUIS EU ULTRICIES RHONCUS
ADIPISCING UT TEMPOR TURPIS. MASSA VEHICULA IN SODALES
MOLESTIE ETIAM DICTUM VEL SEM. CUBILIA VIVAMUS DAPIBUS
EUISMOD SOCIOSQU PER CURABITUR. EUISMOD GRAVIDA ET ELEIFEND
INTERDUM ELIT CONGUE MALESUADA ENIM EGESTAS. CONGUE TACITI
TEMPUS NUNC AT DUI SODALES EFFICITUR QUISQUE EGESTAS LETIUS.

Colores



Hex: #084267



Hex: #3498DB

Imagen tipografía y paleta de colores. Elaboración propia.

7.4 Universo transmedia

El universo transmedia de ValpARaíso Mural, se centra en una plataforma troncal (app) y varios satélites (web, YouTube, redes sociales, talleres artísticos en colegios, alianzas con instituciones, entre otras) que entregarán diferentes experiencias al usuario.

b. Mapa interactivo: (dentro de la app): esta herramienta de geolocalización es clave dentro de la app, al entregar una representación visual de Valparaíso con marcadores que indican los puntos de interés relacionados con el proyecto, es decir, donde se encuentran los murales más importantes de la comuna (se debe tener activada la ubicación). Este mapa permitirá a los usuarios ubicar los murales en tiempo real a medida que exploran Valparaíso.

c. Juego (dentro de la app): consiste en un puzzle digital, donde el usuario podrá desarmar y armar un puzzle con las fotos que les tomen a los distintos murales que van a ir visitando y donde obtendrán recompensas por participar y batir récord, como, por ejemplo, insignias temáticas y descuentos exclusivos en tiendas que se asocien al proyecto. Los mejores jugadores accederán a contenido exclusivo, como imágenes detrás de escena y entrevistas con artistas y también, tendrán la oportunidad de participar en eventos especiales de arte urbano como festivales, conversatorios y hasta la posibilidad de proponer ideas para nuevos murales.

d. Sitio web: para ampliar su alcance y ofrecer una experiencia más completa a usuarios y colaboradores, proporcionará un espacio accesible desde diversos dispositivos. Además, servirá como un centro de información detallada, noticias y eventos, mejorando las estrategias de marketing y promoción. La integración de herramientas de colaboración artística y una comunidad en línea en la web fomentará la participación de artistas y entusiastas del arte urbano, fortaleciendo la presencia y la credibilidad del proyecto. Además, tiene un landing de acceso directo a compra de *merchandising* de los murales (tazones, papelería, ropa, etc.), una sección de fundaciones animalistas que velen por el cuidado de animales 'comunitarios', especialmente de perros. En el menú también hay un botón que lleva al apartado 'mural digital' donde los usuarios puedan dejar saludos, experiencias, reflexiones, etc; este espacio interactivo invita a dejar una huella personal en el lienzo virtual de la ciudad, donde los prosumidores podrán conectar y compartir.

Esta co-creación estará basada en: 1) 'Historias personales', permitirá a la comunidad compartir narrativas personales relacionadas con sus visitas a los murales, añadiendo un componente humano y emotivo al proyecto. 2) 'Rutas recomendadas por usuarios', aquí la audiencia compartirá itinerarios personalizados, destacando murales especiales y proporcionando consejos valiosos del recorrido. 3) 'Creación de arte colaborativo', para posibilitar la colaboración en la creación de obras digitales inspiradas en los murales, fomentando la expresión artística colectiva; entre otras que se generen a futuro.

Todas estas iniciativas no solo involucran a la comunidad de manera activa, sino que también generan una plataforma web mucho más dinámica y diversa que refleja la riqueza cultural y artística de Valparaíso.

e. Redes sociales: se utilizará la plataforma Instagram inicialmente (con perfil oficial) para compartir contenido relacionado con ValpARaíso Mural, donde se publicarán fotos, videos o reels. Se invitará a los usuarios a crear una 'Galería

colaborativa de fotos' para que compartan sus propias capturas de los murales, formando una experiencia visual diversa y enriquecedora. Además, se publicarán desafíos semanales en los que la comunidad será invitada a capturar y compartir fotos de murales específicos con temáticas de colores particulares. Por ejemplo, "Desafío del Rojo" o "Explora los Azules", para fomentar así, la participación activa y diversificará la galería de imágenes, donde podrán usar con hashtags como #valpARaísomural #muralesporteños.

f. YouTube: A través de esta plataforma, se expandirá la oferta de contenidos, incluyendo cápsulas informativas, 'making off,' entrevistas con artistas, visitantes y residentes locales, junto con otros materiales relacionados con el proyecto. Además, se transmitirán eventos en vivo vinculados al arte urbano, tales como festivales o conversatorios, brindando a la audiencia una experiencia directa. También se publicarán videos de recorridos virtuales en 360 grados, que permitirán a los espectadores explorar de manera inmersiva los murales de Valparaíso.

g. Alianzas con exposiciones y eventos (a futuro): buscar vinculación con exposiciones físicas en galerías o espacios culturales donde se exhiban obras artísticas o elementos relacionados con el proyecto ValpARaíso Mural, con el fin de generar interacción con los visitantes y promover la descarga de la aplicación. También se organizarán visitas a colegios para incluir al público más infantil, como parte de la difusión de la aplicación, es fundamental diseñar actividades que involucren a los estudiantes de manera creativa y educativa, como por ejemplo talleres para aprender técnicas de arte urbano, concurso de fotografía sobre los murales, taller de reciclaje artístico (crear murales con materiales reciclados), concurso de historias locales (con personales de murales), entre otros.

