



ESCUELA DE DISEÑO INDUSTRIAL

Tema:

“EL GRAFFITI DE LA ZONA CENTRAL DEL PAÍS COMO INSPIRACIÓN PARA VESTUARIO MASCULINO URBANO DE ADOLESCENTES.”

Disertación de Grado Previa a la Obtención del Título
Ingeniero en Diseño Industrial

Línea de Investigación:

Morfología y tendencias de diseño y su aplicación en el medio.

Autor:

VÍCTOR HUGO ESCOBAR ESPÍN

Director:

LIC, Mg. XAVIER FERNANDO ALTAMIRANO CAPELO

Ambato - Ecuador

Enero - 2014

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE AMBATO**

HOJA DE APROBACIÓN

Tema:

“EL GRAFFITI DE LA ZONA CENTRAL DEL PAÍS COMO INSPIRACIÓN PARA VESTUARIO MASCULINO URBANO DE ADOLESCENTES”.

Línea de Investigación:

Morfología y tendencias de diseño y su aplicación en el medio.

Autor:

VÍCTOR HUGO ESCOBAR ESPÍN

Xavier Fernando Altamirano Capelo, Lic, Mg. f. _____
CALIFICADOR

Gabriel Alejandro Núñez Escobar, Ing. f. _____
CALIFICADOR

Santiago Javier Santamaría Bedón, Ing. f. _____
CALIFICADOR

Concepción del Carmen Bedón Vaca, Arq. f. _____
DIRECTOR DISEÑO INDUSTRIAL

Hugo Rogelio Altamirano Villarroel, Dr. f. _____
SECRETARIO GENERAL PUCESA

Ambato – Ecuador

Enero - 2014

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Víctor Hugo Escobar Espín portador de la cédula de identidad No. 160055804-1 declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo a la obtención del título de INGENIERO EN DISEÑO INDUSTRIAL son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden de este trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Víctor Hugo Escobar Espín

C.I. 160055804-1

AGRADECIMIENTOS

A mi madre y su infinito amor sin la cual este viaje mágico jamás habría sido posible, al creador del fuego inspirativo... mi padre, a mis hermanas y familia que nunca dejaron de brindarme su apoyo, y a la Limón por toda su determinación y amor, a los amigos que van y vienen brindando su apoyo desinteresado, a todos ellos por estar junto a mí les adeudo mi eterna devoción y afecto.

DEDICATORIA

A mi universidad: Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato, a todos aquellos maestros que lograron inculcarme paciencia, amor, disciplina, dedicación, humildad, y más valores que son tan necesarios para afrontar con pasión una vida dedicada al arte y el diseño.

RESUMEN

El graffiti es un movimiento artístico de vanguardia que se ha consolidado en nuestro país gracias a la apertura de la sociedad hacia su presencia, son los artistas urbanos de las últimas décadas quienes se han encargado de transformar la urbe ecuatoriana en un punto de referencia del arte urbano.

Este estudio tiene como finalidad ubicar al arte urbano de la zona central del Ecuador como referente para la creación de prendas que puedan ser identificadas con la realidad social y el entorno donde se desarrollan nuestros adolescentes como individuos.

El sector textil de la zona centro se ve desprovisto de identidad de diseño, lo cual denota en la constante copia de modelos extranjeros, imposibilitando que se logre una cimentación adecuada de las diversas empresas textiles del medio, lo que deviene en un problema común: la falta de identidad, a pesar de las ventajas que aportaría el uso del graffiti como medio de inspiración.

Es así que al ejecutar muchas de las colecciones para adolescentes se piensa muy poco en el contexto implícito del graffiti en la juventud, desvalorizando así su presencia innegable, dado el desconocimiento del gran impacto que tiene este arte urbano en el consumidor actual.

ABSTRACT

Graffiti is an avant-garde art movement that has been established in our country thanks to the openness of the society. There are urban artists from the last decades who have been in charge of changing the Ecuadorian cities as a reference point of street art.

This study aims to locate the urban art of the Ecuadorian central zone as a reference of clothes creation that can be identified with the social reality and the environment where our adolescents develop as individuals.

The lack identity of the textile sector of the central zone is shown while there is constant copy of foreign clothes models, making it impossible to achieve a proper foundation of various textiles companies, which becomes in a common problem: the lack of identity, despite the benefits that it would bring as a mean of inspiration.

Therefore, when companies run many collections for teens, a little thought is given to the implicit context of graffiti for the youth, devaluating its undeniable presence, given the lack of information about the huge impact of urban art in today's consumer.

TABLA DE CONTENIDO

PRELIMINARES

Declaración de autenticidad y responsabilidad.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii

CAPITULO I: EL PROBLEMA

1.1: Tema	1
1.2: Contextualización.....	1
1.3: Análisis crítico	11
1.4: Delimitación del problema.....	14
1.4.1: Delimitación de campo	14
1.4.2: Delimitación de área	14
1.4.3: Delimitación espacial	15
1.4.4: Delimitación temporal	15
1.5: Definición del problema	15
1.6: Preguntas directrices	15
1.7: Justificación	16
1.8: Objetivos.....	21
1.8.1: Objetivo general	21
1.8.2: Objetivo específicos	21

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1: Antecedentes investigativos	22
2.2: Fundamentación teórica.....	23
2.3: Categorías fundamentales	24
2.3.1: Diseño industrial	24
2.3.2: Diseño de modas y sus fines	25
2.3.3: Tipos de moda	28
2.3.3: Alta costura	28
2.3.3: Moda lista para llevar	29
2.3.3: Mercado de masas	30
2.3.4: Vestuario masculino.....	31
2.3.5: Tallaje masculino	32
2.3.6: Acabados en prendas de vestuario masculino	34
2.3.6: Lavandería	35
2.3.6: Tinturado o teñido	35
2.3.6: Acabados de lavandería	36
2.3.6: Estampados	37
2.3.6: Serigrafía	37
2.3.6: Stencil o plantillas	38
2.3.6: Manualidades.....	39
2.3.6: Bordado a mano	39
2.3.6: Pintura a mano.....	40
2.3.7: Sportswear.....	41
2.3.8: Moda urbana	44

2.3.9: Materiales que intervienen en sportswear y moda urbana.....	46
2.3.9: Denim	46
2.3.9: Jersey	47
2.3.9: Gabardina	48
2.3.10: Arte urbano	50
2.3.10: Historia del arte urbano	51
2.3.11: Graffiti	53
2.3.12: Materiales y elementos para el graffiti.....	55
2.3.13: El graffiti y sus estilos.....	56
2.3.13: Firma o “tag”	57
2.3.14: Tipografía.....	62
2.3.14: Letras pompa.....	62
2.3.14: Trow-ups.....	65
2.3.14: Block letters	65
2.3.14: Wild Style	66
2.3.14: Model pastel.....	68
2.3.14: Dirty.....	70
2.3.15: Composición del graffiti.....	70
2.3.15: Estático	70
2.3.15: Dinámico.....	71
2.3.15: Orgánico	72
2.3.15: Abstracto.....	72
2.3.16: Characters	73
2.3.17: Íconos (logos o sellos)	74
2.3.18: Rasgos básicos de un graffiti	75

2.3.19: Corrientes del graffiti.....	79
2.3.19: Post-graffiti.....	79
2.3.19: Intervención específica	83
2.3.19: Artivismo	85
2.3.20: Artistas del graffiti de la zona centro del país.....	87

