

Diseño de un sitio web que genere un nexo integral (económico, social, educativo y de reconocimiento) entre los tatuadores y sus clientes de la ciudad de Pasto.

Sebastián Cabrera Jiménez.

Asesora:

Ana Patricia Timarán Rivera.

Universidad de Nariño.
Facultad de Artes.
Programa de Diseño Gráfico.
San Juan de Pasto
2019

Diseño de un sitio web que genere un nexo integral (económico, social, educativo y de reconocimiento) entre los tatuadores y sus clientes de la ciudad de Pasto.

Sebastián Cabrera Jiménez.

Universidad de Nariño.
Facultad de Artes.
Programa de Diseño Gráfico.
San Juan de Pasto
2019

Nota de Responsabilidad

Las ideas y conclusiones aportadas en el siguiente trabajo son responsabilidad exclusiva del autor. Artículo 1 del acuerdo No. 324 de Octubre 11 1966 emanado por El Honorable Concejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de Aceptación

Ramon Ortega Enríquez

Dario Alexander López

Hugo Alonso Plazas

Fecha de sustentación: miércoles 12 de junio de 2019



ACUERDO No. 068
(20 de junio de 2019)

EL CONSEJO DE LA FACULTAD DE ARTES DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO
En ejercicio de sus atribuciones legales, estatutarias y,

CONSIDERANDO

Que mediante Proposición No. 036, del 17 de junio de 2019, emanada del Comité Curricular del Departamento de Diseño, propone, otorgar la distinción LAUREADA, al trabajo de grado titulado: "DISEÑO DE UN SITIO WEB QUE GENERE UN NEXO INTEGRAL ECONOMICO SOCIAL, EDUCATIVO Y DE RECONOCIMIENTO ENTRE LOS TRABAJADORES Y SUS CLIENTES EN LA CIUDAD DE PASTO" del egresado del programa de Diseño Gráfico, SEBASTIAN CABRERA.

Que el egresado SEBASTIAN CABRERA, con código estudiantil 2141903001, del Programa de Diseño Gráfico, presentó y aprobó su trabajo de grado modalidad Proyecto de Diseño, titulado: "DISEÑO DE UN SITIO WEB QUE GENERE UN NEXO INTEGRAL ECONOMICO SOCIAL, EDUCATIVO Y DE RECONOCIMIENTO ENTRE LOS TRABAJADORES Y SUS CLIENTES EN LA CIUDAD DE PASTO".

Que a concepto del jurado RAMON ORTEGA ENRIQUEZ, le otorga la distinción LAUREADA, al proyecto según los siguientes criterios: Explora el campo emergente del diseño de servicio y lo desarrolla con rigor conceptual y metodológico, El fundamento teórico conceptual el proyecto se desarrolla con fundamento desde la disciplina de Diseño Gráfico, la plataforma web presenta un planteamiento novedoso en el diseño de interfaz, de estética digital, de experiencia de usuario y de interactividad, los productos de diseño desarrollados en el proyecto son de una gran calidad, la sustentación fue clara, precisa y contundente.

Que a concepto del jurado DARIO ALEXANDER LOPEZ, le otorga la distinción LAUREADA, al proyecto según los siguientes criterios: El proyecto constituye un punto de confluencia virtual de la comunidad de tatuaje en la ciudad de Pasto, trabajo que define sus alcances en el ámbito comunicativo, educacional y comercial, una propuesta con gran rigor investigativo y un alto nivel creativo tanto en su concepción como en su ejecución, además de tener la opción de constituirse en el corto plazo en un emprendimiento con viabilidad.

Que en virtud de lo anterior, el Consejo de Facultad, mediante consulta No.016 del 20 de junio de 2019, considera pertinente la solicitud por tanto,

ACUERDA

ARTÍCULO PRIMERO: Otorgar la distinción LAUREADA, al trabajo de grado titulado: "DISEÑO DE UN SITIO WEB QUE GENERE UN NEXO INTEGRAL ECONOMICO SOCIAL, EDUCATIVO Y DE RECONOCIMIENTO ENTRE LOS TRABAJADORES Y SUS CLIENTES EN LA CIUDAD DE PASTO" del egresado del programa de Diseño Gráfico, SEBASTIAN CABRERA, identificado con código estudiantil 2141903001.

COMUNÍQUESE Y CUMPLASE

Dada en San Juan de Pasto, a los 20 días del mes de junio de 2019.

ARQ. RICARDO CHECA
Decano (E)

Preparó: Elizabeth Estrada - Apoyo Administrativo
Revisó: Arq. Liliana Carrasco - Secretaria Académica

ARQ. LILIANA CARRASCO
Secretaria Académica

Dedicatoria

Dedico este proyecto a mi madre Yolanda Jiménez quien siempre me ha brindado su apoyo para lograr mis metas, también le doy infinitas gracias a todos los tatuadores, personas tatuadas, amigos y compañeros que compartieron conmigo su tiempo, conocimiento y experiencias. Y por último agradezco a mi profesora Ana por guiarme de principio a fin en la elaboración de este trabajo.

¡Muchas gracias a todos ustedes!

Resumen

El génesis del presente trabajo de grado se encuentra en la necesidad de mejorar o aportar desde el diseño al nexo que existe entre los tatuadores y sus clientes, el principal propósito del diseño de servicios en el mundo del tatuaje es mejorar el servicio ofrecido por los artistas haciendo que su imagen comercial sea la adecuada para sus clientes habituales o futuros, además la intervención del diseño gráfico en esta creciente industria resulta muy adecuada al generar artefactos comunicacionales tangibles e intangibles que ayuden a difundir en la región de Pasto sin mitos ni tabúes un arte tan milenario como lo es el tatuaje.

En los últimos cinco años la cantidad de personas tatuadas ha incrementado de manera exponencial lo cual indica que la cultura del tatuaje ha llegado para quedarse, pero a pesar de esto problemas como la informalidad, el desconocimiento de buenos tatuadores y el regionalismo ha dejado al tatuaje en Pasto con un tono tradicional en la manera como se difunde y sin presencia substancial a nivel nacional.

Bajo las anteriores premisas he observado que los tatuajes en la ciudad pueden difundirse y crecer a través del diseño gráfico generando beneficios a nivel social, económico y cultural; la solución planteada para mejorar el nexo entre tatuadores y clientes que en un futuro aportará más beneficios para ambos tiene como base una metodología proyectual basada en los estudios de Bruno Munari y Morris Asimow junto con el pensamiento de diseño como herramienta inherente al proceso de ideación, prototipado y testeo; cabe destacar que la participación conjunta con el usuario ha sido fundamental en todo momento.

Abstract

The genesis of this degree work is in the need to improve or contribute from design to the nexus that exists between tattooists and their clients, the main purpose of the design of services in the world of tattooing is to improve the service offered by the Artists making their commercial image suitable for their regular or future customers, in addition the intervention of graphic design in this growing industry is very appropriate to generate tangible and intangible communication devices that help To spread in the region of pasture without myths or taboos an art as millenary as the tattoo.

In the last five years the number of people tattooed has increased exponentially which indicates that the culture of tattooing has come to stay, but despite this problems such as informality, ignorance of good tattooists and the Regionalism has left the tattoo in pasture with a traditional tone in the way it is diffused and without substantial presence at national level. Under the previous premises I have observed that tattoos in the city can spread and grow through graphic design generating benefits at social, economic and cultural level.

The solution posed to improve the link between tattoo artists and clients that in the future will bring more benefits for both is based on a project methodology based on the studies of Bruno Munari and Morris Asimow together with the thought of design as a tool Inherent in the process of ideation, prototyping and testing; It should be noted that joint participation with the user has been fundamental at all times.

Tabla de Contenido

Introducción	16
1. Tema de Investigación.....	17
2. Contextualización	17
2.1 Macrocontexto.....	17
2.2 Microcontexto	21
3. Planteamiento del problema	22
3.1 Descripción del problema.....	22
3.2 Formulación.....	23
4. Justificación	24
5. Objetivos.....	25
5.1 Objetivo General.....	25
5.2 Objetivos Específicos	25
6. Marco referencial	25
6.1 Marco teórico.....	26
Capitulo 1. El tatuaje	26
1.1 Historia nivel mundial	26
1.2 Historia nivel nacional y local.....	33
1.3 Concepto y características.	39
Capitulo 2 . Diseño de servicios	44
2.1 Concepto.....	44
2.2 Diseño web.	47
7. Diseño metodológico	50
7.1 Enfoque de investigación.....	50
7.2 Método de investigación.....	50
7.3 Unidad de análisis.....	50
7.3.1 Población.	50
7.3.2 Muestra.	51
7.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	51
7.4.1 Observación participante.	52

7.4.2 Entrevista informal conversacional.....	52
7.5 Metodología proyectual.....	53
7.6 Resultados de trabajo de campo	54
7.7 Análisis de trabajo de campo	58
7.8 Descripción de resultados finales	62
7.9 Propuesta gráfica	65
Conclusiones	72
Bibliografía	75
Anexos	77

Lista de Cuadros

Cuadro 1 Categorización..... 255

Lista de Tablas

Tabla 1 Técnicas e Instrumentos.....51

Lista de Figuras

Figura 1 Identificador Visual.....	66
Figura 2 Menu principal Tattoo Finder.....	68
Figura 3 Versión dispositivo Tattoo Finder	69
Figura 4 Video Lemong Tattoo.....	70

Lista de Anexos

Anexo I. Metodología proyectual.....	77
Anexo II. Mapa de stakeholders.....	78
Anexo III. Formato N°1 de entrevista a tatuadores.....	79
Anexo IV. M Formato N°2 de entrevista a tatuadores.....	80
Anexo V. Formato de entrevista apoyo al tema del tatuaje.....	81
Anexo VI. Guia de observación participante.....	82
Anexo VII. Formato de encuesta general sobre tatuajes.....	83
Anexo VIII. Lista de tatuadores y tiendas de tatuajes en la ciudad de Pasto.....	84

Glosario

Diseño Responsivo: Es cualquier tipo de diseño digital que se adapta a cualquier tipo de soporte o dispositivo para una óptima visualización de sus elementos y contenido.

Diseño UX: Diseño de Experiencia de Usuario por sus siglas en inglés (User Experience Design) es una filosofía de diseño que tiene por objetivo la creación de productos que resuelvan necesidades concretas de sus usuarios finales, consiguiendo la mayor satisfacción y mejor experiencia de uso posible con el mínimo esfuerzo.

Mapa de Stakeholders: Herramienta visual utilizada para identificar y clasificar a los grupos que participan o no en un determinado servicio o actividad.

Introducción

El arte de tatuar es una práctica milenaria ligada con el origen de la humanidad constituido como una expresión cultural que diferencia de manera estética y espiritual a sus portadores, cada región del planeta donde han surgido los tatuajes ha desarrollado estilos y técnicas que hoy en día se difunden a través de una comunidad global de tatuadores y tatuados; dentro del objeto de estudio de este proyecto el nexo que existe entre tatuadores y sus clientes presenta aspectos dentro del servicio que pueden mejorarse por medio del diseño como la atención al cliente, conocimiento del procedimiento por parte del cliente, imagen corporativa del tataudor y experiencia previa, durante y después de la obtención del tatuaje.

Por lo anterior es preciso señalar que la intervención del diseño en la actual industria del tatuaje es conveniente por cuanto puede generar una buena propuesta comunicativa que beneficie a los involucrados ya que a pesar de contar con una estable oferta y demanda de tataujes en la ciudad de Pasto, el servicio en general es tradicional y básico lo que representa la pérdida de oportunidades por evolucionar y sobresalir en el mercado nacional e internacional. El proyecto en cuestión pretende realizar un significativo aporte desde el diseño gráfico a través de un artefacto comunicativo digital dirigido a tataudores y tatuados para facilitar el flujo de información entre ellos y así añadir un plus al servicio que tienen; de las múltiples herramientas y metodologías ofrecidas por la escuela de diseño gráfico se ha obtenido en específico los aspectos de identidad corporativa, diseño de servicios y diseño web, el éxito de este proyecto beneficiaría a los tatuadores y tatuados dándoles un servicio no visto hasta el momento abriendo las puertas a la actualización e innovación en la comunidad de tatuajes de Pasto.

1. Tema de Investigación

Este proyecto de investigación tiene como tema de investigación los tatuajes en la ciudad de Pasto.

2. Contextualización

Es importante presentar el panorama general de la industria del tatuaje enfatizando la influencia del Internet y redes sociales de manera global, nacional (macrocontexto) y local (microcontexto) proporcionando un contraste situacional que permita ubicar de mejor manera el problema de investigación.

2.1 Macrocontexto

En continentes como América y Europa la industria del tatuaje ha sufrido un importante cambio en las últimas dos décadas aumentando la demanda de tatuajes, este arte paso de ser ilegal y tabú a convertirse en una manera de comercio muy rentable y exigente gracias a la popularidad adquirida por medios masivos de comunicación que mostraron el verdadero valor del tatuaje, pero el crecimiento exponencial se ha dado con el manejo de las redes sociales e Internet para llevar la cultura del tatuaje a nivel más allá nunca antes visto. En E.E.U.U el tema de las redes sociales es dominado actualmente por el sitio web TATTOODO creado por Mik Thobo-Carlson y Johan Plenge en colaboración con el renombrado tatuador profesional Ami James, que básicamente es la red social de tatuadores más grande del mundo cuyo objetivo es encontrar y compartir tatuajes, los beneficios adquiridos por estar dentro de este sitio han sido positivos para

tatuadores y clientes haciendo la manera tradicional de venta y consumo de tatuajes algo más fácil de realizar y con el agregado de aportar la digitalización del ambiente del tatuaje.

Una muestra del alcance de TATODOO son las 1.5 millones de visitas obtenidas en una de las primeras transmisiones en vivo hechas en Facebook, (Thobo-Carlsen, 2016) comenta al respecto: “It was one of the first times, we tried streaming that way and we will certainly be doing that again”, igualmente los 1.650.000.000 de dólares gastados por año en la industria del tatuaje (Brain, 2016) demuestran el gran interés de los estadounidenses por adquirir un tatuaje y de la misma manera redes sociales como Instagram son el medio perfecto para que tatuadores muestren su trabajo a fin de obtener un mayor número de clientes, cabe resaltar que el crecimiento de la popularidad de este negocio ha hecho que el costo de obtención de una pieza de tatuaje sea alto en promedio de 150 dólares la hora. Programas de televisión como Miami Ink, Los Angeles Ink y el más reciente de todos INK MASTER han proporcionado la base para que la profesión de tatuador sea rentable y apreciada al mismo tiempo generando inspiración e interés en personas adeptas al arte. El tema de la reputación y fama se basan en la manera como las personas conocen al artista, se reporta que tatuadores y/o tiendas con un fuerte número de seguidores en redes sociales obtienen un mayor número de clientes en comparación con artistas que no utilizan estos medios, incluso se ha dado casos de tatuadores con poca experiencia consiguiendo rápidamente fama en contraste con tatuadores con más de veinte años en el negocio y no logran progresar.

En general en la industria norteamericana del tatuaje apuesta por un movimiento digital del mercado para llegar a más clientes, en Europa ocurre una situación similar en cuanto al resurgimiento del mercado de los tatuajes en la última década que a pesar de la recesión

económica no afecto al negocio reportando el incremento de los salones de tatuajes en la ciudad debido a la popularidad que estos han adquirido, pero para este sector del planeta, más exactamente en el Reino Unido la adquisición de un tatuaje no es algo impulsivo sino de decisión, las personas gastan más tiempo y dinero en experiencias que en productos tangibles, de este modo como el sitio web (The Economist, 2014) en su artículo *Inked In Has the tattooing frenzy peaked?* reporta que en 2004, había apenas 61 salones del tatuaje en los 13 distritos de Gales, para la fecha de 2014 existían 218 en total sin embargo 18 de las 22 áreas encuestadas en Gales ese año demostraron que menos salón estaban operando, demostrando lo complicado que se ha vuelto la profesión de tatuador debido al boom mediático en Internet y la sobrevaloración, (Lodder, 2014) afirma que causa que los tatuadores tenga una falsa esperanza al pensar vivir de este negocio.