También está contemplado crear una galería itinerante con las obras más emblemáticas y conversatorios con algunos de sus creadores, para dar a conocer el proyecto en las diferentes comunas de la región.

Cabe destacar que esta estrategia busca solucionar el problema planteado en el proyecto, puesto que en Valparaíso, a pesar de la tradición artística representada en sus murales urbanos multicolores, se identifica una brecha en la promoción, accesibilidad y apreciación efectiva de este patrimonio cultural.

7.6 Mapa del sitio de la aplicación móvil

En la siguiente figura se puede revisar el árbol de navegación de la aplicación móvil ValpARaíso Mural donde se detalla su funcionamiento.

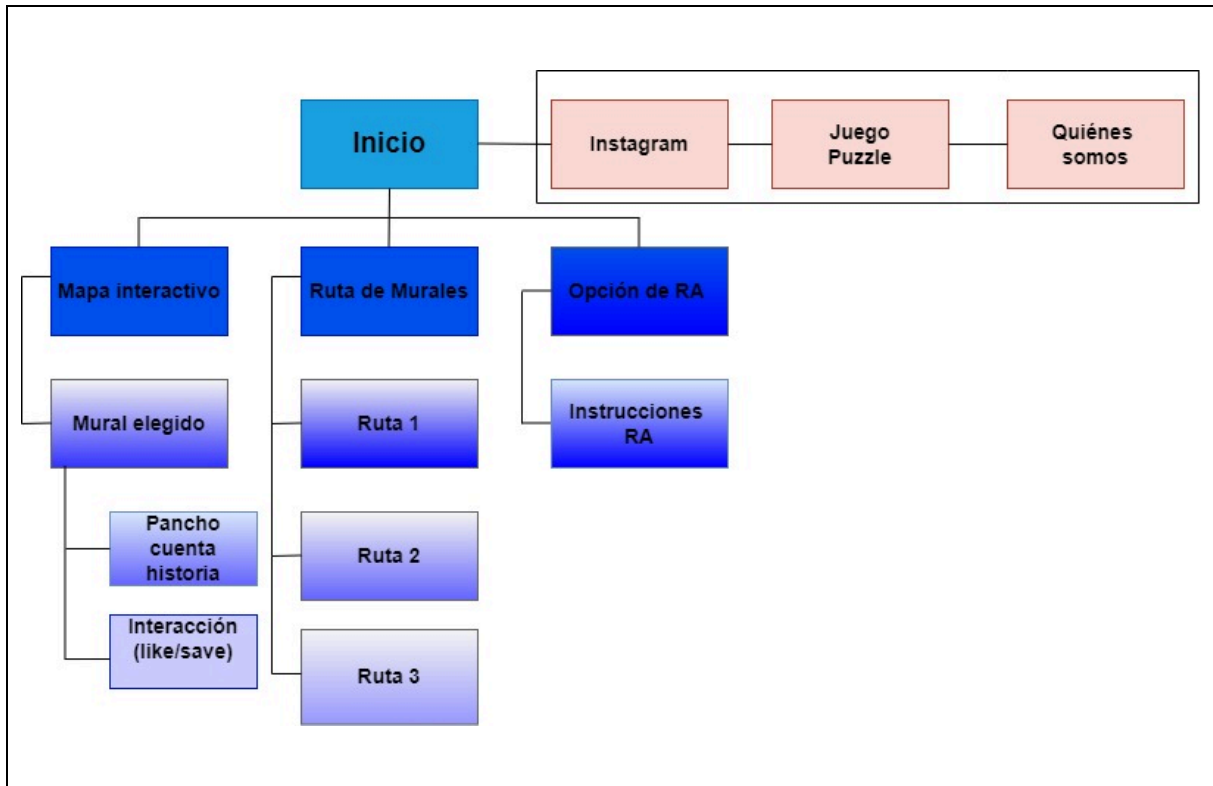



Imagen Mapa del sitio de la app. Elaboración propia, draw.io

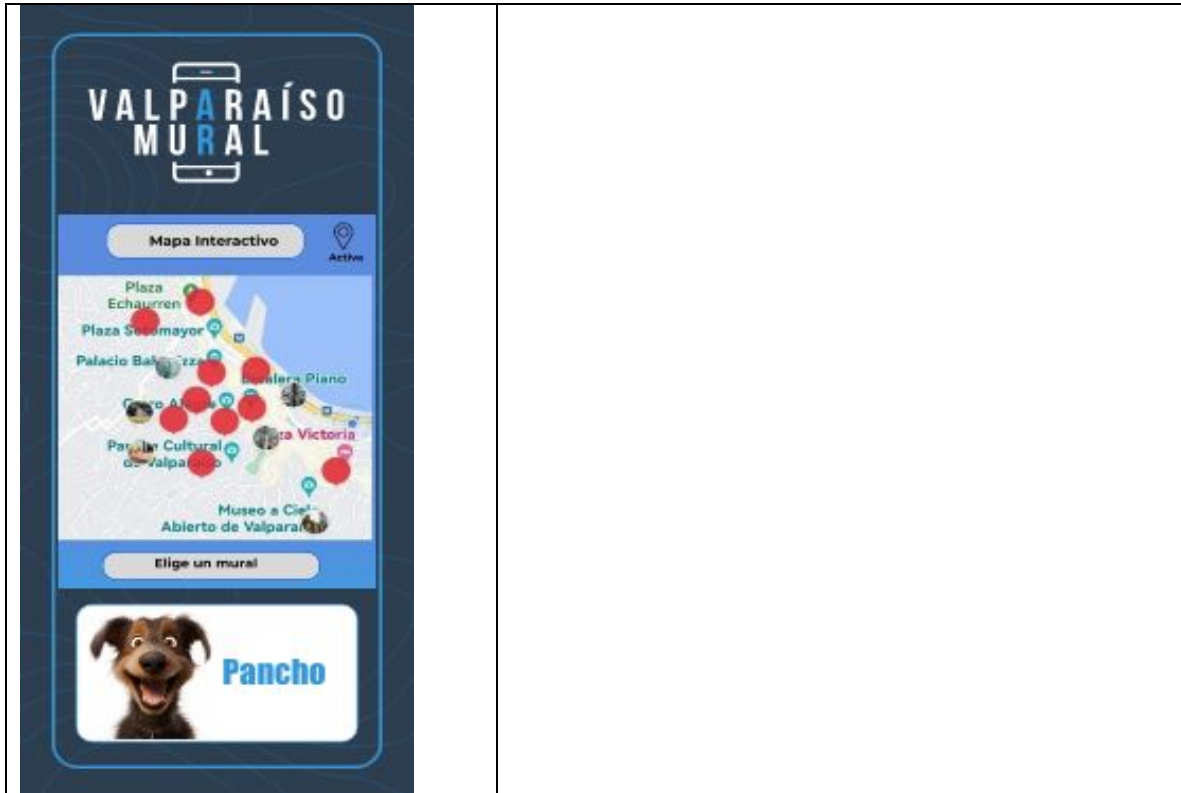
7.7 Maquetas

Como se explicó anteriormente, el medio trocal del proyecto es la aplicación móvil, a continuación, se presentan 4 maquetas:

Aplicación (app)