CAPITULO III: METODOLOGÍA

3.1: Enfoque.....	93
3.2: Modalidad de la investigación	94
3.2.1: Investigación de campo	94
3.2.2: Proyecto factible	94
3.3: Nivel de la Investigación	95
3.4: Población y muestra	96
3.4.1: Población	96
3.4.2: Muestra	96
3.5: Recolección de la información	99
3.5.1: Plan para la recolección de información	99
3.5.2: Procesamiento y análisis de la investigación	99
3.5.3: Tabulación	100
3.5.4: Análisis y conclusión general	108

CAPITULO IV: PROPUESTA DE DISEÑO

4.1: Tema.....	109
4.2: Conceptualización.....	109
4.3: Objetivos	110

4.3.1: Objetivo general.....	110
4.3.2: Objetivos específicos	110
4.4: Antecedentes de la investigación	111
4.4.1: Target.....	111
4.4.1: Segmentación demográfica	111
4.4.1: Segmentación pictográfica.....	112
4.5: Fuente de inspiración.....	112
4.6: Análisis cromático, morfológico y simbólico de las fuentes de inspiración	118
4.7: Tendencia del diseño	122
4.7.1: Tendencia urbana	122
4.8: Marca	124
4.9: Modbook – Libro de inspiración	126
4.10: Ficha de materiales.....	129
4.11: Procesos de estampación y manualidades.....	132
4.11.1: Estampado por serigrafía.....	132
4.11.2: Técnica de stencil	133
4.11.3: Pintura manual.....	135
4.12: Consideraciones medioambientales	138
4.13: Fichas técnicas	140

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1: Conclusiones	180
5.2: Recomendaciones	181
5.3: Bibliografía	183
5.5: Glosario.....	185
5.5: Anexos	188

TABLA DE GRÁFICOS

Imágenes:

Imagen 1.1: Bego	9
Imagen 1.2: Detonarte 2011	9
Imagen 1.3: Grafff 2011	10
Imagen 1.4: Grafff 2011 Muro pinllo	10
Imagen 1.5: Colección Star Wars	12
Imagen 1.6: Lifestyle	13
Imagen 1.7: Artivismo	17
Imagen 1.8: Muro en Francia	18
Imagen 1.9: Muro en Ficoa	19
Imagen 1.10: Muro de Blu	19
Imagen 1.11: Desagüe en pixel	20
Imagen 1.12: Yarn bombing	20
Imagen 2.1: Diseño de moda-arte	26
Imagen 2.2: Pasarela alta costura	28
Imagen 2.3: Atuendos de moda lista para llevar	30
Imagen 2.4: Colección juvenil mercado de masa	31
Imagen 2.5: Moda Masculina	32
Imagen 2.6: Cuadro de tallas masculino de torso	33
Imagen 2.7: Máquinas de lavandería industrial	34
Imagen 2.8: Tinturadora de textiles	35
Imagen 2.9: Fibras tratadas en acabado de lavandería	36
Imagen 2.10: Proceso de serigrafía	37
Imagen 2.11: Camiseta estampada con técnica stencil	38
Imagen 2.12: Hilos para bordar	39
Imagen 2.13: Pintura en tela	40
Imagen 2.14: Vestimenta urbana	45
Imagen 2.15: Denim en sportwear	47
Imagen 2.16: Jersey	48

Imagen 2.17: Chaqueta de gabardina.....	49
Imagen 2.18: Graffiti ferroviario.....	52
Imagen 2.19: Tags en el metro de New York.....	53
Imagen 2.20: Graffiti de hoy.....	54
Imagen 2.21: Materiales para graffiti	55
Imagen 2.22: Tags New York	58
Imagen 2.23: New York años 70.....	58
Imagen 2.24: Broadway elegant	60
Imagen 2.25: Tag estilo Brooklyn	60
Imagen 2.26: Tag estilo Bronx	60
Imagen 2.27: Bubble letters	61
Imagen 2.28: Phasemagotical	62
Imagen 2.29: Freestyle	63
Imagen 2.30: Ajedrez	63
Imagen 2.31: Big pompa	64
Imagen 2.32: Pompa multicolor	64
Imagen 2.33: Trow up	65
Imagen 2.34: Letras en canvas	66
Imagen 2.35: Wild style	66
Imagen 2.36: Semi Wild style	67
Imagen 2.37: Wild style puro	67
Imagen 2.38: California style.....	68
Imagen 2.39: Model Pastel	69
Imagen 2.40: Model Pastel 2	69
Imagen 2.41: Dirty graffiti.....	70
Imagen 2.42: Dirty graffiti 2.....	70
Imagen 2.43: Mad letters	71
Imagen 2.44: Sweet letters	71
Imagen 2.45: Seak graffiti.....	72
Imagen 2.46: Graffiti Abstracto en un tren	73
Imagen 2.47: Mad C character.....	74

Imagen 2.48: La plasta	75
Imagen 2.49: Composición del graffiti.....	78
Imagen 2.50: Composición del graffiti 2.....	78
Imagen 2.51: Mosaicos de Invader.....	80
Imagen 2.52: El testamento - Blu.....	81
Imagen 2.53: Composición lineal.....	82
Imagen 2.54: Composición lineal 2.....	82
Imagen 2.55: Parque yarnbombing.....	83
Imagen 2.56: Escalones arcoiris.....	84
Imagen 2.57: Graffiti de Artivismo “sin voz ni razón”.....	85
Imagen 2.58: Malecón Boayacu - Pastaza	87
Imagen 2.59: Muro en barrio central puyo	87
Imagen 2.60: Universidad Estatal Puyo	88
Imagen 2.61: Parque “El sueño” Ambato.....	88
Imagen 2.62: Av. Central - Baños.....	89
Imagen 2.63: Parroquia Pinllo - Ambato	89
Imagen 2.64: Mural centro de rescate de vida silvestre Yanayacu - Puyo	90
Imagen 2.65: Mural de M DOEZ Riobamba.....	90
Imagen 2.66: Mural en Riobamba.....	91
Imagen 2.67: Centro de Riobamba.....	91
Imagen 2.68: Av. La Valle - Riobamba	92
Imagen 2.69: Mural Riobamba.....	92
Imagen 4.1: EME DOZ 1.....	113
Imagen 4.2: EME DOZ 2.....	113
Imagen 4.3: Mural de Nard en Baños - Tungurahua.....	114
Imagen 4.4: Graffiti de autoretrato de Nard	114
Imagen 4.5: Hombres ancestrales de Steep 1	115
Imagen 4.6: Hombres ancestrales de Steep 2.....	115
Imagen 4.7: Vitral urbano de Lemon.....	116
Imagen 4.8: Graffiti de Nard y Lemon en Ambato.....	117
Imagen 4.9: Ilustración de Lemon.....	117

Imagen 4.10: Street style	123
Imagen 4.11: Inspiración 1.....	126
Imagen 4.12: Inspiración 2.....	127
Imagen 4.13: Inspiración 3.....	128
Imagen 4.14: Spray Montana.....	134
Imagen 4.15: Marcador L	136
Imagen 4.16: Rotuladores posca	137
Imagen 4.17: Certificaciones medio ambientales.....	139

Gráficos:

Gráfico 1.1: Diseños de Shin Tanaka inspirado en graffiti	2
Gráfico 1.2: Procesos de creación de Keith Haring, desde la idea gráfica al producto.....	4
Gráfico 1.3: Relación artista-marca	6
Gráfico 2.1: Categorización de variables	23
Gráfico 2.2: Desarrollo de diseño	25
Gráfico 2.3: Adidas por Jeremy Scott	42
Gráfico 2.4: Puma por Alexander Mc Queen	43
Gráfico 2.5: Las corrientes del graffiti	86
Gráfico 3.1: Pregunta 1	100
Gráfico 3.2: Pregunta 2.....	101
Gráfico 3.3: Pregunta 3.....	102
Gráfico 3.4: Pregunta 4.....	103
Gráfico 3.5: Pregunta 5.....	104
Gráfico 3.6: Pregunta 6.....	105
Gráfico 3.7: Pregunta 7.....	106
Gráfico 3.8: Pregunta 8.....	107
Gráfico 4.1: Análisis Steep.....	118
Gráfico 4.2: Análisis Nard	119
Gráfico 4.3: Análisis EME DOZ.....	121
Gráfico 4.4: Logotipo - tag	124

Gráfico 4.7: Pantalón LITP 01.....	140
Gráfico 4.8: Pre-visualización pantalón LITP 01	141
Gráfico 4.9: Pantalón LITP 02.....	142
Gráfico 4.10: Pre-visualización pantalón LITP 02	143
Gráfico 4.11: Pantalón LITP 03.....	144
Gráfico 4.12: Pre-visualización pantalón LITP 03	145
Gráfico 4.13: Pantalón LITP 04.....	146
Gráfico 4.14: Pre-visualización pantalón LITP 04	147
Gráfico 4.15: Pantalón LITP 05.....	148
Gráfico 4.16: Pre-visualización pantalón LITP 05	149
Gráfico 4.17: Chompa LIT 01.....	150
Gráfico 4.18: Estampado chompa LIT 01G.....	151
Gráfico 4.19: Pre-visualización chompa LIT 01	152
Gráfico 4.20: Chompa LIT 02.....	153
Gráfico 4.21: Estampado chompa LIT 02G.....	154
Gráfico 4.22: Pre-visualización chompa LIT 02	155
Gráfico 4.23: Chompa LIT 03.....	156
Gráfico 4.24: Estampado chompa LIT 03G.....	157
Gráfico 4.25: Pre-visualización chompa LIT 03	158
Gráfico 4.26: Chompa LIT 04.....	159
Gráfico 4.27: Estampado chompa LIT 04G.....	160
Gráfico 4.28: Pre-visualización chompa LIT 04	161
Gráfico 4.29: Chompa LIT 05.....	162
Gráfico 4.30: Estampado chompa LIT 05G.....	163
Gráfico 4.31: Pre-visualización chompa LIT 05	164
Gráfico 4.32: Camiseta LITR 01.....	165
Gráfico 4.33: Estampado buzo LITR 01G	166
Gráfico 4.34: Pre-visualización buzo LITR 01	167
Gráfico 4.35: Camiseta LITR 02.....	168
Gráfico 4.36: Estampado camiseta LITR 02G	169
Gráfico 4.37: Pre-visualización camiseta LITR 02	170

Gráfico 4.38: Camiseta LITR 03.....	171
Gráfico 4.39: Estampado camiseta LITR 03G	172
Gráfico 4.40: Pre-visualización camiseta LITR 03	173
Gráfico 4.41: Camiseta LITR 04.....	174
Gráfico 4.42: Estampado camiseta LITR 04G	175
Gráfico 4.43: Pre-visualización camiseta LITR 04	176
Gráfico 4.44: Camiseta LITR 05.....	177
Gráfico 4.45: Estampado camiseta LITR 05G	178
Gráfico 4.46: Pre-visualización camiseta LITR 05	179

Cuadros:

Cuadro 2.1: Cuadro de Tallas masculino pantalón.....	33
Cuadro 3.1: Pregunta 1.....	100
Cuadro 3.2: Pregunta 2.....	101
Cuadro 3.3: Pregunta 3.....	102
Cuadro 3.4: Pregunta 4.....	103
Cuadro 3.5: Pregunta 5.....	104
Cuadro 3.6: Pregunta 6.....	105
Cuadro 3.7: Pregunta 7.....	106
Cuadro 3.8: Pregunta 8.....	107
Cuadro 4.1: Segmentación demográfica.....	111
Cuadro 4.2: Segmentación pictográfica	112
Cuadro 4.3: Fichas de materiales	129
Cuadro 4.4: Proceso de estampación: serigrafía.....	132
Cuadro 4.5: Proceso de estampación: stencil.....	133
Cuadro 4.6: Proceso de manualidad: pintura manual.....	135

CAPITULO I

1 EI PROBLEMA.

1.1 Tema

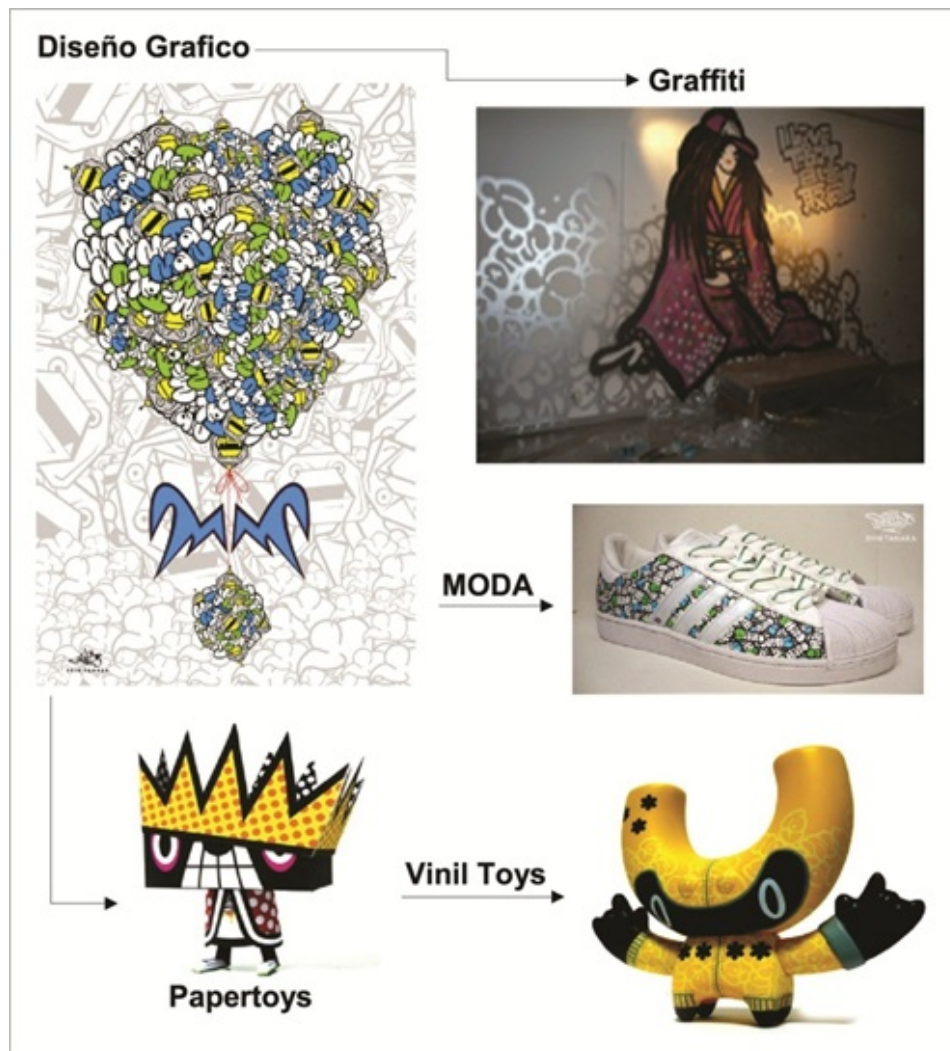
El Graffiti de la zona central del país como inspiración para vestuario masculino urbano de adolescentes.