Un panorama relativamente distinto se encuentra en el territorio colombiano donde la informalidad del oficio es la dominante a la hora de tratar de medir estadísticamente el número de tatuadores y tiendas de tatuajes existentes en todo el país, en el tema de las redes sociales existe gran variedad de artistas que han optado por mostrar su trabajo a sus clientes y un objetivo en común para todos ellos es obtener reconocimiento que les abra las puertas para expandir su negocio; ciudades como Bogotá, Cali, Medellín, Pereira, Popayán y Cali son puntos de referencia en cuestión de tatuaje por ser ciudades hogar de destacados artistas como JuanPajo, Javier Franco, Roland Horta, Zula Morad que por su trabajo reconocido ocupan primeros lugares de reputación y reconocimiento en el medio, cabe destacar que la popularidad de ellos y otros artistas no se debe solamente a su excelente trabajo sino además del manejo de sus portafolios en Instagram o Facebook; que han facilitado a la comunidad virtual encontrarlos u obtener

información. Sin embargo, Colombia como ente difusor de esta cultura milenaria afronta varios problemas de los cuales destaca la práctica informal, la falta de regulación en el medio, alta competitividad y una inexistencia en el precio al momento de cobrar por la obtención del tatuaje; Alejandro Páez (2017) comenta: “Colombia es un destino que se ha ido posicionando en la industria, más para tatuadores, que para personas que vienen al país a tatuarse”, esto sitúa al territorio colombiano como cuna de artistas más no como un medio donde la cultura del tatuaje se pueda ver plenamente ya que en general los tatuajes siguen siendo un tema tabú, probables causas sean la religión y parámetros sociales tradicionales en los cuales este arte no encaja. A esto se le suma lo difícil que es sobrevivir en el mercado como tatuador dada la altísima competitividad entre tatuadores por conseguir clientes haciendo que muchos no sobresalgan dejando el negocio, incluso el inicio es complicado ya que para arrancar en Colombia un local de tatuajes se debe contar con 25.000.000 de pesos en adelante (Dinero, 2017).

Paralelamente en el medio digital el movimiento de portafolios en redes sociales es activo y los factores que determinan el éxito al hacer publicidad digital son la reputación del tatuador, la ciudad en la cual trabaja y la creación de contenido atractivo; a esto se le suma páginas web como ColombiaInk, INKONSKY y Tattos BBB que facilitan la decisión del potencial cliente al ayudarlo a encontrar tiendas de tatuajes o tatuadores en una zona determinada del país, estas consideraciones demuestran en general que el uso de redes sociales son una herramienta indispensable para continuar en la industria del tatuaje actual.

2.2 Microcontexto

El municipio de Pasto es la capital del departamento de Nariño ubicado al sur colombiano frontera con el país de Ecuador que cuenta actualmente con alrededor de 455.863¹ habitantes, en esta ciudad la industria del tatuaje ha manifestado un comportamiento de compra-venta tradicional, en el cual un cliente se acerca a una tienda por recomendación de alguien más, paga por su tatuaje y si queda satisfecho regresará no sin antes recomendar el sitio a alguien más, basados en la observación contextual las personas que se tatúan son en su gran mayoría personas jóvenes entre los 18 y 30 años de edad paralelamente la nueva generación de tatuadores oscila en este mismo rango de edad, además algunos de estos nuevos tatuadores han surgido por tener en general una formación parcial o completa en el área del diseño y artes plásticas; dichas carreras se ofrecen en dos centros de educación superior que son la Institución Universitaria CESMAG y la Universidad de Nariño.

Se han realizado ciertos eventos en los últimos cinco años que no han representado un significativo impacto sobre la región, el recelo, regionalismo e informalidad están presentes en todo momento y el arte de tatuar se ha convertido en un negocio rentable solo para quienes poseen una reputación ganada a través de los años, otorgándoles puntos de referencia a la hora de recomendaciones. Esta actividad se desenvuelve en las treinta y cuatro tiendas de tatuajes formales e informales encontradas a través Internet, conformada en su mayoría por artistas con una reputación respetable y amplia trayectoria como lo son Carlos Rosero (Tattoo Studio), Milton Cárdenas (La Casa del Tatuaje), Mario Andrés Chino (ChinoTown), John Basante y

¹ Proyección Municipios 2005-2020 por DANE.

Gabriel Flores (Estudio MonoTattoo), Daniel Enríquez, Mario Segura, Diego Calderón (The Black Mark), San Venganza, entre otros.

Sin embargo, encontrar de manera virtual estos negocios resulta un reto para potenciales nuevos clientes dentro y fuera de la ciudad, ya que los resultados arrojados en Internet son proporcionados de dos maneras: en base al registro de una tienda en google maps y palabras clave en redes sociales, esto ha dejado por fuera del mapa a muchos tatuadores que no se encuentran en estos términos de búsqueda, lo cual representa un problema a la hora de expandirse como negocio y como artista, la anterior situación es la más común que presentan tatuadores novatos al momento de debutar en el mercado de los tatuajes .

3. Planteamiento del problema

3.1 Descripción del problema

En los últimos cinco años el tatuaje en la ciudad de Pasto ha experimentado un enorme crecimiento como arte y negocio, esto se ha demostrado con el incremento de tiendas de tatuajes, de personas tatuadas vistas en la calle y de la realización de eventos a fines a este arte como convenciones y modelaje alternativo, además este auge va de la mano con la popularidad que le ha dado el Internet y las redes sociales a los tatuajes beneficiando a tatuadores como a sus clientes (personas con tatuajes).

A pesar de este hecho, la realidad es que en la ciudad donde existe una feroz competencia y rivalidad silenciosa entre tatuadores el Internet y las redes sociales no han contribuido de manera eficiente para la mayoría de integrantes de esta comunidad, muchos tatuadores solo generan un alcance limitado y regional al presentar su portafolio en plataformas como Facebook y/o

Instagram , evidenciado en el poco número de visitas, comentarios, reacciones a sus trabajos por parte de los seguidores y el hecho más relevante es que los clientes llegan ante ellos por recomendación de amigos, otras personas tatuadas y sobre todo la reputación que tiene posee el artista dada las piezas que ha tatuado, en general un cliente pastuso no llega a las tiendas de tatuajes por haberlas encontrado en Internet, así mismo una persona que no viva en la ciudad y que desea tatuarse busca en Internet información al respecto los resultados arrojados son escasos y ambiguos que evidentemente no muestran en la primera página de búsqueda información completa sobre el panorama de tatuadores en la ciudad, esto significa que no existe información suficiente y verificada de los tatuadores que le permita a un potencial cliente elegir a su próximo tatuador. En síntesis, el uso básico de internet en la industria del tatuaje local por parte de tatuadores y cliente genera que este nexo no se fortalezca y actualice a nuevas maneras de contacto y negocio.

En un futuro cercano mantener este mismo comportamiento en la industria del tatuaje pastuso hará que tatuadores de nueva generación pasen desapercibidos en el competitivo mercado, para los clientes significa no encontrar más opciones que les permitan tomar una decisión más acertada de acuerdo a sus expectativas y presupuesto, consecuentemente implica que la fuerte manifestación cultural pase completamente desapercibida a nivel nacional e internacional.

3.2 Formulación

¿Cómo aportar desde el diseño para mejorar el nexo entre los tatuadores y sus clientes en la ciudad de Pasto?

4. Justificación

Este trabajo de grado pretende realizar un aporte desde el diseño a la cultura del tatuaje en la ciudad de Pasto, en específico a mejorar el nexo entre tatuadores y sus clientes que desde hace años viene desarrollándose de manera tradicional y regional, la aplicación de este proyecto le generará a la comunidad tatuada de la ciudad muchos beneficios en los cuales destaca una mejor imagen comercial para los tatuadores que no solo involucre el aspecto del tatuaje sino otros servicios como la enseñanza del oficio, una mejor comunicación con los clientes, reconocimiento de la ciudad a nivel nacional por el trabajo de los artistas del tatuaje y así mismo de personas con tatuajes de alta calidad estética, creación de una comunidad de personas con gustos afines a los tatuajes, soporte publicitario de eventos afines con la temática dispuesta y de la misma manera ayudar a reducir la informalidad del oficio que está afectando de manera constante la industria del tatuaje.

Otro motivo para hacer esta investigación es mi gusto por los tatuajes y toda la cultura creada a su alrededor ya que poseo algunos y he querido realizar un aporte significado a la comunidad a través del diseño, dado que esta área del conocimiento es la que mejor puede estudiar esta cultura generando artefactos comunicativos funcionales y que satisfagan las necesidades de los implicados (tatuadores y clientes). El proyecto tiene una gran viabilidad porque se cuenta con los suficientes recursos para su elaboración (fiscos, humanos y financieros), además el principal apoyo proviene de un porcentaje de tatuadores y clientes quienes ven con positivismo y entusiasmo la creación de un servicio que impulse sus carreras o de alguna manera aporte a los tatuajes.

5. Objetivos

5.1 Objetivo General

- Diseñar un sitio web que genere un nexo integral (económico, social, educativo y de reconocimiento) entre los tatuadores y sus clientes en la ciudad de Pasto.

5.2 Objetivos Específicos

- Investigar la historia del tatuaje de manera general y local.
- Conocer el comportamiento de los tatuadores y su realidad en los ámbitos comercial, social y de formación profesional.
- Crear un servicio basado en las necesidades de los tatuadores y clientes.
- Maquetar un sitio web acorde al servicio creado.
- Planificar estrategias de promoción del nuevo servicio.

6. Marco referencial

Cuadro 1 Categorización

Categorías	Sub categorías	Temas
El tatuaje	Historia Nivel mundial Historia Nivel nacional y local Concepto y características	Inicios Tatuajes Técnicas Estética El signo
Diseño de servicios	Concepto Diseño web	Servicio Página web Experiencia de usuario

6.1 Marco teórico

Capítulo 1. El tatuaje

1.1 Historia nivel mundial

El eje central del presente trabajo es el análisis de la industria del tatuaje en la ciudad de Pasto desde el aspecto social y económico, de este modo, será necesario plantear algunos parámetros que sirvan como bases teóricas en los cuales apoyar este documento, para comenzar es conveniente presentar a modo general la historia del tatuaje de manera global, nacional y local; dando una definición aproximada del término tatuaje considerado como una técnica de ornamentación corporal de significación diversa ya sea religiosa, social, de guerrera, cultural, etc que deriva de la palabra *tatau* del polinesio «golpear» o de la antigua práctica de hacer tatuajes usando un hueso contra otro en la piel (DeMello, 2007); pero se tradujo equívocamente como el término que hoy en día conocemos a través del francés *tatouage*², la Real Academia Española del Lenguaje define tatuar como “grabar dibujos en la piel humana, introduciendo materias colorantes bajo la epidermis, por las punzadas o picaduras previamente dispuestas.” El origen del tatuaje está ligado con el de la humanidad misma así que no se puede hablar de una fecha exacta o sitio de nacimiento, por esto DeMello menciona el origen del tatuaje a través de las primeras culturas de las cuales se tiene registro sobre este arte corporal comenzando con los egipcios cerca del año 4000 A.C con el referente de la momia Aumet; quien fue una sacerdotisa de la diosa Hathor y se han reconocido líneas y puntos sobre todo el cuerpo y un óvalo sobre su vientre lo que sugiere que esta práctica era exclusiva de mujeres con fines religiosos y que

² Tatouage /tatwaʒ/, diseño indeleble sobre la piel, pronunciación y definición por WorldReference.com

probablemente fueran exhibidos durante rituales, para el autor es posible que los tatuajes en el vientre signifiquen sexualidad o fertilidad en los tiempos del reinado egipcio.

Para la siguiente etapa en la línea cronológica del reino egipcio, las momias tienen tatuajes con representaciones del dios Bes, además las momias femeninas poseen patrones de sacrificio en sus vientres; es lo que menciona DeMello, la siguiente momia que probó que los tatuajes han convivido con los humanos desde siempre apareció en el año 1991 en un glaciar en la frontera entre Austria e Italia, un hombre era un cazador neolítico de aproximadamente 5300 años de antigüedad que tiene las rodillas y espalda tatuadas, demostrando que este arte se ha esparcido y adaptado en todas las culturas alrededor del mundo, el último descubrimiento en 2005, fue en la costa norte de Perú, donde se dio a conocer una momia de hace 1500 años en el Complejo Arqueológico El Brujo llamada la Dama de Cao³, en cuyos brazos y manos aún se conservaban tatuajes de serpientes, arañas, cocodrilos, monos, leopardos, abejas y mariposas.

Para el siglo XVIII, las expediciones del capitán Cook en el océano pacífico marca un punto importante en la historia del tatuaje ya que es él quien se le atribuye también utilizar por primera vez el término en cuestión para referirse a las marcas corporales de un nativo tahitiano llamado Omani quien lo llevó consigo a Europa en sus primeros viajes de regreso, sin embargo como lo menciona (DeMello, 2007), los encuentros con estas tribus ya se habían dado en la con antiguos peregrinos cristianos que pisaron estas tierras y reclamaron como Tierra Santa, los nativos de Polinesia daban como regalo estas marcas en la piel, aparentemente, esta región del mundo es la que posee la tradición del tatuaje más amplia, las diferentes tribus de la Polinesia utilizaban el tatuaje como una ornamentación corporal, sin que por ello éstos pierdan su fuerte sentido

³ Se cree que fue gobernante del norte del Perú, que vivió hacia el año 400 d.C., unos 150 años después que el Señor de Sipána su muerte fue enterrada con diversos símbolos de poder.

comunal, el tatuaje comenzaba a muy temprana edad y se prolongaba hasta que no quedase región del cuerpo virgen de los pigmentos. Más allá de su sentido estético, el tatuaje confería jerarquía y propiciaba el respeto comunal a quien los llevaba en su piel: cuanto más tatuado estaba alguien, más respeto se le debía, de manera particular, los maoríes⁴ utilizaban el tatuaje para la batalla (DeMello, 2007).

Los dibujos que llevaban en la piel contribuían a su famosa estrategia de asustar a sus enemigos, la práctica de tatuar se desarrolló durante miles de años y alcanzó un punto culmen con el perfeccionamiento de motivos geométricos. Continuando con la idea del autor el tatuaje se utilizaba para identificar a un individuo, además indicaba el paso de la adolescencia a la madurez y los muchachos no pierdan el sentido de pertenencia con su comunidad infiriendo respeto al portador de los tatuajes, cuanto más tatuado más respeto se debía tener; también cabe resaltar que otras culturas como los Celtas utilizaban el arte de tatuar que paso a ser utilizada por los romanos como forma de castigo durante la conquista romana, continuando con esta línea de sucesos es gracias al capitán que los tatuajes polinesios se introdujeron a Europa y posteriormente a América (DeMello, 2007, pág. 78). Posteriormente aparece un choque de culturas determinando nuevas conductas sociales frente a los tatuajes que históricamente se venía dando por los cristianos (como los judíos) rechazaban los tatuajes, ya que creían que si Dios había creado el hombre a su imagen y semejanza, era pecaminoso que éste tratara de alterar su imagen; por eso el emperador Constantino, primer emperador cristiano, emitió un decreto contra la actividad del tatuaje, esta posición ha sido adoptada por varias religiones hasta nuestros días por el hecho de ser un estigma arraigado y de tradición, a pesar de esto, se tiene constancia de que los guerreros

⁴ Māori (en idioma maorí) son una etnia polinesia que llegó a las islas de Nueva Zelanda, en el océano Pacífico sur, posiblemente de islas más al norte como Rarotonga o Tongatapu.

de las cruzadas se hacían tatuar crucifijos para asegurar un entierro cristiano, de la misma manera, los peregrinos que iban a Jerusalén se hacían tatuar crucifijos para recordar su viaje y como presencia constante de su fe.