	<ul style="list-style-type: none">• Inicio: En esta puerta de entrada al mundo del arte urbano y narrativas inspiradoras, los usuarios se encontrarán con una 'bienvenida interactiva' con una pantalla animada que introduce al corazón del proyecto y el logo.
--	--

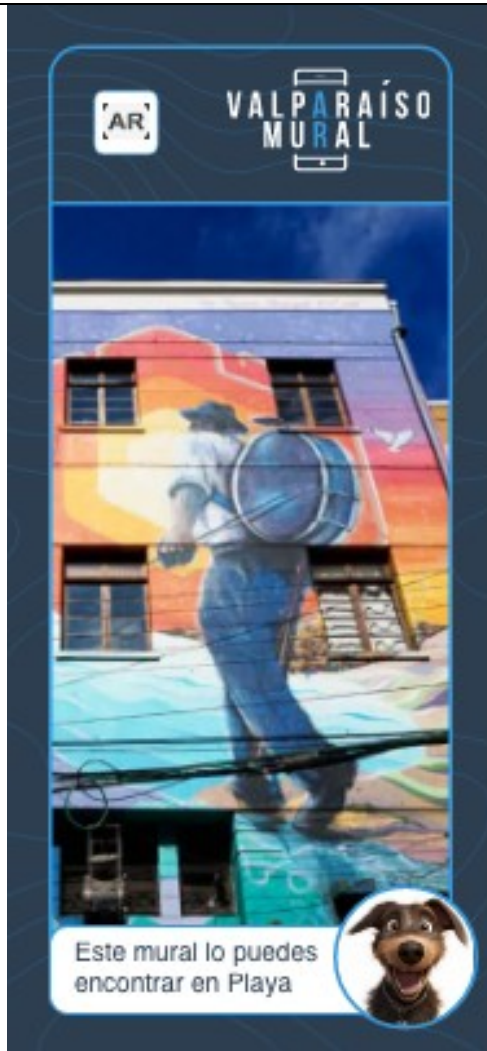
	<ul style="list-style-type: none">• Mapa interactivo para conocer la ubicación de los murales (si el usuario tiene su ubicación activa, podrá revisar donde se alberga cada mural.• También, se podrá encontrar un breve saludo del personaje 'Pancho'.
--	--



- Presentación de la realidad aumentada como elemento central del proyecto, donde se incluirán animaciones y elementos visuales en AR que ejemplificarán cómo será la experiencia que están próximos a vivir.
- Presentación del juego puzzle de la app, modo de uso y botón de acceso.
- Menú (elección de rutas), la app propone recorridos ya establecidos para facilitar la experiencia de los usuarios, especialmente de quienes visitan por primera vez la ciudad y quieren optimizar su tiempo. Pero los visitantes pueden tomar la opción libre y recorrer a su antojo y conveniencia.