1.2 Contextualización

A nivel mundial el graffiti se establece como un medio de expresión urbano, que torna a la ciudad en un lienzo abierto a diversos artistas urbanos, los cuales plasman sus grafismos a través de la urbe de modo aleatorio e invasor, mismos que tienen como espectador al habitante diario de la urbe. Su difusión se torna tan notoria y esencial que logra alcanzar al colectivo mundial principalmente vía internet, llegando a dar a este medio de expresión una importancia inherente de forma inconsciente al observador diario e interactuando con la identidad absoluta del entorno.

Con el tiempo el graffiti ha llegado a ganar una gran importancia y difusión, permitiéndole entrar en campos como el diseño gráfico, la publicidad, Art Toys, Paper Toys, moda, etc. Tornándolo en una forma de expresión adaptable a diversos soportes, misma expresión que logra identificar a la gran mayoría de habitantes de las urbes.

Gráfico 1.1: Diseños de Shin Tanaka inspirado en graffiti



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Los cazadores de tendencias han sido los principales responsables a nivel mundial de reconocer, extraer y ubicar al graffiti como una fuente riquísima de inspiración para los grandes diseñadores de moda del mundo. Ante este movimiento artístico tan pronunciado en las urbes a nivel mundial, el mercado de la moda toma consciencia de su presencia e importancia y llega a servirse del graffiti como medio de inspiración para sus colecciones. Derivando en la creación de tendencias que trastocan colores, formas y grafismos dentro de las diferentes líneas de vestuario.

Encontramos de esta manera ejemplos puntuales de artistas del graffiti como Keith Haring, artista multidisciplinario que irrumpió en la escena neoyorquina de los 80's en géneros como: muralismo, pegatinas, graffiti, etc. Andy Warhol representó a la cultura demótica (combinación de moda, arte y música) abre así su propia boutique llamada "POP SHOP" donde funde la singularidad de su graffiti con un sinfín de productos.

Gráfico 1.2: Proceso de creación de Keith Haring, desde la idea gráfica al producto.



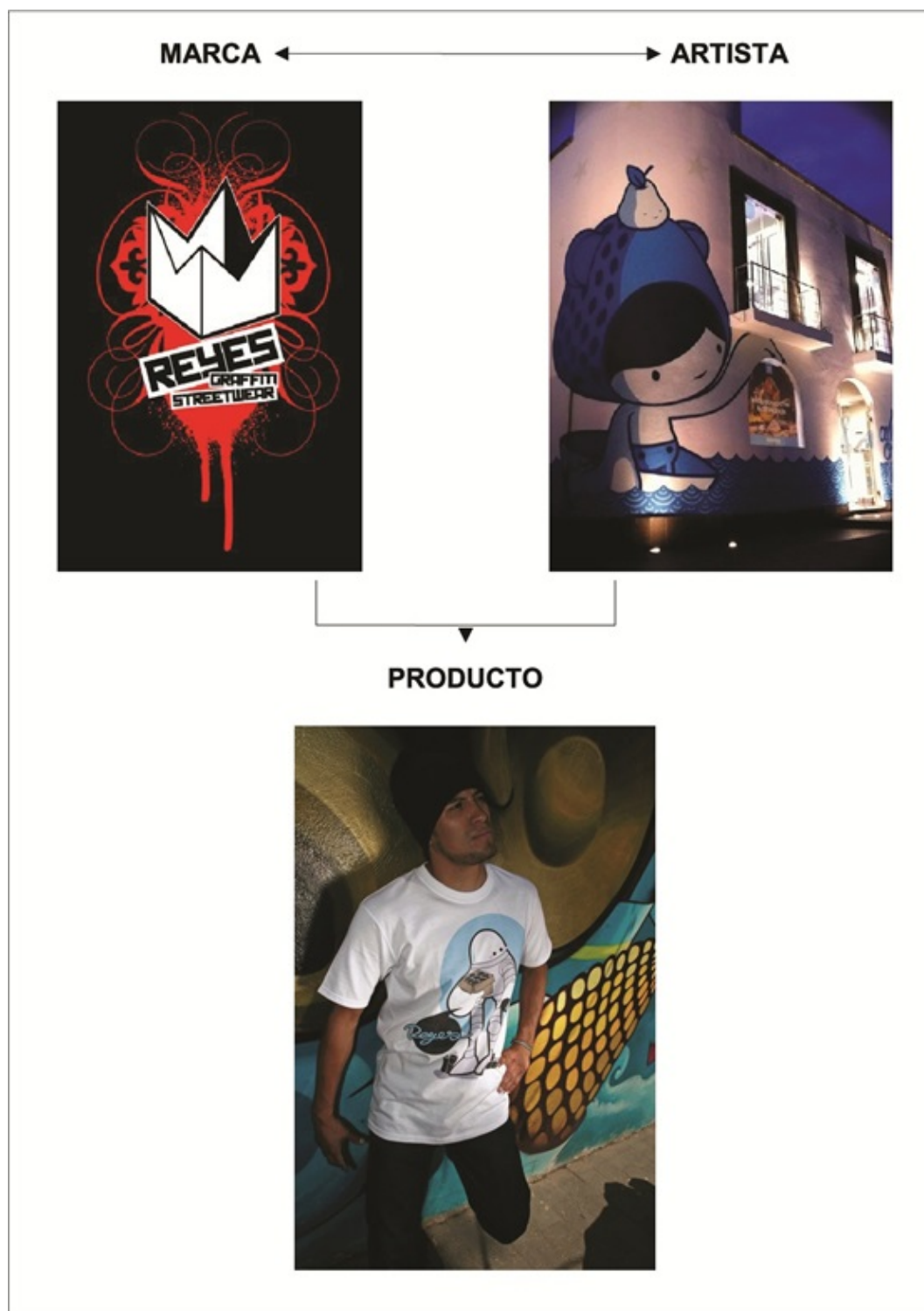
Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Estamos siendo testigos del fortalecimiento del movimiento graffitero en Sud-América, un gran impulso llega gracias a las iniciativas de las agrupaciones independientes que dan gran apoyo y difusión a esta gran expresión artística, de esta manera hallamos festivales de gran convocatoria que reúnen a cientos de artistas locales y varios internacionales, tenemos así festivales tales como: el festival internacional “3er Mundo” (en Bogotá - Colombia), el festival internacional “Latir Latino” (en Lima - Perú), El festival internacional “Esencia” (en Sao Paulo - Brasil), Festival Internacional “ConceGraff” (Concepción–Chile), el festival Internacional “Detonarte” (Quito –Ecuador).