En Japón en el periodo Jomond 縄文 (10.000 a.c – 300 a.c) se encuentran los primeros indicios de la práctica de tatuar en unas figuras de arcilla llamadas dogū, estas poseen marcas en parpados, labios y otras partes del cuerpo denotando tatuajes. A partir de su inserción en la cultura nipona, el tatuaje se popularizó en sectores cada vez más poderosos, hasta llegar a ser utilizado por un Emperador en el siglo V como ornamento corporal, se señala aquí su utilización estética porque en Japón existía la costumbre de destinar el tatuaje para marcar a los delincuentes en sus brazos con líneas gruesas en par u otro tipo de formas, tatuando en ambos brazos entre el codo y la muñeca en todo su alrededor, DeMello comenta además que esta marca tenía el objetivo de hacer de las personas que desobedecían la ley individuos repudiables para toda su vida y en todos lados, a raíz de llevar la marca de la vergüenza consigo, debido a esto, los delincuentes marcados por tatuajes vergonzosos comenzaron a tapárselos con otros tipos de diseños más mitológicos. Uno de los diseños más importantes de tatuaje japonés "irezumi" es el Koi o Carpa Japonesa, el Koi es un pez ornamental de importante valor cultural y sus diseños en tatuajes se han convertido en más que una tradición, no solamente en Japón sino también alrededor del mundo; Shui Hu Zhuan es una novela china que se tradujo al japonés Suikoden en el siglo XVII, este libro renovó el interés en el tatuaje, e hizo de él una forma popular de decoración y de coleccionismo. En Japón se ha conformado una de las tradiciones tatuadoras más importantes del mundo, no obstante, en el año 1842 el emperador Mutsuhito decidió

prohibir la práctica del tatuaje porque el país estaba interesado en abrirse al mercado mundial y no quería dar al mundo exterior una imagen que podría considerarse de barbarie. (DeMello 2007)

Tiempo después los tatuajes se hicieron populares entre las personas que trabajaban en la construcción o en la preparación de festivales llamados tobu , dato importante de resaltar era que ellos se encargaban también de apagar incendios entre otra cosas (Yamamoto, 2017), de aquí en adelante los irezumi adquieren una profunda aceptación social y causan admiración en sus portadores, de hecho los tatuadores llamados Hiroshi adquieren cierto estatus de reconocimiento por su profesión. Yamamoto comenta que también los grabados ukiyo-e del maestro de la xilografía Utagawa Kuniyoshi ayudaron enormemente a los tatuajes a expandirse en popularidad y extensión sobre el cuerpo en la primera mitad del siglo XIX.

Avanzando en el tiempo hasta el siglo XX, la nueva era Meiji pone fin a los tatuajes en público ya que los consideraba como un aspecto negativo a mostrar hacia los extranjeros, esto represento un significativo cambio en el oficio de los Hiroshi dando pie a su migración al extranjero donde pudieron desempeñar con mayor libertad su trabajo, Yamamoto (2017) comenta que el famoso tatuador Yoshisuke Horitoyo, que trabajó en ciudades como Londres o Nueva York entre finales del siglo XIX y comienzos del XX, y que según un reportero de la época también había estado en Hong Kong, París entre otras ciudades, llegando a afirmar que había tatuado al mismísimo primer presidente de Filipinas Emilio Aguinaldo.

Para 1948 el fin de la Segunda guerra mundial, el gobierno elimina las restricciones sobre los tatuajes dando paso nuevamente a la demanda de los extranjeros por trabajos en la piel por parte de tatuadores japoneses, los habituales clientes eran soldados americanos que se encontraban en la base militar de Yokosuka quienes pedían habitualmente diseños americanos en lugar de los

japoneses (Yamamoto, 2017). El arte del irezumi volvió a salir a la luz en forma de libros de expertos tatuadores y exposiciones en la década de 1970, durante esta época diseñadores de moda como Issey Miyake o Yamamoto Kansai crearon vestidos inspirados en el arte del tatuaje japonés, para la década de 1980 un creciente número de jóvenes japoneses comenzaron a sentir interés por los tatuajes al ver cómo los miembros de sus bandas de rock favoritas de los Estados Unidos los llevaban, desde entonces este interés ha ido en aumento, y cada vez más personas optan por los diseños tradicionales del irezumi japonés (Yamamoto, 2017).

En la parte occidental del planeta el tatuaje norteamericano comenzó su pleno desarrollo bajo dos fenómenos concretos como lo define DeMello (2007) por un lado la práctica del arte traída por los europeos a las costas americanas que consecuentemente hizo que marinos navegaran por el mundo trayendo consigo tatuajes a manera de recuerdos, y por el otro lado la práctica de marcar el cuerpo hecha por nativos americanos, según la autora tribus ubicadas en las costas de California marcan con diseños lineales la parte inferior de los labios de las mujeres que en años siguientes fueron mostrados en festivales y carnavales de exhibición pública. El primer tatuador americano en abrir una tienda fue Martin Hildebrandt en la ciudad de Nueva York en el año de 1846, tatuando soldados y marinos que difundían el arte a través de carnavales o ferias en cada pueblo del país, DeMello (2017) encuentra el origen de la popularidad de los tatuajes en la exhibición de las personas tatuadas, ya que esto fascinaba a un público que nunca había visto un tatuaje en su vida, gracias a Samuel O'Reilly por la invención de la moderna máquina el trabajo de los tatuadores se hizo más fácil abriendo paso a la definición del estilo tradicional americano a la hora de tatuar; definido básicamente por sus líneas fuertes, sombreado pesado y colores rojo y negro al principio. Sin embargo, el negocio no era regulado y de extrema informalidad por parte

de clientes y tatuadores que procedían de manera clandestina en carpas de circos, barberías, rincones de almacenes y otros lugares poco visibles; diseños como rosas, águilas americanas, anclas y rosas eran las opciones preferidas por los clientes que reflejaban comúnmente su patriotismo.

Para el final de la segunda guerra mundial esta industria sufre una tendencia a la baja en popularidad y demanda debido a casos de hepatitis y al nuevo estilo de vida de la clase media en la década de los 50 (matrimonio, trabajo y vida en los suburbios) dejando como resultado una imagen negativa sobre los tatuajes. Acorde con DeMello (2017) la práctica de tatuarse continuó a manera de desafío frente a la sociedad, principalmente expresada grupos marginales en los que se encuentran prisioneros de pandilla en Chicago y motociclistas quienes lo practicaban de manera casera, incluso para la década de los 60 y 70 grupos como los hippies y seguidores del punk rock adoptaron la practica dejando al tatuaje americano visto como algo marginal y fuera de todo comportamiento social aceptable, solo a principios de 1970 la situación empezó a cambiar gracias al renacimiento de la industria gracias a artistas como Don Ed Hardy, Leo Zulueta, y otros artistas influenciados por el trabajo de Jerry ‘Sailor’ Collins.

Norman Collin a.k.a Jerry Sailor es considerado el artista que definió las bases del estilo americano de tatuaje, nacido como Norman Keith Collins su carrera en la industria del tatuaje inicia en su adolescencia mientras realizaba viajes en tren por los Estados Unidos de América, el viejo método de aguja y pigmento negro era todo lo que él poseía para realizar tatuajes a mano alzada a viajeros que encontraba (Sailor Jerry , s.f.), en la década de 1920 conoce en Chicago a su mentor Gib ‘Tatts’ Thomas quien lo instruye formalmente en el arte de tatuar con una máquina eléctrica; tiempo después se une a la marina lo cual define su estilo de vida y hace

posible que viaje por el mundo trayendo consigo conocimiento sobre tatuajes de China y Japón principalmente, DeMello afirma que Jerry estableció una amistad con Hiroshis como Horihide, Horiyoshi II, and Horisada, quedando impresionado por el tamaño de los tatuajes y la cantidad de color utilizada para su realización, pero él mantenía recelo y distancia con esta cultura debido al bombardeo a la base naval en Pearl Harbor por parte de los japoneses. Cuando se estableció en Honolulu Hawaii, abrió su primera tienda de tatuajes bajo la promesa “beat them at their own game”, de esta manera realiza tatuajes pequeños, con temas pertenecientes al imaginario cultural estadounidense, compréndanse rosas, sirenas voluptuosas, el Alamo, anclas e águilas para expresar su arte en los clientes que decidían tatuarse con este tatuador (DeMello, 2007, pág. 74), destacando un arte propio alejado de la fuerte influencia oriental en realizar piezas enormes en las cuales era importante el fondo que la pieza principal en sí misma.

1.2 Historia nivel nacional y local

A nivel nacional no es muy claro el origen de los tatuajes dado que no existen documentos ni indicios ancestrales de la práctica en ninguna parte del territorio colombiano, de esta manera se habla del tatuaje moderno introducido al país a través de dos posibles maneras; la primera es gracias al caleño Leonardo Ríos quien en los años 60 llegaba de Coney Island (New York, E.E.U.U) a su tierra natal Cali para continuar realizando tatuajes en su estudio Leo’s Tattoo, convirtiéndose en la primera tienda de tatuajes oficial del país (Romero, 2016), y una segunda manera es en el Expreso de hielo⁵ con Daniel Severy quien decidió quedarse a tatuar en Bogotá, no se tiene registro exacto de cuando inauguró su tienda Dany Tattoo pero para el año 1985 ya

⁵ Tren colombiano que realizaba recorridos entre Santa Marta y Bogotá en la década de los 90, tomado de: El Expreso del Hielo: La leyenda del tren con el que Manu Chao recorrió Colombia, noisey.vice.com

existía y poseía poca competencia demostrando que es prácticamente el primer tatuador en abrir un local en la capital del país.

Acerca de Daniel Forero (s.f) comenta que nació en Bruselas, a la edad de 13 años se realizó su primer tatuaje, su formación profesional contempla la carrera de dibujo artístico en la Escuela de Bellas Artes y la enseñanza del oficio de tatuador fue guiada bajo la supervisión de Leonardo Ríos en la ciudad de Cali, en las décadas de los 80 y 90 comenta Romero (2016) que ellos se asociaron en ciertas ocasiones para difundir el tatuaje en Cali y Bogotá, sin embargo este proceso fue lento hasta alcanzar otras ciudades como Medellín dado que la practica era demasiado artesanal y en comparación con el resto del mundo; en el territorio no existían las herramientas ni técnicas adecuadas para aprender este arte. Muchos tatuadores en Bogotá desempeñaron este arte de forma casera, con máquinas de su propia elaboración, pigmentos domésticos difundiendo su trabajo entre amigos o personas cercanas, en los años 90 los tatuajes en Colombia significaron rebeldía entre los jóvenes que los tenían, Romero consecuentemente afirma que este movimiento se volvió muy informal haciendo una ruptura en técnica y trabajo. En una entrevista realizada por Romero a Alejandro Páez, importante figura en la industria del tatuaje conocido actualmente como el presidente de la Asociación Colombiana de Tatuadores señala a Nelson García miembro de la banda de metal bogotana Herejía como el principal responsable de difundir los tatuajes en esta ciudad.

“él fue el que me introdujo en esto, él era el culpable de tantas cosas que pasan acá hoy en día, porque, pues él lo expandió mucho, le dio otra cara a las cosas, digo pues a mí me formó como artista y gracias a él conocí también mucha gente” Páez (s.f).

Esto marcó el inicio de más tiendas de tatuaje en el centro de Bogotá ya que muchos se involucraron en el mundo del tatuaje por la música bogotana, estas personas se mantenían laborando en circuitos subterráneos, debido a que el tatuaje era mal visto por la sociedad en general ubicándolo en la categoría de tabú; punkeros, metaleros, skinheads y otras culturas urbanas involucraron el tatuaje en su vida asociando este arte con la clandestinidad y la inadaptación social frente a los fuerte valores sociales conservadores de la sociedad colombiana, Romero (2016) en su artículo escribe que acceder a una máquina de tatuar en aquella época era imposible por la poca disponibilidad de venta y principalmente, porque costaban demasiado, los precios oscilaban entre 300 y 700 mil pesos colombianos en aquel entonces. En vista de esto, casi todos los tatuadores fabricaban sus propias máquinas y tatuaban a quien podían en cero condiciones higiénicas o formales, los materiales más comunes para la fabricación de máquinas eran como comenta Romero agujas de coser, tubos de lapicero, motores de juguetes y uno que otro punto de soldadura para unir todo, sumado a esto era muy complicado y prácticamente imposible la formación de tatuadores novatos por parte de veteranos.

A principios de los 90 era difícil mantener un local de tatuajes en el país debido a la baja clientela, la informalidad y la mala fama que tenían los tatuajes; quien deseaba aprender sobre estilos de tatuaje como Old School o Tradicional Japonés debía recurrir a dos fuentes de información que son la biblioteca Nacional o mirar referentes en revistas de tatuajes extranjeras que las tiendas poseían en sus mostradores, cabe resaltar que esta información era desactualizada y de difícil acceso. A partir de 1997 de la mano de Alexander Páez creando la primera convención internacional de tatuajes en Bogotá y en el país la popularidad del arte creció, además en el año 98 con el acceso a Internet muchos obtuvieron información actualizada sobre

tatuajes, una gran ayuda arribó por parte de quienes viajaban a el exterior y traían conocimiento claro sobre sanidad e higiene al momento de proceder con los tatuajes como el uso de guantes y esterilización de instrumentos fueron fundamentales para los tatuadores de la época (Romero, 2016).

En los siguientes años tatuar en la capital sigue manteniendo un perfil bajo hasta que en el año 2005 el programa norteamericano Miami Ink marca un punto y aparte en el pensamiento colectivo, la sociedad comenzó a aceptar a las personas tatuadas y a los tatuadores, el panorama general era prometedor ya que se abrieron más tiendas, aumento la oferta de tatuajes con diseños variados y el precio por estos también aumento (Romero, 2016). Tiempo después los locales comenzaron a reflejar la estética propia de una tienda de tatuajes dejando un poco de lado el tema musical y comenzar a mostrar dibujos o arte hecha por los tatuadores reflejando en cierta medida el estilo que realiza.

En la ciudad de Pasto a principios de los años 90 surgen tres tiendas de tatuajes con los nombres de Tattoo Studio, La Casa del Tatuaje y ChinoTown que hasta la actualidad siguen funcionando por los dueños y creadores Carlos Rosero, Milton Cárdenas y Mario Andres a.k.a Chino, el primero en comenzar en la ciudad fue Carlos Rosero quien introdujo la idea como negocio tras su paso en la ciudad de Bogotá. Yo soy el primero antes de Milton Cárdenas, fui yo el primero en traer la idea, eso a mi me surgió en Bogotá, yo estaba estudiando publicidad en Bogotá y yo me incliné al cuento del tatuaje hace más o menos veintidós veintitrés años.

En su época de estudio entra a trabajar como dibujante en una tienda de tatuajes en la capital ubicada en la calle 63, este sector es conocido como el parque de las flores donde desempeña prácticamente la labor de diseñar todos los tatuajes mas no de realizarlos sobre los clientes, es

cuando decide ingresar completamente en el mercado aprendiendo de manera empírica el arte de tatuar, en aquel entonces todo se realizaba ‘a escondidas’ debido a los prejuicios hacia los tatuajes, a la ciudad de Pasto años después abre su tienda de tatuajes Studio Tattoo en el centro comercial Galerías en el centro de la ciudad de Pasto, pero la manera de proceder era totalmente empírica “no hay academias, no había quien explique bien el procedimiento tocaba ir adivinando prácticamente en el proceso”. Esta realidad en esencia se conserva en la actualidad, ya que la profesión misma implica aprender a través de la experimentación incluso teniendo referentes o maestros que indiquen la manera de proceder, esto consta de un proceso de observación y práctica que cada tatuador realiza para adaptarse a este arte y desempeñarlo a su manera; nuevas generaciones de tatuadores siguen los mismos patrones de origen y aprendizaje que sus predecesores veteranos; ellos comienzan la práctica en sus casas o lugares familiares que les proporcionan la confianza para después emprender un negocio como tatuadores; el contexto, tiempo y economía son factores que afectan este génesis pero no de manera contundente.