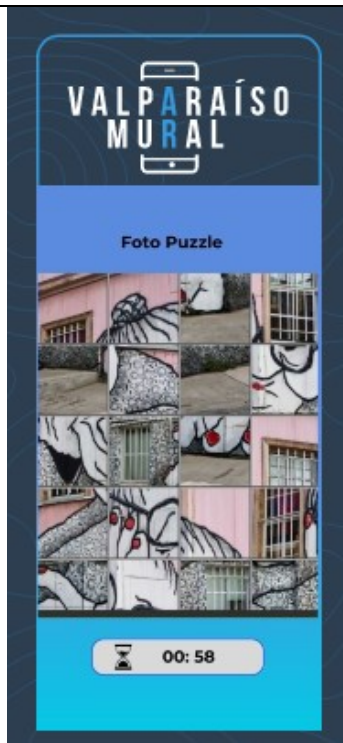
- Pancho cuenta su historia, junto a la relación que tiene con los murales y con los recorridos por Valparaíso.



- Una vez que se selecciona un mural, se pueden conocer los datos de la obra y su historia (año de creación, autor, significado, entre otros), con un relato escrito y sonoro, contado por el personaje Pancho, un perro comunitario digital.
- En la parte superior se encuentra el botón de AR, que es un llamado claro a la acción por parte de los usuarios para comenzar su experiencia de realidad aumentada. Si es la primera vez que utilizan la AR en la aplicación, podrán revisar un tutorial breve para saber cómo interactuar con esta tecnología y la visualización de los murales.
- Botones o enlaces directos a las redes sociales del proyecto para fomentar la participación y el intercambio de experiencias entre la comunidad. Acá existirá una integración directa con Instagram, permitiendo a los usuarios compartir fotos o videos de sus experiencias en realidad aumentada. Podrán usar con hashtags como #valpARaísomural #muralesporteños.

Acá el usuario aparte de dar like/me gusta o guardar la foto del mural, aportará creando una 'Galería colaborativa de fotos' para que compartan sus propias capturas de los murales visitados o bien subiendo otras de su ciudad o país que encuentre que guarda alguna relación.