Son eventos como estos los que han abierto la puerta a la aceptación del graffiti en Latinoamérica, esta gran difusión gráfica ha dado como resultado el nacimiento de marcas de vestuario urbano que se asocian con artistas locales y se promocionan por medio de redes sociales, ferias de diseño independiente o eventos de graffiti de gran convocatoria. Marcas que nacen del graffiti en la moda urbana como: “Sixfeet” (Buenos Aires – Argentina), y “Reyes Street Wear” (México D.F. –México)

Gráfico 1.3: Relación artista-marca



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

En Ecuador nos encontramos con un escenario artístico en cuanto al graffiti, mismo que se halla experimentando una gran difusión gracias a la apertura de la sociedad hacia su presencia, aun cuando el graffiti no es nuevo en el país, sus primeros rasgos se hallaban ya en los años 80 con el colectivo “mata piojo” el mismo que se disolvería en 1990, pero dejaría sentada la base para el graffiti contemporáneo que llegaría de la mano de diversos artistas urbanos, los mismos que se encargarían de transformar a la capital ecuatoriana en un punto de referencia de este medio de expresión, el que terminaría más tarde trasladándose a varias zonas del país.

A nivel nacional en el sector de la moda se ha observado continuamente la adopción de tendencias y estilos extranjeros, llegando al punto de imitar las prendas tanto en su forma, color, y diseño, llevando a nuestra industria textil a ser simplemente una productora de prendas piratas, o finalmente productos genéricos de mala calidad. Lo que ha permitido que marcas extranjeras se apoderen del mercado nacional, causando esto una competencia desleal que a corto y largo plazo ha afectado a nuestro sector.

El graffiti por su parte no ha sido tomado en cuenta para el desarrollo de vestuario masculino urbano juvenil en el Ecuador, situación que resalta pues la cultura de graffiti es un ícono de distintos movimientos juveniles que se desarrollan en el país, a través del cual despliegan estos sus más elevadas expresiones de identidad. En la industria de la confección han surgido

problemas al no realizarse un estudio detallado de las tendencias y tipos de movimientos socio-culturales que existen en nuestro medio, lo que lleva a la producción de prendas sin ningún tipo de correlación con el entorno dando como resultado un producto carente de identidad y singularidad.

La falta de identidad en la producción textil y de confección nacional ha afectado fuertemente a nuestros consumidores, mismos que tienen tendencia a considerar que las prendas de producción nacional son sinónimo de mala o poca calidad, restando valía a toda la industria existente en el país. El desconocimiento de los movimientos de identidad que se desarrollan en nuestro entorno urbano ha provocado que la industria no pueda captar la atención del cliente objetivo de este medio.

En la zona centro de nuestro país encontramos diversas formas de graffiti, como tags, letters, model pastel, dirty, characters, y post-graffiti, los que se pueden observar principalmente en ciudades como Quito, Cuenca, Baños y Ambato. En la última década el graffiti ha experimentado una gran difusión y crecimiento en la zona centro gracias a la apertura de los diferentes gobiernos provinciales e instituciones gubernamentales de cultura hacia esta expresión artística, dando paso a que diversos artistas nacionales lleguen a darse a conocer por medio de su obra en las urbes de la zona centro del país.

El graffiti sigue desarrollándose de manera exitosa gracias al gran apoyo de grupos independientes que han hecho de esta disciplina artística su forma de vida, y siguen permitiendo formar espacios de expresión colectiva, tal como el Festival Internacional “Detonarte” que se realiza cada año en Quito y el Festival GRAFFF de la ciudad de Ambato, los que han posibilitado que el graffiti continúe difundándose en nuestro país de manera exitosa.

Imagen 1.1: Bego



Fuente: www.redilustradoresecuador.com

Autor: Bego con tomate

Imagen 1.2: Detonarte 2011



Fuente: www.apitatan.blogspot.com

Autor: Apitata

Imagen 1.3: Graff 2011



Fuente: Investigación

Autor: Varios

Imagen 1.4: Graff 2011 muro pinillo



Fuente: Investigación

Autor: Varios

El sector textil de la zona centro, se ve desprovisto de identidad, lo cual denota en la constante copia de modelos extranjeros, imposibilitando que se logre una cimentación adecuada de las diversas empresas textiles del medio, deviniendo esto de un problema común: la falta de identidad, a pesar de las ventajas que aportaría el uso del graffiti como medio de inspiración, no ha sido aprovechado,

desvalorizando así su presencia innegable en nuestro medio, lo cual sucede por el desconocimiento general del gran impacto que puede llegar a tener el graffiti en el consumidor.

1.3 Análisis crítico

Observando las expresiones del vestuario sportswear nos fijarnos que este se ha desarrollado en su mayoría de modo aleatorio, sin tomar en cuenta grandes esquemas sociales como es el caso del graffiti. Podemos decir que el vestuario masculino juvenil no posee un diferencial que lo haga único y original, más allá de volverlos más coloridos, no se ha desarrollado un reflejo de ideologías o sociogramas propios de la juventud.

Lo que se busca a través de la incorporación del graffiti en el vestuario urbano juvenil, es que el joven se pueda sentir identificado con mucho de la realidad social y del entorno donde se desarrolla como individuo. Al ejecutar muchas de las colecciones para jóvenes se piensa muy poco en el contexto implícito del graffiti en la juventud de toda urbe, lo que ha llevado a colecciones sin vida y escaso contenido social; de lo que se está seguro es de que los contrastes del mundo y la sociedad son el motor de la identidad de todo joven experimentando esta etapa de vida.

El mercado juvenil actual busca vestir con prendas que no solo lo destaquen del conglomerado sino también que lo destaquen por su identidad y sus ganas de expresarse en cada espacio posible. Se puede decir al respecto que las empresas del medio solo toman en cuenta la producción y poder ubicar las prendas o conjuntos en el mercado, más no las necesidades de este mercado que espera por un reflejo de su entorno en lo que usa.

Imagen 1.5: Colección Star Wars



Fuente www.elcomercio.pe

Autor: Adidas

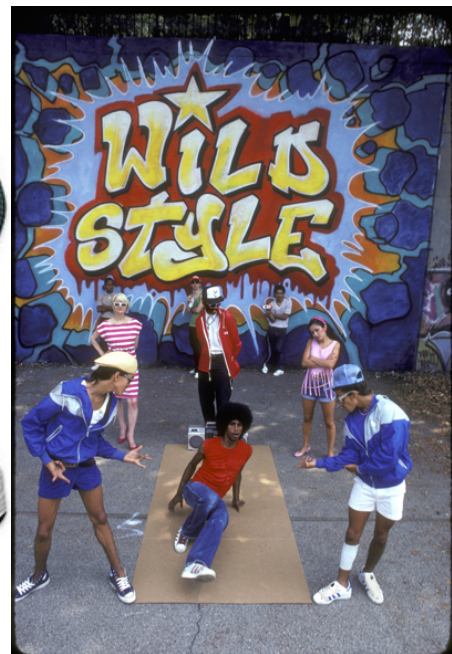
“Así como el punk, el grunge, el metal y otros, el graffiti también tiene una tendencia en la moda, influenciada quizás por la "Old School" (vieja escuela) de