Simultáneamente y algún tiempo después Milton Cárdenas y Mario Andrés abren sus tiendas de tatuajes; La Casa del Tatuaje en el centro comercial Pasaje Liceo y ChinoTown en el centro comercial Galerías generaban un negocio poco rentable debido a la baja popularidad de los tatuajes en la ciudad, según estos tatuadores el promedio de clientes era dos por semana pero a pesar de esto lograron sobrevivir principalmente por su pasión a este arte, en contraste con la motivación y formación recibida por Carlos (Studio Tattoo) Milton tenía el sueño de ser tatuador desde su infancia a causa del interés generado por ver a personas tatuadas en revistas o en la calle, de esta manera enfocó sus esfuerzos en el dibujo para acercarse al tatuaje.

El primer tatuaje me lo hizo un amigo cuando yo tenía por ahí... era niño, unos ocho años más o menos, primero me marque con un vidrio con él, me marqué unas iniciales, después el mismo muchacho me hizo una calavera con una guitarra, nos gustaba tatuarnos entre los dos (Cárdenas, 2017).

Para la edad de trece años Milton ya poseía muchos tatuajes hechos de forma casera y con máquinas hechizas⁶ lo cual le trajo problemas de tipo familiar y social ya que su padre no compartía el hecho de ver a su hijo con tatuajes, él mismo comenta que en su adolescencia era el único estudiante de su curso en tener esta modificación corporal y fue motivo de burlas, Le Breton (2013, p.50) comenta que los tatuajes rudimentarios o casero demuestran el compromiso del portador con el grupo al cual pertenece, en este caso al grupo de tatuados – tatuadores porque los tatuajes en su caso denotan su profesión y compromiso con el arte, muestran su origen y son una marca que les recuerda de donde vienen en todo momento, en la mayoría de tatuadores entrevistados responden que no cubren sus primeros tatuajes por el contenido espiritual y de significado que tienen, realizar tatuajes en las demás personas a través de una forma de negocio tiene como base un compromiso con el arte y consigo mismo.

El último de los tatuadores veteranos en la ciudad de Pasto es Mario “Chino” Andrés quien tiene un origen similar al de Milton ya que su gusto y pasión por los tatuajes los tiene desde que es muy niño y para la edad de catorce años inicia su carrera como tatuador; sin embargo los inicios de su tienda al igual que las de Carlos y Milton no fueron fáciles; “hace veinte años era imposible conseguir algo, entonces fue un crecimiento muy lento, muy difícil ” por los factores de prejuicios, poca clientela y según Mario por ser Pasto una ciudad demasiado aislada situando

⁶ Termino coloquial empleado para referirse a un objeto o acción casera de fabricación artesanal.

a los tatuadores en aquel entonces en dificultades a la hora de conseguir insumos para su trabajo, obtener conocimiento y difundir su trabajo.

En años posteriores la reputación de estas tres tiendas creció considerablemente hasta posicionarse como referentes permanentes en cuanto a tatuajes en la ciudad, además se ha observado que la difusión del arte del tatuaje ha sido impresionante desde dos puntos de vistas; el primero es en la cantidad de personas tatuadas que es en su mayoría personas jóvenes que muestran sus tatuajes de manera tranquila y sin problemas, lo que demuestra que la estigmatización hacia los tatuados no es un problema relevante en la sociedad pastusa y que se ha aceptado por completo. Por otro lado, tenemos el transmitir del conocimiento entre tatuadores que se ha dado de manera convencional y autodidacta; la formación de muchos tatuadores en Pasto tiene algún origen en los tres tatuadores veteranos antes mencionados, ya sea por escuchar su nombre o por haber tenido enseñanza directa. A su vez nuevos tatuadores enseñan a otras personas a difundir el arte de manera formal o informal, dando como resultado una oferta de tatuadores de todo tipo.

1.3 Concepto y características.

El tatuaje posee un significado más profundo que una simple marca en el cuerpo de una persona; tomado como un artefacto comunicativo se puede decir que el propósito de la práctica del tatuaje en cualquier cultura determina una necesidad de comunicación e integración a un determinado grupo; esto quiere decir que una de las funciones generales de este arte es cohesionar a las personas e identificarlas dentro de un grupo social, en sus días de origen el tatuaje se consideraba una manera ritual de ser aceptado dentro de una cultura y significaba un cambio en la vida de la persona, el hombre no es una animal que este en el mundo y no lo

modifique de alguna manera, toda sociedad tiene la necesidad de transformar su entorno y el cuerpo es un medio para hacerlo, la existencia del hombre en estado salvaje no puede ser y la inmersión en una cultura lo dota de varios significados y valores (Le Breton, 2013, pág. 10) .

En la actualidad el tatuaje alberga un concepto más global y general que acepta una gran cantidad de significados e interpretaciones simultaneas; que de acuerdo a cada individuo varían tales como: sexualidad, ritos de paso, conmemoración de un evento, adorno, belleza, dolor, valentía, aceptación, jerarquía, identificación, etc, incluso se puede decir que el cuerpo como lienzo en blanco se ha vuelto como lo dice Le Breton algo insoportable de ver y que a pesar de ser un hecho cultural no ha escapado de ser una moda más en la actualidad (Le Breton, 2013, pág. 68), haciendo del tatuaje un medio de escape y reivindicación individual por adquirir una verdadera identidad, entonces las personas tateadas expresan su verdadero ser a través de los tatuajes que están dotados de su propio significado, sin tener en cuenta si estos ya poseían algún otro más ancestral. El concepto en la sociedad actual de tatuaje está despojado en casi su totalidad del origen ancestral y ceremonial; ahora su significado depende enteramente del individuo que lo posee y de la sociedad en la que habita.

Un aspecto que ayuda a comprender al tatuaje en nuestra sociedad es el dolor visto como un elemento catártico necesario para completar un tatuaje, Le Breton (2013) añadiendo a este planteamiento afirma que las sociedades actuales temen al dolor y lo combaten a toda costa con analgésicos pero el proceso de realización de un tatuaje es doloroso e intenso de principio a fin; justificado por quienes lo han atrevesado solamente por la recompensa final, todo ese dolor se transforma en felicidad y satisfacción por el cambio en sus cuerpos. El dolor hace énfasis en el nivel espiritual de la persona tateada haciendo que se sienta orgullosa de poseer tatuajes y

además sirve como muestra de fortaleza frente a los demás; de hecho no es impedimento para la mayoría de personas tatuadas para continuar tatuándose ya que es un fenómeno adictivo los tatuajes, se puede definir a una persona tatuada como masoquista que disfruta del dolor que le produce las sesiones de tatuajes, para efectos de esta investigación lo anterior nos conduce a cuestionar que es realmente lo que existe tras este dolor por el cual muchas personas deciden pasar; y no es otra cosa que un castigo físico que reivindica el verdadero ser.

El arte de tatuar en la actualidad se puede considerar como una forma de castigo con el fin de transformar el cuerpo y darle una apariencia que lo diferencie de los demás; el castigador (tatuador) hace de su labor haciendo sufrir a su castigado (cliente) para que obtenga lo que desea en términos estéticos; ambos actores saben que el proceso tedioso, largo y doloroso al cual el cuerpo es sometido es absolutamente necesario para obtener un buen tatuaje, de lo contrario no tiene un por qué de su realización, es como lo explica Le Breton, que el dolor provocado por la inscripción de un tatuaje o una modificación corporal se asocia con la sensación de estar vivo, el dolor no se disfruta pero utilizarlo como medio para conseguir una meta es motivo de orgullo y distinción (Le Breton, 2013, pág. 35).

Consecuentemente el tatuaje ha evolucionado y se ha transformado en una práctica regida por una serie de pasos y condiciones que estructuran al cuerpo tatuado y su conducta social, he aquí por qué más y más personas se realizan tatuajes sin pensar en realidad, que están siguiendo una conducta social impuesta a manera de moda, Foucault realiza una introspección en la disciplina del individuo a través de una serie de comportamiento o establecimientos sociales a seguir, pertinentemente comparable con el concepto de tatuaje hasta el momento manejado.

Se define una especie de esquema anatomo-cronológico del comportamiento. El acto queda descompuesto en sus elementos; la posición del cuerpo, de los miembros, de las articulaciones se halla definida; a cada movimiento le están asignadas una dirección, una amplitud, una duración; su orden de sucesión está prescrito. El tiempo penetra el cuerpo, y con él todos los controles minuciosos del poder. (Foucault, 1976, pág. 140)

Ahora es conveniente avanzar explicando la apariencia del tatuaje moderno a través de una lectura semiótica propuesta por Roland Barthes al considerar los signos como manifestaciones culturales (Zecchetto, Marro, & Vicente, 2013) que tienen la particularidad de demostrarse a través de estilos de tatuaje mundialmente aceptados y comprendidos; así por mencionar a los principales son: Negro y Gris, Realismo, Puntillismo, Líneas, Vieja Escuela o Tradicional Americano, Neotradicional, Nueva Escuela, Geométrico, Trash Polka, Tribal, Tradicional Japonés, Acurela, Chicano, Lettering y Sketch cuyas características estéticas comprenden diferentes expresiones artísticas en cuanto a color, valor de línea, tamaño, claridad en dibujo e impacto visual, de acuerdo con Barthes un signo es constituido por significante y significado añadiendo a este dúo una connotación, de acuerdo a esto el significante incluye objetos o subniveles que lo componen, como por ejemplo: los diferentes estilos del tatuaje, los instrumentos para su realización y ubicación en el cuerpo, y el significado dependerá del contexto en el cual se encuentre el tatuaje; así un tatuaje en prisión tendrá un significado de pandilla por la asociación directa del lugar con el crimen, pero la lectura de estos signos solo es posible en mayor medida si el tatuado lo explica, actualmente los tatuajes son un fenómeno de invención de tradiciones constituido por signos nuevos creados a partir de viejas usanzas cuyos significados han dejado de usarse y pasaron al olvido (Le Breton, 2013, pág. 38).

Continuando con los postulados de Barthes; la retórica de la imagen es medio de análisis más conveniente de interpretación utilizado para entender los tatuajes dado que provee tres tipos de mensajes en los signos y así encontrar un solo mensaje global.

...uno lingüístico, uno icónico codificado (el mensaje) y uno icónico no codificado (el mensaje perceptivo)”. (...) de los dos mensajes icónicos el primero está de algún modo impreso sobre el segundo: el mensaje literal aparece como el soporte del mensaje «simbólico». Ahora bien sabemos que un sistema que se hace cargo de los signos de otro sistema para convertirlos en sus significantes, es un sistema de connotación (...) la imagen literal es denotada y la imagen simbólica connotada. (Zecchetto, Marro, & Vicente, 2013, pág. 182)

Otra de las razones por las cuales se utiliza este método de análisis para comprender un tatuaje es porque los signos prestados por los usuarios del tatuajes y por ende tatuadores obedecen a un orden como lo llama Le Breton (2013) *cita cultural* en el cual este signo es despojado de su significado y es apropiado en otro contexto por un individuo que lo eligió solo por su valor estético más no por su significado intrínseco, los signos, pasando de un mundo a otro, se transforman y su filiación pasa a pertenecer al imaginario del tatuado. Sólo eso importa. La persona tatuada inventa un mito personal alrededor de su tatuaje. (Le Breton, 2013)

La individualización del ser dentro de las sociedades modernas a través de los tatuajes esta dado principalmente por los tipos de tatuaje que posee, su ubicación y lo complementa el comportamiento que tenga al momento de mostrarlo y explicarlos; la mayoría de personas entrevistadas en este proyecto recalca que la causa de sus tatuajes proviene de un gusto por la imagen y su posterior carga emocional dotada para darle un verdadero significado: “Tengo en la

espalda algunos poemas de Kandisky... una calavera porque es algo muy natural...y en general me gustan tatuajes con color porque complementan mi forma de ser” (Julian, docente universitario, 32 años), “me he tatuado monos en el brazo izquierdo porque me dicen mono y es el apodo que me han dado” (Jhon, tatuador). Es de esta manera que los tatuajes como lenguaje corporal expresan el verdadero yo de una persona que por desición propia ha decidio someterse a un intenso dolor para tranformarse de acuerdo a ciertos códigos y signos adquiridos, que por tendencia y popularidad sea un proceso comercial y sin valor ancestral para sociedades a las cuales esos tatuajes originalmente no pertenecen, pero que sus indiviudos dotan de significados válidos unicamente para ellos.

Capitulo 2 . Diseño de servicios

2.1 Concepto.

Definir diseño de servicio es una tarea compleja ya que existen diferentes aproximaciones a al concepto general provenientes de diferentes autores; además se junta el hecho de ser un fenomeno nuevo en el mundo de diseño, a continuación se da una acertada definición de diseño de servicio hecha por Engine service design en el 2010.

Service design is a design specialism that helps develop and deliver great services.

Service design projects improve factors like ease of use, satisfaction, loyalty and efficiency right across areas such as environments, communications and products – and not forgetting the people who deliver the service. (Stickdorn & Schneider, 2011)

De esta manera se puede decir que el servicio de diseño es una sub-disciplina del diseño que busca generar valor tanto para las personas que requieren el servicio como para quienes lo proveen, es capaz de proyectar experiencias significativas a través de propuestas útiles, deseables

y memorables para las personas y para sus creadores, haciéndose cargo del desarrollo estratégico (propuesta de valor, concepto y sistema) y del desarrollo operativo del servicio (diseño de los tangibles e intangibles que hacen interactuar a las personas con la organización o empresa), el diseño de servicios acorde con la investigación propuesta conecta los deseos de los clientes o usuarios con los deseos de una organización, construye un puente entre dos extremos dentro de un contexto (Moritz, 2005, pág. 40) motivo suficiente para centrar el objetivo general de este proyecto sobre el diseño de servicio. Esta metodología de diseño cumple con cinco principios básicos a seguir que son: Centrado en el usuario, Co-creativo, En secuencia, Evidencia y Holístico (Otálora, Reina, Russi, & Becerra), a continuación se explica brevemente cada uno de ellos.

Primero tenemos Centrado en el usuario como el conocer bien al usuario e ir más allá de sus necesidades, Stickdorn y Schneider afirman al respecto del segundo principio Co-creativo que hay que integrar las ideas de diferentes grupos de usuarios con el fin de obtener el propósito del servicio, la etapa de secuencia describe el servicio de diseño como mirar una película; siguiendo un ritmo y una línea de procesos hará que el usuario se sienta satisfecho, otro principio es la evidencia y se resume como lo tangible del servicio, es cuando el cliente puede ver el servicio a través de artefactos visuales que le guían y le producen emociones, y por último se tiene el principio holístico hace referencia a presentar al usuario el contexto tangible del servicio. (Stickdorn & Schneider, 2011, pág. 38)

El principal aporte al nexo entre tatuadores y sus clientes es la creación de una experiencia de usuario completa antes, durante y después del proceso de obtención de un tatuaje; la tradicional manera de trabajar con los tatuajes en la ciudad carece de una completa atención sobre el cliente,

sin objetar que sea mala es posible a través del diseño mejorar esta manera de trabajar creando valores agregados utilizando un mismo lenguaje al momento de diseñar, “A user-centred approach offers a common language we can all speak; the service user’s language.” (Stickdorn & Schneider, 2011, pág. 29)

Uno de los campos destacables del diseño de servicios establecido por Stickdorn y Schneider es el diseño gráfico como medio visual para establecer imágenes del servicio en la mente de los usuarios; es propiamente dicho el soporte para que el usuario se acerque emocionalmente a la experiencia que va a obtener durante el servicio; la identidad corporativa y el *branding*⁷ son fundamentales a desarrollar en este punto; en aplicación con el tema de este trabajo se habla de una identidad y lenguaje ya establecido por los usuarios que es el arte de tatuar en todos sus estilos pero con la carencia de organización bajo una sola imagen. Los puntos de contactos o touchpoints definidos como los momentos en los cuales se evidencia el servicio a través de la interacción del usuario son importantes de estudiar y tener en cuenta ya que es aquí cuando se evidencia el proceso desarrollado por el equipo de diseño.