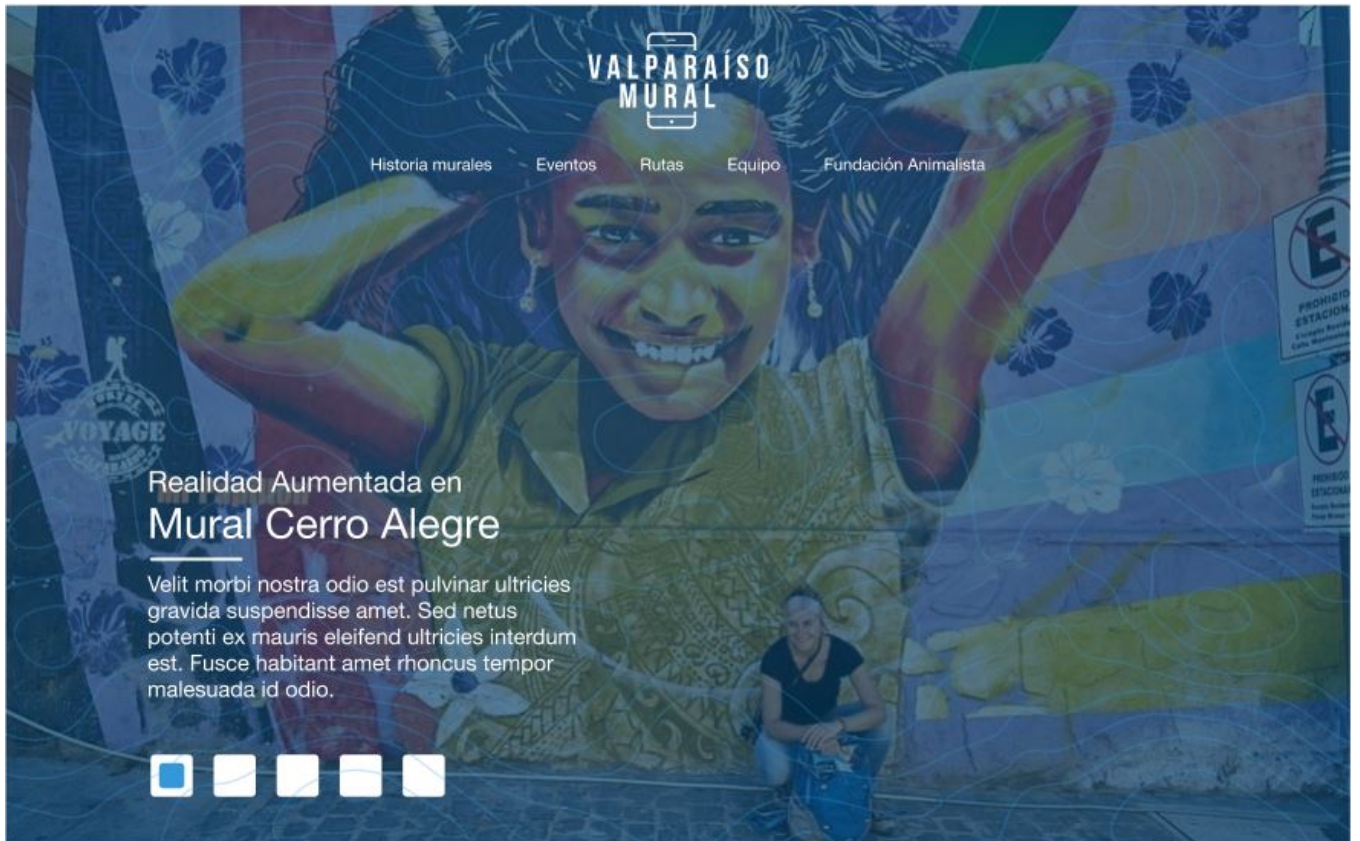
--	--



- Juego de puzzle, al interior de la app. Los usuarios podrán tomarle una foto al mural visitado, ingresarlo al juego y desarmar la obra para, con un reloj virtual, volver a armar el citado mural. El tiempo se sumará a un ranking que irá dando medallas virtuales a los más rápidos y descuentos exclusivos en tiendas que se asocien al proyecto. Los mejores jugadores accederán a contenido exclusivo.

Sitio web:

Visualidad el en sitio web ValpARaíso Mural, página de inicio, menú principal.



El sitio web, además, incluye una cartelera de eventos, que pueden o no estar relacionados con el arte urbano, pero sí con el ámbito cultural, a modo de que los usuarios puedan conocer las actividades que se desarrollarán alrededor de la ruta que harán.

Eventos



+ info

Litora volutpat tempus cras at facilisis mollis condimentum quisque pede. Leo nascetur magnis est non rhoncus integer arcu vitae.

- > 26 Enero 2024
- > Cerro Concepción
- > 15:00 horas



+ info

Litora volutpat tempus cras at facilisis mollis condimentum quisque pede. Leo nascetur magnis est non rhoncus integer arcu vitae.

- > 09 Febrero 2024
- > Cerro Bellavista
- > 18:00 horas

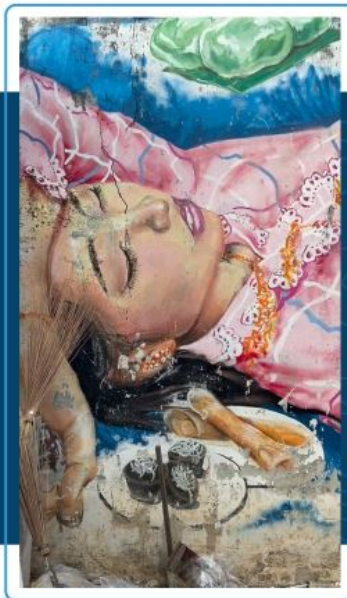


+ info

Litora volutpat tempus cras at facilisis mollis condimentum quisque pede. Leo nascetur magnis est non rhoncus integer arcu vitae.

- > 18 Febrero 2024
- > Pedro Montt 996
- > 15:00 horas

También, incluye una sección donde está la definición de la tecnología interactiva y muestra un demo de su aplicación y efectos.

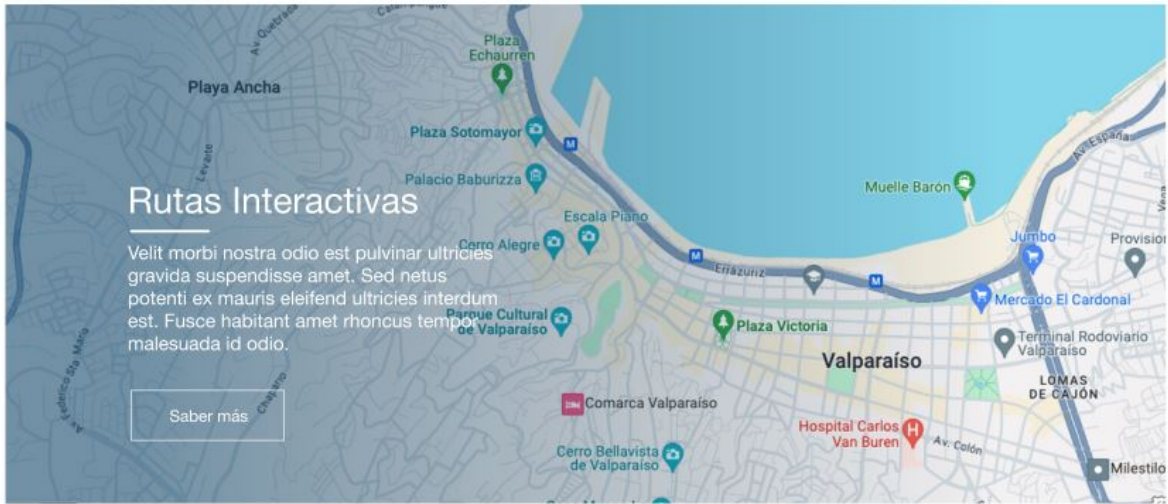


Tecnología Interactiva

Consequat nulla eu elit fames cras. Augue posuere neque tincidunt nisi dui. Mauris sociosqu porttitor urna non mattis tempor potenti habitasse ac penatibus. Ad tellus sodales feugiat pretium adipiscing accumsan tristique maximus. Aliquet laoreet dis tempor sagittis ex dolor taciti tempus.