San Francisco o por el hip hop. Los jóvenes de hoy en día quieren verse bien y verse a la moda. Si bien el graffiti está ligado al hip hop, muchos jóvenes se ven influenciados por esta moda y se visten con polos grandes, pantalones anchos, zapatillas de básquet, cadenas, etc. Hoy en día existe una diversidad de tendencias y gustos, los jóvenes no se encierran solo en el hip hop relacionado al graffiti, sino que también toda una gama de gustos diferentes, jóvenes que escuchan punk, rock, reggae, pero el gusto por el hip hop no se va. El graffiti no discrimina gustos ni tendencias.” (<http://blogs.elcomercio.pe/artandgraff/2009/10/la-moda-y-el-graffiti.html>)

Imagen 1.6: Lifestyle



adidas Men's Centennial Lo



Fuente: www.blogs.elcomercio.pe

Autor: Adidas

“Hoy en día existen marcas de ropa cuyos diseños se inspiran en el graffiti. También existen graffiteros que manejan su propia marca de ropa. Incluso hay grandes empresas que necesitan o contratan a artistas plásticos y graffiteros para hacer diseños para su marca.” (<http://blogs.elcomercio.pe>)

Esto motiva a pensar en la trascendencia del graffiti en muchos más aspectos de la vida cotidiana que el adorno del paisaje urbano, sino en ropa, zapatos y accesorios de todo tipo. El nexa entre la vestimenta y el graffiti va más allá de la pintura, engloba ideología, arte y estilo. Muchos de los jóvenes, sin importar que no se dediquen a esta actividad, aprecian este arte urbano y por lo mismo aprecian la vestimenta que surge de este movimiento artístico.

1.4 Delimitación del problema

1.4.1 Delimitación de campo

Ingeniería en Diseño Industrial.

1.4.2 Delimitación de área

Diseño de Moda.

1.4.3 Delimitación espacial

Se realizará en la ciudad de Ambato delimitado en el perímetro urbano de la ciudad.

1.4.4 Delimitación temporal

De 6 a 10 meses a partir de la aprobación del proyecto.

1.5 Definición del problema

Necesidad de un sistema de vestuario masculino para adolescentes en la línea sportswear inspirados en las corrientes urbanas de zona central del Ecuador.

1.6 Preguntas directrices

¿Cuáles son los tipos de graffiti en la ciudad de Ambato?

¿Cuáles son las tendencias dentro de la población adolescente de la ciudad de Ambato?

¿Cómo podemos identificar los rasgos característicos dentro del vestuario y el graffiti en la ciudad de Ambato?

¿Cómo podemos aplicar los rasgos distintivos del graffiti en el vestuario masculino?

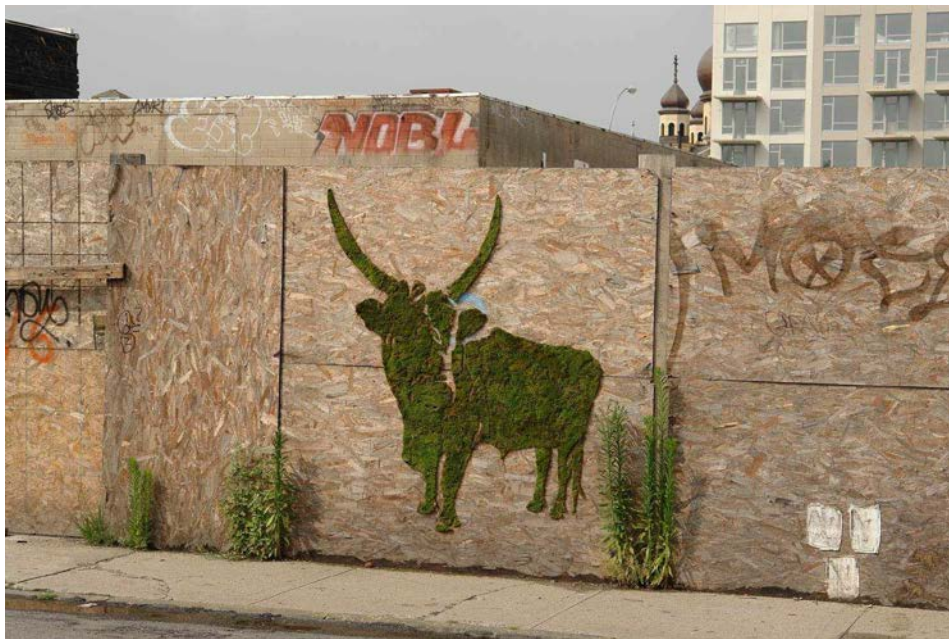
1.7 Justificación

El graffiti si bien es cierto la mayoría de veces es considerado una simple graficación de letras sobre las paredes de la ciudad por medio del uso de aerosol u otros medios de pintura, empero es totalmente errónea esta apreciación que se le da a esta corriente artística del medio urbano, debido a que su verdadera relevancia va mucho más allá de la graficación de tipografías, y abarca ampliamente muchos estilos y tendencias que han ido apareciendo con los años.

El graffiti como corriente artística se caracteriza por ser fuente de comunicación directa entre los artistas urbanos y el público, que establecen de manera inconsciente una simbiosis entre lo que el artista quiere comunicar y la interpretación que cada individuo busca darle, sin olvidar que otros de los elementos internos del graffiti como la expresión, libertad y creatividad son importantes de esta corriente.

El graffitero usa como medio de intervención espacios públicos que estén abiertos a la interacción entre el espectador y la obra, para lo que se vale de diversas técnicas y medios, tales como: aerosoles, stickers, plantillas de dibujo (stencil), acrílicos, rodillo, brocha, esponjas y prácticamente cualquier medio disponible de rápida aplicación. Razones que hacen de esta corriente artística un atractivo objeto para el desarrollo de la propuesta, pues, se halla integrada por variada morfología, cromática infinita e ilimitado uso de materiales y complementos en un mismo contexto.

Imagen 1.7: Artivismo



Fuente: www.taringa.net

Nos encontramos en la actualidad con varias corrientes como el “Artivismo” donde se usa al graffiti como un medio de protesta en favor de diversas causas,

hallamos por ejemplo, los poco comunes graffities verdes en los que se usa musgo y no pintura para intervenir el medio urbano en favor de la ecología, o el famoso artista “JR” el cual usa al graffiti en proyectos comunitarios de gran envergadura que buscan expresar el nexo entre el individuo y la urbe.

Imagen 1.8: Muro en Francia



Fuente: www.arrucha.com

Autor: J.R.

Otra corriente muy famosa pero a menudo confundida con el muralismo es el post-graffiti, esta confusión se da comúnmente debido a la apreciación errónea que tenemos del graffiti tan solo como tipografía, esto no nos deja comprender al “post-graffiti” como corriente del graffiti en donde la imagen toma el protagonismo sobre la tipografía.

Imagen 1.9: Mural en Ficoa



Fuente: Investigación

Una de las corrientes que se han llegado a usar de manera muy mediática tenemos a la “intervención específica” que va más allá del simple grafismo en la pared y se atreve a alterar la realidad de su medio circundante para así interactuar íntimamente con el espectador urbano.