El beneficio más relevante e inmediato de un diseño de servicios es la conexión entre clientes y organización descrito por Moritz (2005) como el alza en la satisfacción del cliente al sortear todos los puntos de contacto obteniendo buenas experiencias diferenciándose del mal servicio en crear feedback o retroalimentación de los usuarios para estar constantemente mejorando el servicio, la creación de confianza a través de la venta de experiencias es lo que con el tiempo hará que los clientes queden satisfechos.

⁷ Esta palabra inglesa hace referencia al proceso de construcción de una marca, estableciendo la estrategia a seguir para gestionar los activos vinculados a un nombre comercial, a símbolos o logotipos. Tomado de <https://www.economiasimple.net/glosario/branding>

2.2 Diseño web.

Se puede definir el diseño web como la planificación, diseño e implementación de sitios web, y como los usuarios interactúan con ellos, están relacionados los conceptos de usabilidad y experiencia de usuario para crear un portal web atractivo visualmente y funcional a la vez, además requiere tener en cuenta la navegabilidad, interactividad, arquitectura de la información y la interacción de medios como el audio, texto, imagen, enlaces y vídeo. Continuando con el diseño de servicios es posible pensar un diseño para los tatuadores y sus clientes a través de un sitio o portal web que presuma de contar con la estética e información suficiente para dar el primer paso en el mejoramiento de la relación que mantienen estos dos sectores, consecuentemente el servicio intangible en el mundo digital tiene su base en el internet porque es la mayor plataforma multimedia ideal para conectar a las personas de manera inmediata y eficiente, además como lo comenta Alicia San Marín Frez (2010) en su tesis de grado debido al carácter pluralista, al feedback producido de manera natural entre usuarios es el medio por el cual se crean comunidades de manera más fácil; Kotler & Armstrong (2007) afirman que “Las compañías utilizan Internet para establecer relaciones más cercanas con clientes y asociados de marketing. Además de competir en los mercados tradicionales, ahora tienen acceso a espacios nuevos y emocionantes del mercado.” (pág. 24) Es por esto que principalmente se escoge la realización de un diseño web para actualizar de alguna manera esa comunidad tatuada en la ciudad que se mantiene de manera parcial en redes sociales.

Aplicando el diseño web a la futura propuesta de sitio web que de solución al problema planteado se aplican los principios básicos del diseño de experiencia de usuario así como el marketing y el establecido comportamiento de las redes sociales que cada tatuador y tienda de

tatuaje posee, de esta manera la integración de una existente plataforma y comportamiento en el internet al nuevo sitio web creará un nuevo valor agregado al servicio propuesto. En la parte de Diseño UX (User Experience) tenemos los siguientes conceptos a aplicar:

- **Consistencia:** Es la parte fundamental en el diseño web o en cualquier artefacto digital haciendo la interacción del usuario algo fácil e intuitivo, se espera que la navegación sea dinámica y que genere feedback. La aplicación de patrones de comportamiento conocidos mimetizados en aspectos y gráficos hace que un sistema sea consistente.
- **Perceptibilidad:** Es lo referente a cuan accesible es la información de un artefacto digital para el usuario, un diseñador gráfico debe conocer todas las maneras de accesibilidad sugiriendo la interacción en las diferencias de la apariencia. “Significa controlar las variables formales visuales para lograr del usuario el menor esfuerzo para comprender y predecir intuitivamente el funcionamiento interactivo de la interfaz, permitiéndole al usuario concentrarse en lo que interesa: el contenido”. (San Martín, 2010, pág. 36)
- **Facilidad de Aprendizaje:** Hace referencia a la complejidad del artefacto para usarlo, de esta manera las interacciones tienen que ser fáciles e intuitivas para que el usuario las aprenda y posteriormente las recuerde, todo sistema tiene un proceso de aprendizaje que se manifiesta mediante una curva de aprendizaje. La transferencia de habilidades es un factor clave a la hora de crear un artefacto digital ya que aprovecha la ventaja de incorporar comportamientos de otros entornos que resultan familiares.
- **Previsibilidad:** Cuando un diseño de interacción aporta la suficiente información al usuario antes de realizar la acción, de esta manera las interacciones se orientan a la causa – efecto para funcionar, es decir, siguen un proceso lógico ya conocido por el usuario.

- **Prototipo:** El desarrollo de varios prototipos es necesario para llegar a obtener una buena experiencia de usuario, la ruta de la UX la define el usuario guiado por la experiencia que tiene, entonces la realización de un testeo del prototipo con el usuario garantiza la validación de ideas y permite la corrección de errores que se presenten con el diseño.
- **Arquitectura de la información:** San Martín (2010) proporciona una definición dentro del diseño de un sitio web como Estructuralmente la arquitectura de información de un sitio web es su esqueleto; el elemento del diseño, invisible, que soporta el contenido. Esta debe definirse en las primeras etapas del proceso de diseño, pues de esta estructura conceptual dependerán otros aspectos como el diseño de interacción o el diseño gráfico. El uso de mapas lineales y algoritmos son herramientas eficaces para crear la arquitectura de la información proporcionando un panorama del sitio web antes de ser implementado, cabe aclarar que este mapa solo lo conoce el diseñador.

La implementación del sitio web en la fase de prototipo es recomendable realizarla en plantillas web con diseño web responsivo dada la tendencia actual a utilizar la información digital en diferentes dispositivos como tablets o smartphones donde la distribución de la información debe adaptarse al tamaño de pantalla, un prospecto futuro a desarrollar es el marketing digital como valor agregado del sitio web; dejando en claro que no se trata de ofrecer un servicio que venda sino un servicio que retiene a los nuevos y antiguos clientes ofreciendo algo más que solo tatuajes. “El trabajo no es encontrar a los clientes adecuados para el producto, sino encontrar los productos adecuados para sus clientes.” (Kotler & Armstrong, 2007, pág. 10)

7. Diseño metodológico

7.1 Enfoque de investigación

El desarrollo de esta investigación se efectuará desde el enfoque cualitativo porque proporciona flexibilidad a la hora de interpretar los datos que provienen en su mayoría del orden social y un amplio margen para ubicarlos, la recolección de datos e información sin medición numérica acompañado de la observación de conductas y/o manifestaciones durante el proceso de investigación justifican el uso de este enfoque.

7.2 Método de investigación

El método más adecuado a utilizar es la etnografía ya que permite comprender la situación problema planteada al investigar los *insights*⁸ de la realidad de los tatuajes desde un nivel inclusivo y más personal al obtener datos e información directamente de la fuente; en este caso son los tatuadores y sus clientes; los estudios desde escenarios particulares y con diferentes puntos de vista permiten al investigador deducir el entorno global y proceder adecuadamente para obtener la mejor solución posible.

7.3 Unidad de análisis

7.3.1 Población.

La población la conforman los tatuadores que se encuentran en el casco urbano de la ciudad de Pasto así como sus clientes.

⁸ (the ability to have) a clear, deep, and sometimes sudden understanding of a complicated problem or situation, tomado de <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/insight>

7.3.2 Muestra.

La elección de la muestra obedece al orden de muestreo estratificado propuesto por Arias (1999); de esta manera los individuos escogidos para recolectar información comparten características en común y se clasifican en dos grupos que son tatuadores y clientes (Ver anexo II).

7.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Dado el enfoque cualitativo se ha hecho uso de técnicas e instrumentos por parte del investigador que permitan obtener datos no medibles y más profundos, esto quiere decir que los datos esperados son de orden conceptual, de procesos, manifestaciones, comportamientos y pensamientos que expresa la comunidad de tatuados en Pasto. En la siguiente tabla se muestran un panorama general de los medios utilizados para lograr la obtención de datos, cabe resaltar que la manera como el investigador tiene al momentos de realizar la tarea de recolección es de adaptación y total sensibilidad ante el ambiente donde se encuentra para permitirse la mayor involucración posible (Ver anexos III-VII).

Tabla 1 Técnicas e Instrumentos

Técnica	Instrumento	Objetivo
Observación Un día en la vida de	Guía de observación Cuaderno de notas Diario de campo Cámara fotográfica	Comprender el comportamiento y realidad del tatuador y el cliente.
Entrevista	Grabadora de voz Cuestionario	Recolectar información acerca de la industria del tatuaje y el concepto de la palabra tatuaje.
Encuesta	Cuestionario Cuaderno de notas	Conocer el medio por el cual las personas obtendrían un tatuaje.

7.4.1 Observación participante.

Se pretende observar el ambiente de trabajo de los tatuadores para comprender en profundidad su contexto, las relaciones sociales que ocurren durante el proceso de la elaboración del tatuaje, además de identificar patrones y otros aspectos propios de este oficio tales como sonidos, materiales y herramientas físicas. Cabe destacar que se tiene especial cuidado a la parte del manejo de redes sociales como factor clave de la investigación, el objetivo principal a cumplir con esta técnica es obtener la mayor cantidad de información acerca de la industria del tatuaje en Pasto además de identificar problemas para proceder correctamente con el desarrollo de la solución, los lugares a observar serán las tiendas de tatuaje en primera instancia, el investigador estará involucrado de manera moderada para mantener el equilibrio entre participante e investigador y así no perder la objetividad del estudio. Dentro de la ejecución de la observación se encuentra implícita la técnica un día en la vida de que para efectos de la presente investigación será un día en la vida de un tatuador y en la de un cliente; este último será efectuada por el propio investigador. El instrumento a utilizar en esta técnica es el diario de campo acompañado de una cámara fotográfica o de video.

7.4.2 Entrevista informal conversacional.

Las entrevistas a realizar en la muestra se enfocan a obtener información a través de un cuestionario con preguntas semiestructuradas con la flexibilidad de desarrollar una charla conversacional, el objetivo es conocer mejor al entrevistado y hacerlo sentir cómodo en su ambiente, estas entrevistas están diseñadas para recibir del entrevistado su conocimiento y opinión respecto al concepto del tatuaje y experiencia en la industria actual abarcando temas como conceptos, historia, su realidad comercial y motivaciones para continuar trabajando, desde

luego se esperan respuestas espontaneas y francas, el investigador estará atento a posibles cambios de enfoque durante el proceso de entrevista de acuerdo a como avance esta. El grupo de los entrevistados lo conforman tatuadores, clientes y personas relacionadas al concepto del tatuaje.

7.4.3 Encuesta.

Se la utilizará esta técnica en modo complementario a través de un cuestionario simple a estudiantes en general de la Universidad de Nariño y a algunas personas no tatuadas con deseos de tatuarse, esta técnica se relaiza con el fin de recolectar datos de manera masiva para ser contrastado con los obtenidos con las anteriores técnicas, ademas la encuesta va enfocada con el cliente del tatuador proponiendo el propotipo a manera de pregunta para saber la probabilidad de éxito de la misma; entonces la aplicación de la encuesta sirve como apoyo y justificación para el desarrollo del artefacto comunicativo que dará solución al problema planteado.

7.5 Metodología proyectual

Para el desarrollo de la investigación se propone una metodología basada en las metodologías propuestas por Morris Asimov y Bruno Munari, de esta manera se combinan 2 métodos lógicos y detallados con el dinamismo del pensamiento creativo para trabajar con el usuario en todo momento, se propone esta metodología para obtener información muy subjetiva y que a la vez encaje en un proceso de diseño estructurado. Los pasos a seguir en la metodología no se rigen por un orden secuencial y el regreso entre ellos es permitido en caso de que el investigador necesite replantear conceptos; el uso intrínseco de algunos aspectos del pensamiento de diseño como la empatía se han incorporado en la metodología para poder desarrollar una investigación basada en el vínculo con el usuario.

El primer paso de esta metodología es definir el problema a tratar tal y como lo plantea Munari para dar inicio a la investigación estableciendo ciertos límites, los siguientes tres pasos corresponden a una recolección de información y su posterior análisis en sub-problemas, Munari describe este método como una manera práctica de abordar el problema global haciendo más fácil su comprensión y posterior solución; Asimov al igual que Munari plantea seguir esta primera fase a través de una planeación detallada producto del intenso análisis de la información obtenida, a continuación se procede con la etapa de diseño que inicia con la generación de ideas creativas dentro de un marco de realidad y posibilidad que permitan al investigador dar solución a los sub-problemas, para la fase final de implementación y testeo se realiza la creación de prototipos que constatemente se prueban con el usuario obteniendo feedback para su posterior análisis; Asimov propone el diseño completo y detallado de componentes, planos, partes y componentes del prototipo lo cual se ha tenido en cuenta para esta metodología, el último paso después de realizar el testeo de prototipos es la implementación del producto después de haber recibido el correspondiente feedback por parte de los usuarios tal y como plantean Munari y Asimov al final de sus metodologías, (Ver anexo I.)

7.6 Resultados de trabajo de campo

- El proceso de obtención de un tatuaje es variable dependiendo de la complejidad de la pieza; siempre está presente la expectativa por el resultado.
- Este proceso puede durar desde una sesión [8 - 9 horas] hasta cuatro sesiones de la misma duración si el tatuaje es grande.
- El usuario que adquiere un tatuaje en la actualidad es muy variado en cuanto a gustos, edad y género, el rango de edad va desde los 18 años hasta los 60 años.

- Esta práctica es muy popular y dado la aceptación social cada vez son mas las personas que se realizan tatuajes; los motivos mas comunes son los nombres y los trabajos en negro y gris o sombras.
- El ambiente cuando se tatua es emocionante y de mucha confianza, factores como bromas internas, música variada y la decoración hacen que la experiencia de tatuarse al final sea gratificante.
- El dolor está ligado a los tatuajes, es la sensación que se debe experimentar para lograr el ritual. Es momentaneo y su intensidad depende de la zona tatuada.
- Los tatuajes modernos pueden o no tener significado para quien los poseen pueden ser el resultado de experiencias personales asi como moda. En todo caso estos son un medio que permite la conexión de diferentes culturas enriqueciendo el cuerpo humano con arte.
- La mayoría de tatuadores de nueva generación realizan colaboraciones en sus estudios haciendose publicidad unos a otros, el estar en varias convenciones ha hecho crecer sus negocios.
- La mejor tarjeta de presentación para un tatuador es su cliente.
- La música de los 80's y electrónica son un factor común en los estudios de tatuajes.
- Las redes sociales que se manejan para darse a conocer como tatuador y exhibir tatuajes son Instagram y facebook; la aplicación Whatsapp funciona como medio para realizar cotizaciones y concretar citas.

- Elementos relevantes dentro de los tatuajes son: La electricidad, el ruido producido por las máquinas, la música, las agujas para tatuar y el stencil.
- La espera por un diseño o tatuaje grandes o que requiera al menos cuatro horas para su elaboración se agenda con una espera mínimo de una semana.
- La formación en el oficio es meticulosa y poco frecuente, muchos tatuadores optan por abrir sus propios negocios antes que trabajar para alguien mas.
- La competencia comercial obliga a cualquiera que desee continuar a mejorar permanentemente y a dedicarse a ciertos estilos de tatuaje para destacar en el medio.
- El auge de los tatuajes viene dada en parte por el la propaganda de los mismos en la televisión, personas famosas tatuadas y por la gran rentabilidad que representan.
- La oportunidad para los aprendices de tatuadores puede ser difícil dado que deben tatuarse a si mismos o conseguir sus propios clientes para ganar la confianza de su maestro y de la misma manera probar que estan listos para iniciar en el negocio.
- Muchos diseños hechos por los tatuadores no se realizan y quedan a manera de muestra en sus portafolios.
- La negociación con nuevos clientes es compleja ya que se ponen a prueba las habilidades como vendedor del tatuador y de negociador por parte del cliente, el factor económico ha sido el determinante para cerrar o no tratos.
- La ausencia de portafolios físicos o digitales resulta en un obstaculo importante a la hora de vender un tatuaje.