Saber más

Otra sección de la página web incluye un mapa de la ciudad, para conocer de mejor manera las rutas propuestas por la aplicación y para que el usuario pueda guiarse con mayor facilidad.



Footer de la web, donde se muestra a los patrocinadores del proyecto.

Patrocinan



- Pancho

Personaje de la aplicación, Pancho, un perro comunitario de Valparaíso (animado), que acompañará a los usuarios guiando virtualmente por el mapa y contando las diversas historias y datos de cada mural.

El nombre de este perro animado no es casual, puesto que Valparaíso es conocido coloquialmente como 'Pancho', y esto basa su origen en algunas leyendas. Una de ellas relata que los marineros que se aproximaban a la costa y avistaban la iglesia San Francisco, ubicada en el cerro Barón, exclamaban desde la distancia: "¡Ahí está Pancho!". La torre de tonalidad rojiza funcionaba como un faro distintivo, destacándose entre los cerros y sirviendo como punto de referencia inconfundible para aquellos que, al divisarla, sabían que habían llegado finalmente a Valparaíso. Otros sostienen que la denominación se debe a la semejanza que tiene con la ciudad estadounidense de San Francisco, llena de colina que llegan al mar.

Este personaje 'comunitario' fue seleccionado por su capacidad para simbolizar la autenticidad y la identidad única de Valparaíso, ya que representa la diversidad cultural y las historias compartidas en las calles, tal como las que viven los perros de carne y hueso. Su participación busca establecer una conexión emocional con la audiencia, ofreciendo una experiencia más personalizada y memorable y, a la vez, pasar a ser un elemento diferenciador en el proyecto, agregando un elemento narrativo atractivo y reforzando su compromiso con los valores locales y el cuidado animal, creando conciencia sobre la tenencia responsable de mascotas, promoviendo la adopción y el respeto hacia los animales callejeros.

Pancho, un perro comunitario (animado en este caso), al igual que los murales es un elemento característico de Valparaíso.



8. Presupuesto

Para el proyecto ValpARaíso Mural se ha establecido un presupuesto a 12 meses, con una primera fase de implementación (4 meses). El proyecto “ValpaRAÍso Mural” buscará diversas fuentes de financiamiento como auspicios, patrocinios y subvenciones públicas y privadas. Los recursos que se necesitan para este proyecto serán inicialmente en base a postulaciones a fondos concursables (nacionales e internacionales).

8.1 Cofinanciamiento

A modo de ejemplo, se adjuntan tipos de fondos a postular en la primera etapa:

-Concurso Nacional Ciencia Pública de Espacios Públicos Regionales: Objetivo: promover el desarrollo e implementación, en las diferentes macrozonas del país, de espacios públicos y accesibles (abiertos o cerrados) dedicados a la divulgación y socialización de la Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación (CTCI), mediante el desarrollo de experiencias memorables. 50.000.000 millones de pesos. (<https://fondos.gob.cl/ficha/subciteco/cienciapublica-espacios/>)

- Fondo de Desarrollo Vecinal (FONDEVE) Fondo de Desarrollo Comunal (FONDECO) Subvención Municipal (Valparaíso): objetivo: actividades tales como el arte y la cultura, la educación, la capacitación, la salud, la asistencia social, el deporte y recreación, turismo, labores específicas en situaciones de emergencia de carácter social o de beneficios. 1.500.000 de pesos. (<https://www.fondos.gob.cl/>)

-Fondart: se postulará tanto a la convocatoria regional y nacional. Objetivo: apoyar el desarrollo de las artes, la difusión de la cultura y la conservación del patrimonio cultural de Chile. 10.000.000 millones de pesos. (<https://www.fondosdecultura.cl/>)

-FNDR 7% del Gobierno Regional de Valparaíso: El fondo concursable para el desarrollo social y comunitario del Gobierno Regional de Valparaíso, incluye varias áreas dentro de la postulación, en nuestro caso la correspondencia pertenece al turismo, puesto que el fondo apoya actividades que fomenten la participación ciudadana, la promoción del desarrollo en la región y la cooperación entre las instituciones públicas y privadas.

Otros fondos a considerar:

-Fondo Regional de Difusión: Esta convocatoria tiene por objetivo el financiamiento total o parcial de proyectos de visibilización pública y difusión, tanto a nivel local, regional, nacional e internacional, de una obra, actividad o acción suscrita a los ámbitos financiables por Fondart, con directa orientación, alcance e impacto en la comunidad a la que se dirige y en el territorio en el que se inscribe. Puedes utilizar alguno de los siguientes soportes: plataformas de difusión y comercialización, desarrollo de prensa, libros y revistas especializadas, televisión, piezas audiovisuales, radio, catálogos, registros fotográficos, publicaciones digitales o impresas, páginas web de exhibición de obras online, podcast, entre otros, que permitan relevar el o los ámbitos elegidos, considerando un adecuado y detallado plan de difusión. (<https://www.fondosdecultura.cl/difusion-fondart-regional-2024/>)