Imagen 1.10: Muro de Blu

Fuente: www.eliassegura.blogspot.com

Autor: Blu

Imagen 1.11: Desagüe en pixel



Fuente: www.arrucha.com

Imagen 1.12: Yarn bombing



Fuente: www.enfoqueabierto.com

Autor: Olek

1.8 Objetivos

1.8.1 Objetivo general

Diseñar un sistema de vestuario masculino para adolescentes en la línea sportswear inspirados en la corriente urbana del graffiti de la zona central del Ecuador.

1.8.2 Objetivos específicos

- Analizar 2 corrientes urbanas existentes en la ciudad de Ambato.
- Seleccionar una corriente urbana del graffiti para aplicarla en el sistema de vestuario a realizarse
- Implementar elementos de la corriente urbana seleccionada en el diseño de vestuario.
- Realizar prendas basadas en la corriente urbana del graffiti seleccionada de la ciudad de Ambato.

CAPITULO II

2 MARCO TEÓRICO.

2.1 Antecedentes investigativos

Para la realización del presente tema se ha constatado la inexistencia de investigaciones o trabajos previos sobre el argumento en la ciudad de Ambato, tanto en la biblioteca de la Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato, así como en la Universidad Técnica de Ambato, relacionadas con la presente investigación. Sabemos, existe buena apertura para la realización de esta por parte del público objetivo.

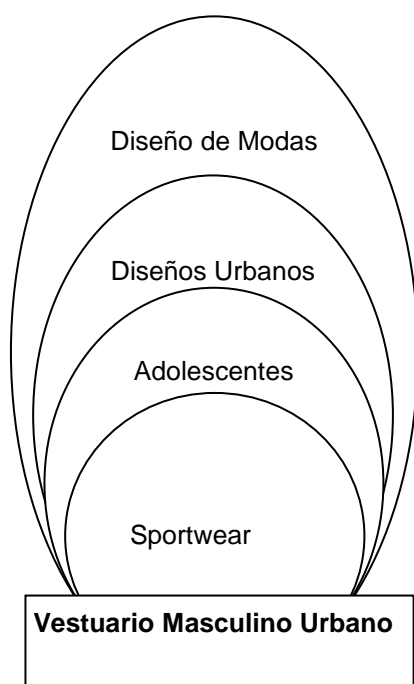
Se trata de proponer un sistema de vestuario innovador que no solo pretenda plasmar imágenes en las prendas sino que busque transformar la morfología de las prendas a través de la inspiración que brinda el graffiti.

2.2 Fundamentación teórica

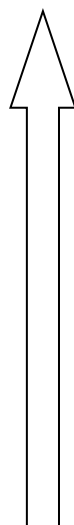
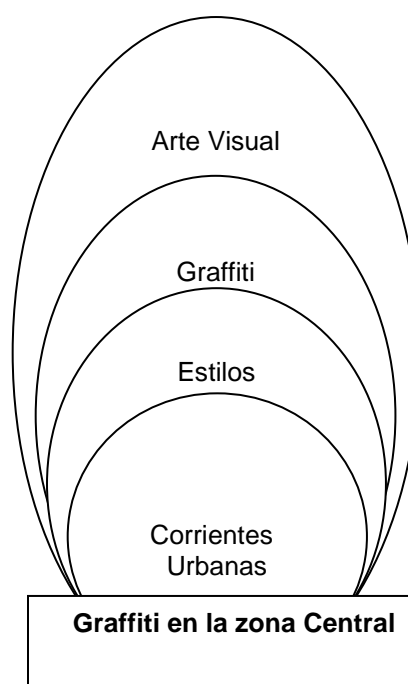
Gráfico 2.1: Categorización de variables

CATEGORIZACIÓN

VARIABLE DEPENDIENTE



VARIABLE INDEPENDIENTE



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

2.3 Categorías fundamentales

2.3.1 Diseño industrial

“El diseño industrial es una rama del diseño que busca crear-modificar objetos y/o ideas para hacerlos útiles , prácticos o simplemente bellos con la intención de cubrir necesidades del ser humano, adaptando los objetos e ideas no solo en su forma sino también las funciones de éste, su concepto, su contexto y su escala, buscando lograr un producto final innovador.

El diseño industrial sintetiza conocimientos, métodos, técnicas y creatividad; tiene como meta la concepción de objetos de producción industrial, atendiendo a sus funciones, sus cualidades estructurales, formales y estético-simbólicas, así como todos los valores y aspectos que hacen a su producción, comercialización y utilización, teniendo al ser humano como usuario. Es una actividad creativa, que establece las cualidades polifacéticas de objetos, de procesos, de servicios y de sus sistemas en ciclos vitales enteros. Por lo tanto, el diseño es el factor central de la humanización innovadora de tecnologías y el factor crucial del intercambio económico y cultural.” (Consejo Internacional de Sociedades de Diseño Industrial - ICSID, 2010)

Grafico 2.2: Desarrollo de diseño



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

El diseñador industrial desarrolla diversos objetos tales como joyería, indumentaria, juguetes, muebles, luminarias, vehículos, accesorios de cómputo y sanitarios etc.

2.3.2 Diseño de Moda y sus fines

El diseño de moda, se encarga del diseño de ropa y accesorios creados dentro de las influencias culturales y sociales de un período específico. Representa el

estilo e idea del diseñador según los principios de la composición, conocimientos y talento.

El diseño de moda no siempre es considerado arte, ya que en su mayoría busca la producción y masificación de prendas de vestir. La moda se reconoce como un estilo de vida, ya que para diseñar se tiene que conocer al cliente desde su nivel económico, gustos sociales, musicales, etc.

Imagen 2.1: Diseño de moda-arte



Fuente: <http://www.lamoda-atodotrapo.blogspot.com/>

Los diseñadores de moda crean prendas de vestir y accesorios, algunos diseñadores de alta costura son independientes laboralmente y diseñan para clientes individuales, otros cubren las necesidades de tiendas especializadas o departamentos de alta costura, estos diseñadores crean prendas originales, así mismo como los que siguen tendencias de moda establecidas. Sin embargo, la mayoría de los diseñadores de modas trabajan para fabricantes de ropa, creando diseños para hombres, mujeres y niños en el mercado masificado. Las marcas de diseñador que tienen un nombre son generalmente creadas por un equipo de diseñadores individuales bajo la supervisión de un director de diseño.

Entre los objetivos del diseño de modas se encuentran cumplir con varios fines, para lograr un grado de satisfacción aceptable en el consumidor final. Encontramos así en el diseño de moda fines tales como:

- **Fin estético:** pretende crear una respuesta en quién lo observa siendo la belleza su único eje.
- **Fin ergonómico:** diseño de una cobertura en perfecta armonía con la fisiología humana, haciendo que ésta mejore en uno o varios aspectos.
- **Fin de personalidad:** mediante la cobertura se sugiere un tipo de vida, inclinaciones políticas, culturales, religiosas o de carácter.
- **Fin de situación:** analizando el envoltorio se sitúa al individuo en un contexto histórico y geográfico concreto.

- **Fin emotivista:** mediante la imagen que se proyecta, se induce una respuesta emotiva.