- El tatuaje en la ciudad de Pasto inició en los 90 con tres tatuadores, el crecimiento en dos décadas ha sido exponencial.
- A mayor reputación del estudio, mayor será el costo del tatuaje, este aspecto entra en conflicto con el cliente al no ser capaz de dimensionar todo el proceso detrás de su tatuaje.
- La mayoría de clientes arriva a los estudios de tatuajes por recomendación de terceros, por conocer la zona centro de la ciudad y en menor medida por ubicar la dirección en internet.
- La comunidad de personas tatuadas organiza eventos alternativos para mostrar su cultura y expresarse, por ejemplo la marca metalflappers [modelos alternativos y venta de mercancía].
- El contenido digital de la mayoría de tatuadores en sus redes sociales se limita a las fotografías de los tatuajes realizados, sin variar o crear otro contenido que sea atractivo para sus seguidores.
- Nuevas leyes y controles por parte de la Secretaría de Salud a los estudios de tatuaje ha hecho que solo negocios bien posicionados continúen operando bajo estrictas medidas de higiene.
- La aspezia es un tema importante y de extremo cuidado para los tatuadores, y las entidades de salud en la ciudad de Pasto.

- El nexo o relación que se crea con el cliente es fuerte para muchos casos, la persona que tiene el tatuaje crea una fidelidad a su tatuador regresando en un futuro por mas tatuajes.
- La creación de un servicio que ayude a obtener tatuajes y darle una apropiada imagen a los tatuadores es un proyecto altamente aceptado por la comunidad dada la apariencia gráfica y el diseño.
- Lista de tatuadores y tiendas de tatuajes en la ciudad de Pasto. (Ver anexoVIII)

7.7 Análisis de trabajo de campo

- Los tatuajes en la ciudad de Pasto es una cultura relativamente nueva que comenzo en la decada de los 90' y se intensificó su crecimiento en los últimos cinco años gracias en primer lugar a la popularidad global dada en 2005 por la serie de televisión Miami Ink y en segunda instancia por una nueva generación de tatuadores jóvenes de 20 a 30 años aproximadamente. Cabe recalcar que de este último grupo un selecto grupo tiene en común la formación parcial o completa en el ambito del arte y el diseño; carreras como Artes Visuales, Diseño Gráfico e Industrial son recurrentes en el curriculum de estos tatuadores.
- El diseño a traves de las nuevas generaciones se ha convertido en el inicio del camino para convertirse en tatuador o tatuadora en la ciudad; dado que la esencia del diseño es la comunciación a traves de artefactos visuales o físicos ha permitido incorporar a su labor el arte de tatuar de manera no oficial, se ha observado que los diseñadores contemporaneas adoptan el oficio de tatuador como una labor complementaria a su actividad principal, este fenomeno se hace cada vez más popular ente las estudiantes de

las carreras de diseño gráfico y diseño industrial en Pasto, puede afirmarse que el tatuaje comercial moderno tiene raíz en el diseño y se ha visto reflejado en la medida en que estos nuevos tatuadores crean sus marcas, adornan sus locales y publicitan su trabajo.

- El método de aprendizaje del oficio de tatuador no ha cambiado demasiado en la ciudad, solo se considera un cambio relevante el acceso a materiales, herramientas y tutoriales en línea que en antaño era imposible pero que hoy en día no lo es; esto quiere decir que si se compara la manera como aprendieron los veteranos con la manera de los nuevos tatuadores es prácticamente la misma, cada tatuador que se forma sigue su aprendizaje practicando sobre sí mismo, sobre amigos y de una manera casera y artesanal, el empirismo es un factor importante en este arte haciendo una clave del éxito del mismo.

- El ritual del tatuaje o el proceso de obtener un tatuaje conlleva una conexión entre tatuador y cliente que en la mayoría de casos termina en amistad, así el tatuaje es un mecanismo social de unión entre las personas que se mantiene o se destruye dependiendo de la calidad del tatuaje, durante este proceso se identifican tres momentos importantes definidos como el miedo, el dolor y la satisfacción siendo esta última la catarsis que experimenta el cliente al obtener su tatuaje, consecuentemente en el plano comercial hace que el cliente recomiende al tatuador dándole más clientes demostrando la manera tradicional e imperante de obtención de clientes en la ciudad.

- El mercado de los tatuajes en Pasto es un negocio rentable y de alta competitividad, en promedio un tatuador o tienda de tatuajes con buena reputación promedia en una semana diez tatuajes de tamaño grande y veinte de menor tamaño de los cuales generan ganancias de más de 600.000 pesos en los grandes y 200.000 en los pequeños, esto hace que los

tatuajes comerciales no sean baratos y no exista un valor referencial de cobro por ellos, causando un conflicto entre clientes y tatuadores por cobrar lo justo en una sesión de tatuaje.

- La popularidad de los tatuajes ha hecho incrementar el número de tatuadores informales e inexpertos que están ejerciendo de manera profesional arruinando la piel de clientes con piezas de muy mala calidad gráfica, las causas de este problema se debe a la inexistente regulación del oficio, el fácil acceso a los materiales y la falsa imagen que se ha creado mostrando el oficio como algo fácil de realizar y que cualquier persona puede hacer; esto representa una insatisfacción a los tatuadores profesionales y al tatuaje en Pasto en general.

- El tatuaje se puede considerar una expresión corporal cuyo significado depende del observador, de esta manera el significante (tatuaje) posee varios significados dependiendo de quien lo porte y en el contexto en el cual se encuentre, convirtiendo al tatuaje en un signo lingüístico con diferentes niveles de significación cuya intención de transmitir un mensaje siempre dependerá de quien lo porte más no de quien lo realiza. El mensaje siempre está codificado y es preciso de la explicación del portador para poder entenderlo en su totalidad, demostrando que el tatuaje es un lenguaje complementario de expresión humana. No siempre la razón de tatuarse está ligada a una experiencia de vida importante, evento, conmemoración para realizarlo, responde en mayor medida a la necesidad de ser marcado para ser diferente a los demás, es un acto de rebeldía justificada en la piel.

- El tatuador promedio se ve obligado por cuestiones comerciales a realizar tatuajes de otras personas limitando su trabajo a simplemente a realizar copias de tatuajes; esto quiere decir que tanto tatuadores como clientes se han acostumbrado a tatuar referentes agregando pequeñas variaciones dejando de lado la creación de diseños propios. El tatuar piezas completamente originales es difícil haciendo que el tatuador se limite mucho y no exprese su potencial de manera plena.

- Las redes sociales más utilizadas por los tatuadores para promocionar su trabajo son Instagram y Facebook dada su facilidad de manejo y popularidad de uso entre las personas; sin embargo están han resultado ser herramientas de alcance regional y de efectividad media pasando a un segundo plano a la hora de conseguir nuevos clientes; algunas evidencias que apoyan este argumento son: pocos “me gusta”, contenido monótono y de solo fotografías, nulo uso de etiquetas y baja cantidad de comentarios. A pesar de esto, algunos tatuadores con buena reputación han encontrado conveniente y beneficioso el uso de estas redes ya que les ha permitido una mejor conexión con sus clientes además de con seguir contacto con tatuadores internacionales. En cuanto a efectividad de comunicación el uso de la aplicación Whatsapp es la opción número uno en la ciudad.

- La búsqueda de tatuadores y tiendas de tatuajes en la ciudad a través de Facebook, Instagram o Google es una tarea difícil y que arroja resultados limitados dejando al usuario con pocas opciones para elegir; una causa de este inconveniente proviene del nombre que cada tienda o tatuador maneja en redes sociales ya que resulta imposible

encontrarlos sin conocerlos previamente o sin el uso de etiquetas como Pasto en sus posts.

- El diseño de un servicio representado a través de un sitio web sobre tatuajes en la ciudad de Pasto es un proyecto que interesa bastante al público tatuado, no tatuado y a los propios tatuadores ya que es algo que consideran nuevo y de gran ayuda a su oficio, incluso tras una encuesta realizada a 59 personas el 88% de ellas respondió afirmativamente a la pregunta ¿te interesaría la creación de un sitio web sobre tatuajes en la región?, a pesar de que el 61% de estas personas no posee un tatuaje. Algunos aspectos sugeridos por el público a mirar en el futuro sitio web son: más información sobre tatuadores y cómo contactarlo de una manera más directa a través de internet, la aspexia de las tiendas de tatuajes y tatuadores, costos y precios de un tatuaje, un sistema de calificación y sobre todo mayor información en general sobre los tatuajes para reducir el tema tabú alrededor de ellos. En síntesis puede decirse que los beneficios que obtendrán clientes y tatuadores a través de un sitio web son grandes y representan un servicio complementario a la tradicional manera de trabajar en la industria del tatuaje, incluso puede hablarse a futuro como el protal para crear una comunidad real entre tatuadores, clientes y personas con un cercano interes por los tatuajes.

7.8 Descripción de resultados finales

Triangulación de datos.

- De acuerdo con la autora DeMello (2007) se puede afirmar que la popularidad de los tatuajes se debe en parte a la exhibición de los mismo en público y su origen en diferentes partes del mundo lo ha movido la creciente economía generada. A nivel de tatuadores Le

Breton (2013, p.50) comenta que los tatuajes rudimentarios o casero demuestran el compromiso del portador con el grupo al cual pertenece, en este caso al grupo de tatuadores porque los tatuajes en su caso denotan su profesión y compromiso con el arte, muestran su origen y son una marca que les recuerda de donde vienen en todo momento; tatuajes que denotan mala praxis o diseño debiles en tatuadores significan el proceso que han tenido que pasar para llegar a donde se encuentran, su cuerpo ha servido como lienzo para mejorar en sus trabajo.

- El marcar el cuerpo es una práctica cultural comercial en la actualidad que refleja una necesidad por contar algo a través de la piel, según Le Breton (2013) la existencia del hombre en estado salvaje no puede ser y la inmersión en una cultura lo dota de varios significados y valores (pág. 10) . De esta manera afirmo que el cuerpo como sirve de medio para el lenguaje de los tatuajes y como casa de preservación cultural; los tatuajes son manifestaciones culturales del individuo. La persona con tatuajes posee signos multiculturales u/o propia que validan su existencia ante la sociedad en la que vive, es en si, lo que define su ser.
- En la actualidad el tatuaje acepta una gran cantidad de significados e interpretaciones simultaneas; que de acuerdo a cada individuo varian tales como: sexualidad, ritos de paso, conmemoración de un evento, adorno, belleza, dolor, valentia, aceptación, jerarquía, identificación, etc, incluso se puede decir que el cuerpo como lienzo en blanco se ha vuelto como lo dice Le Breton algo insoportable de ver y que a pesar de ser un hecho cultural no ha escapado de ser una moda más en la actualidad (pág. 68), haciendo del tatuaje un medio de escape y reivindicación individual por adquirir una verdadera identidad, entonces las personas tatauadas expresan su verdadero ser a través de los

tatuajes que están dotados de su propio significado, sin tener en cuenta si estos ya poseían algún otro más ancestral. El concepto en la sociedad actual de tatuaje está despojado en casi su totalidad del origen ancestral y ceremonial, si embargo la difusión del arte de tatuar entre las personas a través del comercio es el factor clave para que se mantenga vivo y activo.

- Foucault realiza una introspección en la disciplina del individuo a través de una serie de comportamientos o establecimientos sociales a seguir, pertinentemente comparable con el concepto de tatuaje hasta el momento manejado ya que la decisión de tatuarse es enteramente del individuo influenciado por lo que siente, ve y escucha en su entorno social y por supuesto en medios masivos de comunicación, entonces es importante aclarar que los tatuajes como artefacto comunicativo en el cuerpo están condicionados a comportamientos impuestos por otros; un claro ejemplo son los deportistas famosos que poseen tatuajes convirtiéndose en referentes para otros tatuarse.
- La industria del tatuaje en Pasto es tal y como Le Breton hace referencia a los tatuajes como *cita cultural* en el cual este signo está despojado de su significado y es apropiado en otro contexto por un individuo que lo eligió solo por su valor estético más no por su significado intrínseco, los signos, pasando de un mundo a otro, se transforman y su filiación pasa a pertenecer al imaginario del tatuado. Sólo eso importa, la persona tatuada inventa un mito personal alrededor de su tatuaje.
- La industria del tatuaje es un servicio netamente tangible que se ha mantenido casi invariable en la ciudad de Pasto; la manera tradicional de conseguir una cita, obtener el tatuaje y pagar se mantiene en casi todas las tiendas del centro de la ciudad. Es evidente que no existe un servicio integral que permita mejorar la actual manera de atender a los

clientes, tal y como lo definen Stickdorn y Schneider (2011) un servicio de diseño es un diseño con el objetivo de ayudar a desarrollar grandes servicios que integren factores como la satisfacción, la lealtad y la eficiencia, consecuentemente se puede decir que la lealtad o fidelidad del cliente es un factor que un buen tatuador sabe obtener a través de su trabajo y es el factor más relevante en la industria del tatuaje.

7.9 Propuesta gráfica

Bocetación.

El proceso ha comenzado desde diseños y pequeños bocetos a lápiz con el fin de representar ideas e iniciar el proceso de creación de la identidad corporativa del proyecto, los elementos de inspiración vienen directamente de los tatuajes en todos sus estilos, la palabra TATTOO además del equipo necesario para tatuar como la máquina, las agujas, grip, punteras, cables, la electricidad, el sonido, entre otros.

Identificador visual.

Se escogió el diseño clásico de la calavera con la daga atravesandola por ser un referente dentro del mundo de los tatuajes y se añadió en el mango de la daga el simbolo de ubicación para hacer juego con la palabra tattoo finder (buscador de tatuajes). La gama cromatica se compone de tres colores que son el amarillo (R= 255 G= 230 B= 0), blanco (R= 255 G= 255 B= 255) y negro (R= 0 G= 0 B= 0), estos a su vez representan los colores de todo el proyecto.



Figura 1 Identificador Visual

Tipografías.

La tipografía principal utilizada es Encode Sans en todas sus variaciones para textos, títulos y botones escogida por su fácil lectura digital además de ser especial para idiomas latinos como el español. En segundo plano se utiliza también la fuente tipográfica Neon Vampire por su aspecto fuerte y geométrico esta fuente tipográfica solo es utilizada para títulos, su función es aportar contraste y dar un mayor impacto visual.

Diseño de servicios.

A partir de todo el trabajo de campo realizado se diseñó un servicio en su mayoría digital para crear un nexo integral entre los tatuadores y sus clientes; teniendo en cuenta los factores económico, social, educativo y de reconocimiento que benefician a las partes involucradas. El servicio ofrecido por Tattoo Finder se centra en la capacidad de conectar de una mejor manera a los tatuadores con sus clientes facilitando la información pertinente para acceder a un tatuaje, aprender el oficio y ver la ejecución de este arte a través de un variado contenido; que no solo se limita a presentar las típicas fotos de los tatuajes terminados colgadas en las redes sociales de estos artistas.

La experiencia completa se estructura en tres grandes momentos conocidos como pre - servicio, servicio y post - servicio en los cuales se ofrece una serie de información, procesos y productos bajo una marca definida expuesta principalmente en un sitio web. La combinación de procesos interdisciplinarios, habilidades de diseño, medios tangibles e intangibles, la empatía con las necesidades de los usuarios y la inmersión en el mundo del tatuaje ha dado como resultado el servicio que a continuación se presenta. Para mayor comprensión de cómo se creó el servicio se lo ha estructurado en cuatro herramientas claves que son: la definición de los usuarios, un customer journey, un mapa de sitio web y un blueprint para visualizarlo todo de manera clara. Cabe resaltar que la esencia del servicio es crear nuevos valores basados en la satisfacción de necesidades y que los usuarios obtengan más que un tatuaje en la piel.