Fondo de la Unión Europea para la Cultura (programa Creative Europe): Si bien este fondo está dirigido principalmente a proyectos dentro de los países de la Unión Europea, este también permite solicitudes de proyectos internacionales en determinadas circunstancias (por ejemplo, si uno de los muralistas o socios del proyecto pertenece a un país miembro de la UE, como el caso de la autora). (<https://culture.ec.europa.eu/es/creative-europe/culture-strand/european-cooperation-projects>)

ÍTEM	Monto (anual)
Honorarios	
Coordinación	\$ 9.000.000
Encargado de contenidos	\$ 3.600.000
Traductor	\$ 3.600.000
Programador	\$ 12.000.000
Audiovisualista	\$ 8.000.000
Community manager	\$ 6.000.000
Gastos operativos	
Diseño APP (pago único)	\$ 6.000.000
Hosting y dominio	\$ 150.000
Pago publicidad RRSS	\$ 6.000.000
Operación	
Traslados	\$ 4.500.000
Catering	\$ 2.000.000
Arriendo de equipamiento	\$ 8.000.000
Otros	
Imprevistos (10%)	\$ 6.850.000
Total del proyecto	\$ 75.735.000

8.2 Carta Gantt

Cronograma del proyecto ValpARaíso Mural



TAREAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Selección de los contenidos para la aplicación virtual	█											
Desarrollo de un circuito de puntos a registrar	█											
Grabación de los lugares de interés			█	█								
Revisión de todos los contenidos generados			█	█	█							
Elaborar la interfaz para la app	█	█	█	█	█	█						
Diseño de las piezas gráficas a incorporar	█	█	█	█	█	█						
Elaborar piezas de realidad aumentada			█	█	█	█						
Convocatoria visitantes piloto					█							
Lanzamiento oficial						█						
Visitas de los primeros usuarios guiados							█	█				
Aplicar cambios o sugerencias								█				
Difusión en RRSS (Instagram)	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█

Imagen: Carta Gantt actividades app ValpARaíso Mural, elaboración propia, Canva.

8.3 Acciones de medición y evaluación

Con el fin de garantizar la calidad, usabilidad y eficacia del prototipo de la aplicación ValpARaíso Mural, se implementará un plan de pruebas focalizado en la experiencia del usuario y la funcionalidad integral. Este plan se desarrollará en dos áreas: la aplicación móvil y la versión web, ambos dirigidos a prosumidores representativos de la audiencia final de nuestro proyecto.

- a. Evaluación de la Aplicación Móvil: La prueba de la aplicación móvil se centrará en aspectos claves como la usabilidad, la interactividad y la funcionalidad específica de la realidad aumentada. Nuestros prosumidores

involucrados tendrán que realizar tareas específicas, como: explorar murales virtuales, interactuar con desafíos y juegos, y utilizar la funcionalidad de participación en concursos. Además, se evaluará el proceso de registro y autenticación para asegurar una experiencia fluida. La recopilación de datos incluirá la identificación de posibles problemas de navegación, la detección de errores y la obtención de feedback sobre la intuitividad de la aplicación.

- b. Evaluación de la versión web: La versión web será sometida a pruebas que irán desde la navegación y el diseño responsivo hasta la exploración de contenido y la participación en eventos y talleres propuestos. Nuestros prosumidores utilizarán diferentes dispositivos y tamaños de pantalla para evaluar la adaptabilidad y la experiencia del usuario. Se prestará especial atención a la coherencia en el diseño entre la aplicación móvil y la web, y se recopilarán comentarios sobre la accesibilidad de la información adicional proporcionada en la versión web sobre los murales.
- c. Evaluación de RR.SS. y YouTube: Aquí se revisarán las interacciones, una vez por semana, con el objetivo de medir la visibilidad, la interacción social y el engagement usando algunos indicadores como, por ejemplo: número de seguidores, número de comentarios, número de me gusta y de menciones. Y para obtener información más detallada y completa, hará una evaluación mensual.
- d. Social Listening: Se desarrollará un permanente social listening del proyecto. Esta vital y necesaria retroalimentación ayudará para saber cómo se está recepcionando nuestro proyecto y permitirá conocer la iteración del proyecto app, y si es necesario hacer algún tipo de ajuste para mejorar la experiencia de ellos usuarios.
- e. Recopilación y análisis de resultados: Durante y después de las pruebas, se implementará un sistema para recopilar comentarios a través de encuestas, entrevistas y registros de problemas que hayan sido identificados. Los datos recopilados se analizarán para identificar patrones, problemas recurrentes y áreas de éxito. Las mejoras se realizarán considerando el impacto y la urgencia de cada cosa, y se planificarán repeticiones en el prototipo para abordar los problemas identificados. El informe final incluirá los resultados detallados, recomendaciones de acciones correctivas y una visión integral de la experiencia del prosumidor en el prototipo de ValpARaíso Mural.

Bibliografía

Andueza, P. (2009). *El patrimonio cultural como factor de desarrollo en Chile*. Universidad de Valparaíso.