Sitio web prototipo HI-FI.

El siguiente prototipo es llamado HI-FI dado que contiene textos y datos reales en su mayoría para mostrar al usuario el servicio en su versión tangible, el impacto visual es una estrategia para captar la atención del usuario e incitarlo al uso del prototipo. La cantidad de páginas web y botones para acceder a ellas se ha reducido a la cantidad necesaria para ayudar al usuario a navegar de manera eficiente encontrando el contenido de su interés de manera rápida. El uso de fotografías y fondo grandes son un fuerte del sitio en conjunto con su menu para acceder a las diferentes funciones y desarrollar la experiencia que el servicio Tattoo Finder pretende dar, desarrollado por WIX con dominio <https://sebas9685.wixsite.com/>

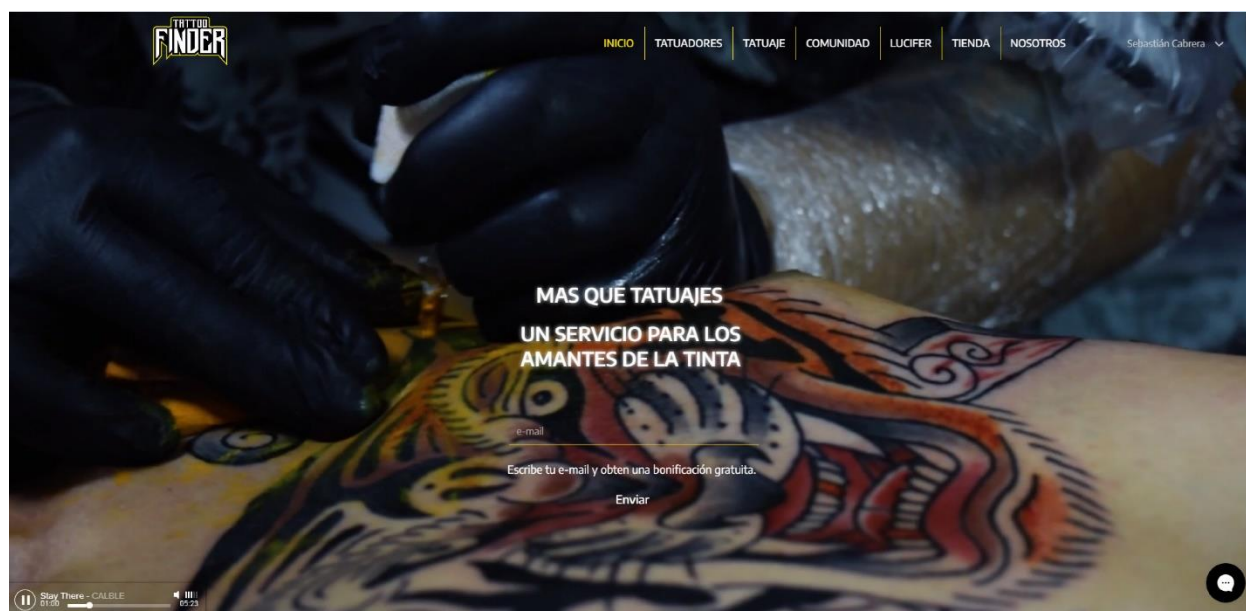


Figura 2 Menu principal Tattoo Finder

Diseño responsivo.

El Diseño Responivo o conocido en inglés como Responsive Design es parte fundamental en el desarrollo del sitio web y del servicio ya que actualmente la población de este proyecto usa dispositivos mobiles como smarphone en su diario vivir; tatuadores y colectores concretan citas a través de sus celulares e interactuan constatemente en redes sociales.

Esto ha convertido en una obligación el adaptar todo lo diseñado en pantalla web a dispositivos mobiles a través de la herramienta WIX que proporciona el esquema para su conversión. Hasta este punto se ha tenido en cuenta aspectos del diseño móvil como la ley del pulgar, tamaño de contenidos y páginas, navegación web, diseño centrado en el usuario y presentar elementos esenciales en esta versión.

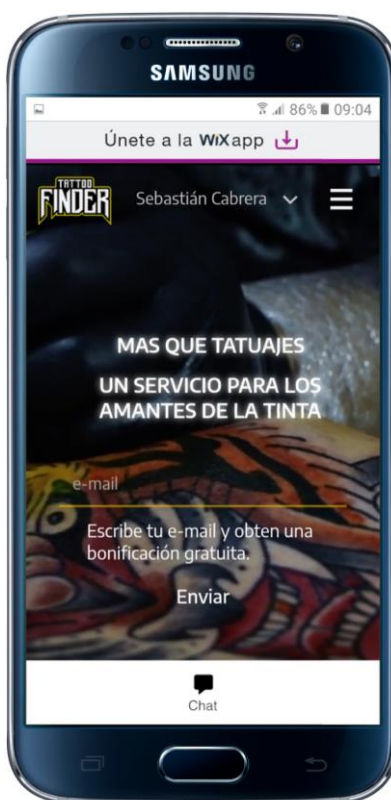


Figura 3 Versión dispositivo Tattoo Finder

Contenido promocional.

Para la promoción del servicio se contemplan ideas y medios para la difusión del contenido y que así el servicio sea conocido, mediante el uso de redes sociales como Instagram se propuso la creación de un perfil que constantemente suba contenido variado acerca del servicio y comparta el trabajo de los tatuadores. Así mismo otras estrategias adoptadas fueron el email marketing, videos en YouTube que muestren el trabajo de los tatuadores, flyers en los estudios de tatuaje, tarjeta de presentación y productos a la venta relacionados con el mundo del tatuaje. Para el lanzamiento oficial del se planteó una fiesta organizada en conjunto con algunos tatuadores para dar a conocer el sitio obsequiando tatuajes flash y dando promociones a los asistentes.

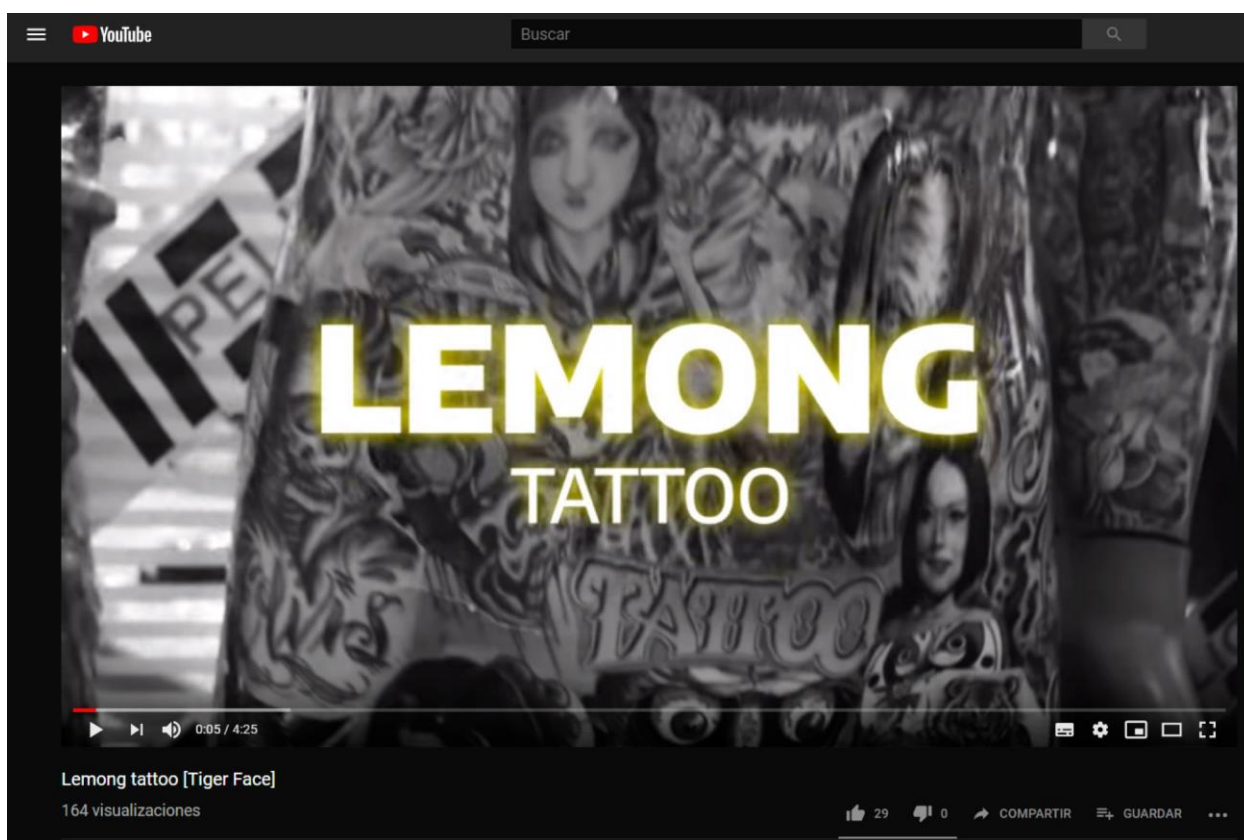


Figura 4 Video Lemong Tattoo

Testeo de piezas.

Se realizó un testeo con algunos tatuadores y personas para probar la funcionalidad del sitio web analizando el comportamiento del usuario al navegar, su parecer el contenido y medir mediante observación objetiva lo que se debe mejorar. Se observó que en general a los usuarios les parece una buena idea integrar los tatuajes en un sitio web y poder encontrar contenido regional en un solo lugar.

La respuesta de los tatuadores ha sido de completa aceptación al responder positivamente al aspecto gráfico del proyecto, existe un gran interés en colaborar con el desarrollo del proyecto para una futura implementación total. La respuesta al navegar en los contenidos propuestos a resultado intuitiva y de fácil acceso con links y botones suficientes, a continuación se presentan los aspectos más relevantes de los testeos realizados:

- Optar por un menú fijo en todas las páginas ha resultado efectivo ya que los usuarios lo utilizan para acceder a las diferentes sub-páginas y de la misma manera regresar al inicio.
- Ventanas de contenido con los botones suficientes generan una respuesta rápida e intuitiva para continuar navegando, entre más sencillo y directo es mejor.
- Los tatuadores piensan que estar todos juntos en una plataforma web hará que su reconocimiento crezca, esto es posible si los filtros de aceptación son los adecuados para entrar al sitio web.

- Se confirmó que una navegación horizontal o de pantalla completa es mas efectivo que listar toda la información en páginas verticales, los usuarios acceden al contenido en pocos clics.
- La interactividad con el sitio web posibilita una experiencia nueva para conseguir, mirar o comentar sobre tatuajes en la ciudad de Pasto.
- La creación de los perfiles Tattoo Finder dio una nueva mirada a los tatuadores, demostrando estar al nivel de sus trabajos.
- Las opciones interactivas prueba de tatuaje y juegos de lucifer se mostraron como innovadoras y diferentes a los ojos de los usuarios.
- El uso de formularios para manejar las citas en línea representa una alternativa funcional para los tataudores y clientes; al mostrar la información de una manera mas organizada.

Funcionalidad plena del servicio al crear el sitio web con host y dominio propio, en complementación con una estrategia publicitaria sólida que haga conocer el servicio a plenitud para crear una buena audiencia. www.tattoofinder.com.

Conclusiones

- El arte de tatuar es un mercado con una fuerte demanda en la ciudad de Pasto, actualmente se cuenta con muchos nuevos talentos con altos estandares de calidad artísitica.
- Este proyecto tiene gran acogida para complementar el servicio de tatuajes que un estudio o tatuador puede aprovechar.

- Varios artistas de tatuaje junto con sus clientes están optando por medios digitales para lograr reconocimiento y crecimiento comercial y personal.
- El diseño gráfico ha demostrado ser una disciplina que va mas allá de la generación de artefactos visuales convencionales, el diseño aplicado integra academia, procesos intelectuales y creativos para solucionar problemáticas sociales complejas.
- La empatía y el trabajo co-creativo fueron dos factores fundamentales en el desarrollo de este trabajo de investigación.
- Una metodología proyectual basada en procesos lógicos proporciona soluciones que se ajusten al problema planteado.
- La interactividad genera valor en un servicio digital, crear las herramientas adecuadas que atraigan la atención de los usuarios es la clave del éxito.
- En el mundo digital la creación de un sitio web debe ser 2.0, donde la interactividad y el manejo responsable de los datos son cualidades que el diseñador debe tener en cuenta.
- La creación de una base de datos con la información de potenciales clientes resulta ser un pilar fundamental para el sostenimiento económico de un sitio web como el creado en este proyecto.
- La relación entre tatuadores y sus clientes se ve mejorar con la implementación de Tattoo Finder al aportar un medio digital que les permita acceder a información y servicios que antes se pensaba inexistentes.
- Los tests del prototipo revelan información y problemas que el investigador ignoraba facilitando su tarea para llegar a la solución final. En efectos de este proyecto continuos tests develaron inconvenientes con el prototipo que fueron mejorados para crear un mejor sitio web.

- Como diseñador se debe estar muy atento a las sugerencias y respuestas del usuario tales como comportamiento físico, reacciones o silencios, en esto radica el éxito o no de un prototipo.
- El uso de herramientas para la creación de sitios web que proporcionen una interacción real y medible son mejores que maquetas en las cuales se propone una interacción, un prototipo funcional arroja más datos que la presentación secuencial de imágenes.
- El artefacto final presentado en este documento es el resultado de la combinación de tres factores importantes que son: el trabajo académico del diseño gráfico, la experiencia como artista tatuador y el gusto por los tatuajes.
- Creo que la solución presentada apunta en la dirección correcta y en un futuro con el apoyo de la comunidad del tatuaje pastusa podrá verse implementada a plenitud con posibilidad de expandirse a otras ciudades.

Bibliografía

- Arias, F. (1999). *EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Guía para su elaboración (3RA. EDICIÓN)*. Caracas: EDITORIAL EPISTEME, C.A.
- Brain, S. (13 de Agosto de 2016). *Statistic Brain*. Obtenido de Statistic Brain:
<https://www.statisticbrain.com/tattoo-statistics/>
- Cárdenas, M. (2017). (S. C. Jiménez, Entrevistador)
- DeMello, M. (2007). *Encyclopedia of Body Adornment*. Westport: Greenwood Press.
- Dinero*. (22 de Noviembre de 2017). Obtenido de Dinero:
<http://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/estudios-de-tatuajes-en-colombia/252585>
- Foucault, M. (1976). *VIGILAR Y CASTIGAR nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Siglo veintinueve editores Argentina.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing, Versión para Latinoamérica Decimoprimer edición*. Naucalpan de Juárez: PEARSONS EDUCACIÓN.
- Le Breton, D. (2013). *El tatuaje o la firma del yo*. Madrid: Casimiro Libros.
- Lodder, M. (25 de Octubre de 2014). *The Economist*. Obtenido de The Economist:
<https://www.economist.com/news/britain/21627663-has-tattooing-frenzy-peaked-inked>
- Moritz, S. (2005). *Service Design Practical Access to an Evolving Field*. Londres: KISD.
 Obtenido de <http://www.stefan-moritz.com/#book>
- Otálora, A., Reina, J., Russi, M., & Becerra, I. (s.f.). *SCRIB*. Obtenido de SCRIB:
<https://es.scribd.com/document/375048934/Exposicion-This-is-Service-Design-Thinking>
- Romero, C. (17 de Agosto de 2016). *Cartel Urbano*. Obtenido de Cartel Urbano:
<http://cartelurbano.com/historias/pulso-y-tinta-de-esfero-asi-fue-la-llegada-del-tatuaje-bogota>
- Rosero, C. (2017). (S. C. Jiménez, Entrevistador)
- Sailor Jerry* . (s.f.). Obtenido de Sailor Jerry : <https://sailorjerry.com/en/norman-collins/>
- San Martín, F. A. (9 de Julio de 2010). Obtenido de
http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2010/aq-sanmartin_a/pdfAmont/aq-sanmartin_a.pdf
- Stickdorn, & Schneider. (2011). *THIS IS SERVICE DESIGN THINKING Basics - Tools - Cases*. Amsterdam: BIS Publishers.
- The Economist*. (25 de Octubre de 2014). Obtenido de The Economist:
<https://www.economist.com/news/britain/21627663-has-tattooing-frenzy-peaked-inked>

Thobo-Carlsen, M. (27 de Octubre de 2016). *Business Insider Nordic*. Obtenido de Business Insider Nordic: [http://nordic.businessinsider.com/danish-startup-tattoodo-has-raised-\\$4-million-for-digitalising-the-\\$50-billion-industry-of-tattoos-2016-10/](http://nordic.businessinsider.com/danish-startup-tattoodo-has-raised-$4-million-for-digitalising-the-$50-billion-industry-of-tattoos-2016-10/)

Yamamoto, Y. (12 de Enero de 2017). *Nippon.com*. Obtenido de Nippon.com: <https://www.nippon.com/es/views/b06701/>

Zecchetto, Marro, & Vicente. (2013). *Seis semiólogos en busca del lector*. epublibre.

Anexos

Anexo I. Metodología proyectual

TATUAJES EN PASTO

Metodología Proyectual de diseño

- ## 1

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Es necesario empezar por la definición del problema estableciendo los límites de la investigación.
- ## 2

EMPATÍA

Generar empatía con el usuario para entenderlo y comprender su entorno.
- ## 3

BUSQUEDA DE INFORMACIÓN

Recolectar la mayor cantidad posible de información coherente al problema planteado.
- ## 4

ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Analizar los datos obtenidos procediendo a fragmentar el problema en sub-problemas.
- ## 5

CREATIVIDAD REALISTA

De manera realista se generan ideas creativas que puedan dar solución a los subproblemas para posteriormente generar la solución mayor.
- ## 6

EXPERIMENTACIÓN

Proceso de bocetación en base a las ideas, materiales, procesos y tecnologías seleccionadas, se generan posibles prototipos para dar la solución.
- ## 7

TESTEO Y VERIFICACIÓN

Realizar testeos con el usuario recibiendo feedback, según sus observaciones se harán modificaciones.
- ## 8

IMPLEMENTACIÓN

Escojer el mejor prototipo y convertirlo en el artefacto final que dará la solución al problema.

Basada en el trabajo de Morris Asimov y Bruno Munari.

Trabajo de campo

Diseño

Anexo II. Mapa de stakeholders



MAPA DE STAKEHOLDERS

Para el desarrollo de la investigación se ha creado un mapa de stakeholders para obtener información de primera mano sobre la industria del tatuaje en la ciudad de Pasto, la disposición INTERNOS corresponde a tatuadores, CONECTADOS comprende personas cercanas al tema o que sirven de apoyo a la investigación y EXTERNOS son solamente referentes.

1 INTERNOS
Tatuadores
- Carlos Rosero.
- Luis Montero.
- Yimiel de la Cruz.
- Milton Cárdenas.
- Mario "Chino" Andrés.
- Jhon Basante.
- Gabriel Flores.

2 CONECTADOS
- 10 Personas Tatuadas (clientes)
- Julian Ortiz Cordero (docente universitario - Diseño Gráfico).
- Arturo de la Cruz (docente universitario - Diseño Gráfico).
- Estudiantes Universidad de Nariño.
- Fondo Mixto de Cultura.

3 EXTERNOS
- APT (Alliance Professional of Tattooist).
- INK MASTER.
- Ami James.
- ACT (Asociación Colombiana de Tatuadores).
- Ministerio de Cultura.
- Revista INKED.

Técnicas e instrumentos

Entrevista N°1
Aplicada a: INTERNOS
Instrumentos: Grabadora de voz, Cuestionario
Objetivo: Comprender el comportamiento y realidad del tatuador y del cliente.

Entrevista N°2
Aplicada a: INTERNOS
Instrumentos: Grabadora de voz, Cuestionario
Objetivo: Obtener información complementaria sobre la actividad comercial del tatuaje.

Entrevista apoyo tatuaje
Aplicada a: CONECTADOS
- Arturo de la Cruz
Instrumentos: Grabadora de voz, Cuestionario
Objetivo: Obtener información de los tatuajes desde la semiótica.

Encuesta
Aplicada a: CONECTADOS
- Estudiantes Udenar y público general.
Instrumento: Cuestionario virtual.
Objetivo: Realizar un sondeo sobre la percepción del tatuaje y la viabilidad del proyecto.

Observación
Aplicada a: INTERNOS
- Locales de tatuaje.
Instrumentos: Grabadora de voz, Diario de campo, Cámara fotográfica y de video.
Objetivo: Registrar el día a día de los tatuadores.



Anexo III. Formato N°1 de entrevista a tatuadores.

Formato N° 1 de entrevista a tatuadores

Fecha: XX/XX/XXXX **Hora:** xx:xx a.m - p.m
Lugar: Pasto -
Entrevistador: Sebastián Cabrera Jiménez.
Entrevistado:

Introducción

El proyecto en cuestión pretende aportar desde el diseño una mejora al nexo entre tatuadores y clientes en la ciudad de Pasto; por esto se realiza una entrevista con el fin de obtener información, conceptos, experiencias y demás aspectos referentes al tatuaje para posteriormente ser analizados y aplicados en la solución del proyecto.

Características

El presente cuestionario se aplica de manera conversacional y se asegura total confidencialidad y correcto uso académico de la información suministrada por el entrevistado.



Tatuadores

Preguntas Introdutorias.

1. ¿Qué entiendes por tatuaje?
2. ¿Cuándo nace esa pasión o gusto por los tatuajes?
3. ¿Cómo iniciaste en el mundo del tatuaje?
4. ¿Tu primer tatuaje, puedes comentarme como fue esa experiencia?
5. ¿Aún lo conservas?
6. ¿Cuántos tatuajes tienes?
7. ¿Quién te ha tatuado?
8. ¿Tus tatuajes poseen un significado o motivo por el cual te los hiciste?
9. ¿Tienes planeado cubrir todo tu cuerpo?
10. ¿Te arrepientes de alguno de tus tatuajes?
11. ¿Tu estilo de tatuaje favorito o el que más te guste?
12. ¿Qué no te tatuarías?
13. ¿Qué pensó tu familia y amigos cuando te realizaste tatuajes y que piensan ahora?
14. ¿Y lo de ser tatuador?
15. ¿Para tí, qué es lo mejor de ser una persona tatuada?
16. ¿Y de ser un tatuador?

Preguntas de tema

17. ¿Qué aspectos técnicos (línea,color, aplicación...) hacen que un tatuaje sea considerado bueno?
18. ¿Y un mal tatuaje?
19. ¿Existe alguna formación para llegar a ser tatuador?
20. ¿Crees que un tatuaje deba tener un significado, una razón para llevarlo en la piel?
21. ¿En nuestra ciudad como has visto esto de los tatuajes?
22. ¿Dirías que es un movimiento que puede crecer?
23. ¿Qué crees que le hace falta por mejorar?
24. ¿A tu local qué tipo de clientes llega a tatuarse?
25. ¿Dado tu trabajo y experiencia, qué es lo que te diferencia de los otros tatuadores?
26. ¿Tus referentes en el mundo del tatuaje?
27. ¿Lo que nunca tatuarías?
28. ¿Tu especialidad o estilo favorito para tatuar?
29. ¿Cómo te defines a la hora de tatuar?
30. ¿Recuerdas el primer tatuaje que realizaste, cómo fue?
31. ¿Desde ese primer tatuaje hasta el momento, cómo ha sido tu progreso?
32. ¿Qué proceso sigues desde el momento que alguien decide ponerse en tus manos?
33. ¿Cómo es la relación con tus clientes?
34. ¿Tienes una historia que contar?
35. ¿El tatuaje más extraño y el mejor que has hecho?
36. ¿Lo peor que le puede pasar a un tatuador mientras trabaja?
37. Se sabe que el tema de la discriminación está ligado a los tatuajes, ¿Crees que esto se da en Pasto?, ¿te han discriminado? ¿Conoces algún caso?
38. Las convenciones de tatuajes, ¿Cuál es tu opinión respecto a ellas? ¿cómo ha sido tu experiencia participando en esto?
39. ¿Crees que el oficio de tatuar deba seguirse transmitiendo?
40. ¿Lo más importante que deba saber un novato antes de comenzar a tatuar?
41. ¿Qué te aguarda para el futuro?

Anexo IV. Formato N°2 de entrevista a tatuadores.

Formato N° 2 de entrevista a tatuadores

Fecha: XX/XX/XXXX **Hora:** xx:xx a.m - p.m

Lugar: Pasto -

Entrevistador: Sebastián Cabrera Jiménez.

Entrevistado:

Introducción

El proyecto en cuestión pretende aportar desde el diseño una mejora al nexo entre tatuadores y clientes en la ciudad de Pasto; por esto se realiza una entrevista con el fin de obtener información acerca del tatuaje en los aspectos de comercio y de redes sociales.

Características

El presente cuestionario se aplica de manera conversacional y se asegura total confidencialidad y correcto uso académico de la información suministrada por el entrevistado.



Tatuadores

-
1. Desde tu perspectiva, ¿cómo está el mercado actual de los tatuajes?
 2. ¿Con que regularidad tatus tus propios diseños?
 3. ¿Que tal es tu relación con otros tatuadores?
 4. ¿Cómo ha sido el oficio de ser tatuador de manera independiente en la ciudad?
 5. ¿Puedes comentarme la razón de ser tatuador después o mientras lte fomabas como diseñador? / ¿Por qué decidiste ser tatuador?
 6. ¿Cómo manejas la cuestión de costos y el precio por tus tatuajes?
 7. ¿Qué tan efectivas han sido las redes sociales para tu trabajo como tatuador?
 8. Según tu opinión y experiencia ¿cuáles son los estandares que debe cumplir un tatuador para ejercer profesionalmente?
 9. ¿Qué te parece la idea de un sitio web sobre tatuajes en la ciudad de Pasto?
 10. ¿Qué clase de contenido crees que debería tener?

Anexo V. Formato de entrevista apoyo al tema del tatuaje.

Formato de entrevista apoyo al tema del tatuaje

Fecha: XX/XX/XXXX **Hora:** xx:xx a.m - p.m

Lugar: Pasto -

Entrevistador: Sebastián Cabrera Jiménez.

Entrevistado:

Introducción

El objetivo de esta entrevista es obtener información acerca de los conceptos de estética y semiótica que sirvan de apoyo teórico a la investigación.

Características

El presente cuestionario se aplica de manera conversacional y se asegura total confidencialidad y correcto uso académico de la información suministrada por el entrevistado.



-
1. ¿Qué entiende usted por cultura?
 2. ¿Qué puede contarme sobre la estética?
 3. ¿Una definición o lo que usted sabe sobre el tatuaje?
 4. ¿Desde la semiótica, como se maneja o se definiría el concepto de tatuaje?
 5. ¿En los últimos años se ha visto más personas tatuadas en las calles, en los lugares de trabajo y por supuesto en las universidades, que piensa acerca de este cambio, de esta nueva cultura?

Anexo VI. Guía de observación participante.

Guía de Observación Participante sobre Tatuajes en Pasto

N°

Fecha: Hora: a.m - p.m

Lugar: Pasto

Participantes:

Introducción

Con esta técnica se pretende observar detenidamente el contexto e interacciones ocurridas en un estudio de tatuajes para obtener identificar problemas, patrones y estímulos; es en síntesis involucrarse en la realidad del tatuaje.

Características

El presente cuestionario se aplica de manera participante y con una duración de un día, todos los comentarios y expresiones se mantendrán en absoluta confidencialidad para uso académico.



Estudio de Tatuajes

OBSERVACIÓN DE JORNADA	ELEMENTOS (herramientas, sonidos, elementos, dibujos, etc...)
INTERPRETACIÓN	

Anexo VII. Formato de encuesta general sobre tatuajes.

Formato de encuesta general sobre tatuajes

Fecha: 27/04/2018 Hora: 10:00 p.m

Lugar: Pasto

Encuestador: Sebastián Cabrera Jiménez.

Entrevistados: Público general de la ciudad de Pasto correspondientes a contactos en Facebook del investigador.

Introducción

El proyecto en cuestión pretende aportar desde el diseño una mejora al nexo entre tatuadores y clientes en la ciudad de Pasto; se aplica esta técnica para registrar un sondeo general de clientes y no clientes, además de su opinión respecto a la industria en general del tatuaje.

Características

La encuesta se realiza de manera virtual con una duración no mayor a cinco minutos, el cuestionario cuenta con diez preguntas.



Usuarios

1. ¿Cuál es tu profesión?
2. Sexo
 - Mujer.
 - Hombre
3. Edad
 - Menos de 20 años.
 - Entre 20 y 30 años.
 - Entre 30 y 40 años.
 - Más de 50 años.
4. ¿Qué es para ti el tatuaje?
5. ¿Tienes tatuajes?
6. ¿Crees que en la ciudad es costoso realizarse un tatuaje?
 - Sí.
 - No.
 - Depende del tatuador(a) o tienda de tatuaje.
 - No lo sé.
7. Menciona los tatuadores y/o estudios de tatuajes que conozcas en la ciudad.
8. ¿Cómo los conociste?
 - Redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter ...).
 - Google.
 - Un amigo(a) o conocido(a) me los recomendó.
 - Los conocí directamente (sin recomendaciones).
 - No conozco a ninguno.
9. ¿Te interesaría visitar un sitio web acerca del tatuaje en la región?
 - Sí.
 - No.
10. Si respondiste Sí ¿tienes alguna recomendación sobre el contenido a mostrar o lo que te gustaría encontrar?



Link: <https://sebasssk.typeform.com/to/rQBrIC>

Anexo VIII. Lista de tatuadores y tiendas de tatuajes en la ciudad de Pasto

Estudios de tatuajes y tatuadores(as) en la ciudad de Pasto. *



*Lista basada en la búsqueda realizada por el investigador en Internet y de manera presencial en la ciudad de Pasto. La mención individual de tatuadores corresponde a quienes trabajan sin ninguna filiación a una tienda o local.

Tattoo Studio
 La Casa del Ttauaje
 ChinoTown
 BCR Body Art
 Tattoo Feeble
 MonoTattu Estudio
 Symbolour Tattoo Ink
 San Venganza Tattoo Studio
 Inked Graphic Studio
 Hell Crow Tattoo Art Studio
 San Venganza
 JPitbull Studio
 Milo Tattoo
 Papa Bear Tattoo
 Monster Tattoo Pasto
 Synapsis Tattoo
 BR Tattoo Pasto
 Kabuki Tatttoo Estudio
 Felino Tattoo
 Dark Side Tattoo Studio
 Tattoo Skin Art Studio
 The Black Mark
 Tatusyak Art
 Joseph Art Tattoo
 Victor Tattoo
 Urkunina Ink Revelo
 Daniel Enriquez
 Mario Segura
 David Cristos
 John Lopez
 Alexander Ruiz Arts
 Elvis Palacios
 David Mardi
 GHXZT
 Miguel Alejandro Bravo
 Anthony Lopez
 Diener Barrera
 Danilo Hernandez
 Vanessa Kaos Kaos Tattoo
 Mc Daniel's
 Lenin Cañar
 Zula Nova
 Ricardo Santiago Ramirez Rivera
 James Art Tattoo
 Chon Ta
 Dario Guevara
 David Revelo