BCN, B. d. (12 de 10 de 2023). *Ley Chile*. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=28892>

Blanché, U. (2015). ¿Qué es el arte callejero? Prueba y discusión de definiciones, *Cahiers de Narratologie*, 29. <https://doi.org/10.4000/narratologie.7397>

Bragassi, J. (2010). *El muralismo en Chile: Una experiencia histórica para el Chile del Bicentenario*. Memoria Chilena. <https://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-123178.html>

Cáceres, C. (2019). Turismo, gentrificación y presión por desplazamiento en los cerros Concepción y Alegre de Valparaíso. *Revista INVI*, 34 (97), 157-177

Capel, H. (1973). Percepción del medio y comportamiento geográfico. *Revista de geografía*, 7, (1), 58-150.

Choay, F. (1976). *El Urbanismo Utopías y realidades*. Editorial Lumen.

Dardel, M. (2023). Murales no albergados. Acción, participación y soporte en el Museo a cielo abierto de Valparaíso. <http://observatorio.cultura.gob.cl/index.php/2019/03/29/murales-no-albergados-accion-participacion-y-soporte-en-el-museo-a-cielo-abierto-de-valparaiso/>

Fernández, E. (2018). *Origen, evolución y auge del arte urbano. El fenómeno Banksy y otros artistas urbanos*. Universidad Complutense de Madrid.

Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: an inquiry into a category of bourgeois society*. MIT Press.

Harvey, D. (2013). *Ciudades rebeldes Del derecho de la ciudad a la revolución urbana*. Ediciones Aka!, S. A.

Herrera, A., & Zárate, R. (2011). Un mapa conceptual para el arte urbano. México DF: Universidad Nacional Autónoma de México.

Innovae. (23 de 11 de 2023). Innovae: <http://realidadaugmentada.info/tecnologia/>

Jenkins, H. (2008). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Editorial Paidós Ibérica.

Jurado, J. (2003). *Ciudad Educadora. Aproximaciones contextuales y conceptuales*. Universidad EAFIT.

Klein, R. (5-8 de septiembre de 2012). Art and Street Art: tensions and approaches. *7th Conference of the research network sociology of the arts*. Viena, Austria. <https://www.yumpu.com/en/document/read/4254533/art-and-street-art-tensions-and-approaches>

Lowe D., Levitt, K. and Wilson, T. (2011). *Soluciones para retener a los empleados de la generación Y en el lugar de trabajo*. IEEE Eng.

Maldifassi, J. (2018). Percepción social de la tecnología en Chile. *Revista de Sociología*, 33(1), 39-57. <https://doi.org/10.5354/0719-529X.2018.51107>

Martínez, L. (2014) Murales callejeros: comunicación, pintura y resistencia ¿Puede el subalterno pintar? *Revista: Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura*; 77. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/42174>

McCormick, C. (2010). *Trespass: historia del arte urbano no oficial*. Taschen.

MINCAP, M. d. (15 de 11 de 2023). Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. <https://www.cultura.gob.cl/ministerio/>

MINCAP, M. d. (2020). Estadísticas Culturales, Informe anual. <https://observatorio.cultura.gob.cl/index.php/2022/01/06/estadisticas-culturales-informe-anual-2020/>

MINCAP, M. d. (2023). *Cuaderno pedagógico de capacitación de enfoque de Derechos Humanos, DESCA*. <https://www.cultura.gob.cl/actualidad/integrantes-de-consejos-regionales-del-pais-inician-en-valparaiso-capacitacion-en-derechos-economicos-sociales-culturales-y-ambientales-desca/>

Moreira, P., Martín, J., Oyarce, F., y Moreno, R. (2019). Turismo y patrimonio. El caso de Valparaíso (Chile) y el perfil del turista cultural. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7 (5), 901-914. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88165933003>

Moreno, R., Pérez, J., Oyarce, F., & y López, T. (2016). Factores de interés de un destino patrimonio de la humanidad El caso de Valparaíso - Chile. *Estudios y perspectivas en turismo*, 25 (3), 360-374. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180746305007.pdf>

Riesco, P. (2020). De la teoría del lugar a la teoría del paisaje: no-lugar, distalidad y carácter. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 85, 1-36. <https://doi.org/10.21138/bage.2858>

Rigueros, C. (2017). La realidad aumentada: lo que debemos conocer. *TIA, Tecnología, Innovación y Academia*, 5(2), 257-261.

Ruiz, D. (2011). La Realidad Aumentada y su dimensión en el arte. *Arte y políticas de identidad*, 5, 129-144. <http://hdl.handle.net/10201/41575>

Sánchez, L. (2012). *El arte urbano en la educación artística de secundaria y bachillerato*. Universidad Autónoma de Madrid.

Schvelzon, D. (2011). *El mural de Siqueiros en Argentina: Arte y política en América Latina 1933*. Universidad de Buenos Aires y CONICET.

Taylor, C. (1996). *Identidad y reconocimiento*. http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:filopoli-1996-7-414B70DC-E97A-AF16-847B-FC24A3A32058/identidad_reconocimiento.pdf

Telefónica, F. (25 de 11 de 2023). *Realidad Aumentada: una nueva lente para ver el mundo*. <https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/tia/article/view/11278/pdf>:

Yory, C. (2007). El concepto de topofilia entendido como teoría del lugar. *Revista Barrio Taller*, 56.