2.3.3 Tipos de moda

“Hay tres tipos principales de diseño de modas, aunque pueden ser divididos en otras categorías más específicas:

2.3.3.1. Alta costura

Imagen 2.2: Pasarela alta costura



Fuente: <http://www.jeanpaulgaultier.com/es/moda/altacostura/primavera-verano2013>

Autor: Jean Paul Gaultier

“El tipo de moda que predominó hasta los años 50’s fue la moda "hecha a medida" o "alta costura". El término "hecho a la medida" puede ser usado para cualquier prenda que sea creada para un cliente en particular. No obstante, muchas marcas de ropa "lista para usar", e incluso de mercado masivo, afirman crear alta costura, lo que según los estándares es falso. Una prenda de alta costura está hecha por orden de un cliente individual, y está hecha usualmente de textiles costosos de alta calidad, confeccionada con extrema atención en los detalles y el acabado, generalmente usando técnicas a mano que toman mucho tiempo.” (http://www.fenalcoantioquia.com/res/itemsTexto/recursos/tendencias_de_joyeria.pdf)

2.3.3.2. Moda lista para llevar

“La moda "lista para usar" o “Prêt-à-porter” es un punto medio entre alta costura y mercado de masa, no está hecha para clientes individuales pero se toma gran cuidado en la elección y el corte de la tela. La ropa está confeccionada en pequeñas cantidades para asegurar la exclusividad, por lo que es más bien costosa. Las colecciones de prendas listas para usar son usualmente presentadas por casas de modas en cada temporada durante un período conocido como «semana de la moda» que toma lugar por lo general dos veces al año.” (http://www.disenio.us/grafico/paginas/web/alta_costura/)

Imagen 2.3: Atuendos de moda lista para llevar



Fuente: www.modaparamujer.com

2.3.3.3. Mercado de masas

“Actualmente la industria de moda cuenta sobre todo con las ventas del mercado masificado. El mercado de masa cubre las necesidades de un amplio rango de clientes, produciendo prendas listas para su uso, en grandes cantidades y tamaños estándar, el uso de materiales baratos producen una moda accesible. Los diseñadores de mercado de masa generalmente adaptan la moda establecida por los nombres famosos en el área de la moda. Esperan generalmente una temporada para asegurarse de que un determinado estilo tendrá éxito antes de producir sus propias versiones de éste. Para ahorrar tiempo y dinero, usan textiles más baratos y técnicas de producción simples que

pueden ser fácilmente ejecutadas por una máquina, así el producto final puede ser vendido a un precio mucho más bajo.” (Mera, 2011)

Imagen 2.4: Colección Juvenil mercado de masa



Fuente: www.lyonx.wordpress.com

2.3.4 Vestuario masculino

El vestuario masculino es el conjunto de prendas, trajes, complementos, calzados y accesorios, utilizados por el género masculino. El vestuario es uno de los elementos que usa el ser humano para cubrirse el cuerpo como protección del clima, que con el transcurrir del tiempo ha tenido muchas otras connotaciones que han contribuido a reflejar un estilo personal, creencias y gustos definidos de cada individuo.

Los componentes usuales del vestuario masculino son: Chaquetas, Abrigos, Chompas, Camisas, Camisetas, Pantalones, Jeans, Ropa interior, Calzado, Accesorios.

Imagen 2.5: Moda masculina



Fuente: www.clubdecaballeros.com

Autor: Náutica Verano 2013

2.3.5 Tallaje masculino

Para el desarrollo del vestuario masculino es importante y necesario tomar en cuenta especialmente medidas antropométricas que determinarán la forma en la que los patrones integrarán las prendas de vestir y la talla a la que pertenecerán. El Tallaje en la confección de prendas es primordial, dado que este permitirá la realización de prendas ergonómicamente elaboradas, que se ajusten a las formas del cuerpo.

Cuadro 2.1: Cuadro de tallas masculino pantalón

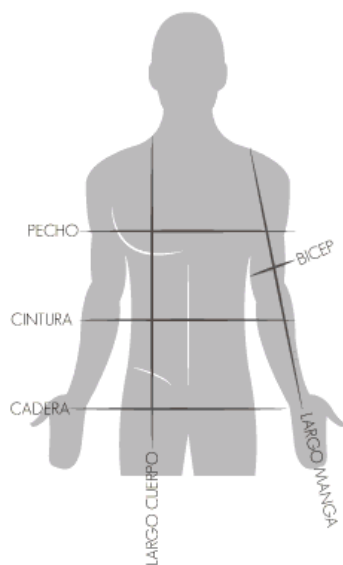
TALLAS	28	30	32	34	46	38	40	42	44
CINTURA	72	76	82	87	92	97	102	107	112
BASE	90	94	98	100	104	106	110	112	118
ENTREPIERNA	73	74	75	76	76	76	76	76	76
RODILLA	38	39	40	41	42	43	44	45	46
BOTA	40	41	42	43	44	45	46	47	48
LARGO	94	96	98	100	102	102	102	104	104
TOTAL									

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Imagen 2.6: Cuadro de tallas masculino de torso.

GUÍA DE TALLAS



CAMISAS

TALLA	X1	1	2	3	4	5
PECHO	46/47	49/50	52/53	55/56	58/59	61/62
CINTURA	44/45	47/48	50/51	53/54	56/57	59/60
CADERA	46/47	49/50	52/53	55/56	58/59	61/62
BICEP	20/20.5	21/21.5	22/22.5	22.5/ 23	23.5/ 24	24.5/ 25
LARGO CUERPO*	74	74	74	74	74	74
LARGO MANGA	64.4	64.7	65	65.3	65.6	65.9

*Las camisas casuales son 2 cm. más cortas

LOB
www.lob.com.mx

Fuente: www.lob.com.mx

2.3.6 Acabados en prendas de vestuario masculino

Las tendencias en acabados para el vestuario masculino han evolucionado junto con los requerimientos del hombre de hoy, mismos que van desde prelavados (buscando suavizar el color y del mismo modo presentar apariencia de detalles envejecidos) hasta planchado permanente (proceso de fijación por calor que hace a la prenda resistente a las arrugas) o suavizados

Los acabados también se extienden al uso de técnicas de estampación como la serigrafía, stencil, o a su vez acabados manuales como el bordado y la pintura a mano, mismo que dan a las prendas su individualidad y originalidad.

Imagen 2.7: Máquinas de lavandería Industrial



Fuente: www.hogar.uncomo.com

2.3.6.1 Lavandería:

2.3.6.1.1 Tinturado o teñido

El tinturado o teñido de textiles, es un proceso por el cuál se aportan pigmentos a la coloración de un textil, obteniendo amplias gamas de color y tonalidades. De modo industrial se lo realiza en maquinaria que controla y regula la temperatura del agua, la cantidad de pigmentos, el movimiento constante de la tela, así como el enjuague y tiempo de tinturado para la impregnación necesaria de los colores requeridos en el textil.

Imagen 2.8: Tinturadora de textiles



Fuente: www.rafaelacero.com

2.3.6.1.2 Acabados de lavandería

Según el grupo CHT/BEZEMA (fabricantes de auxiliares textiles), es importante en los acabados de las prendas la consecución de un tacto agradable a la vez que la obtención de una excelente hidrofiliidad, así también la mejora del aspecto alisado de los tejidos después del secado, la posible reducción de la carga mecánica en los tratamientos motivada por una suavidad interna lo que redundaría en un menor desgaste de la ropa, del mismo modo en los últimos años se ha establecido en tendencia la adición de componentes que ayudan al cuidado de la piel o los efectos aromáticos estables al secado.

Imagen 2.9: Fibras tratadas en acabado de lavandería



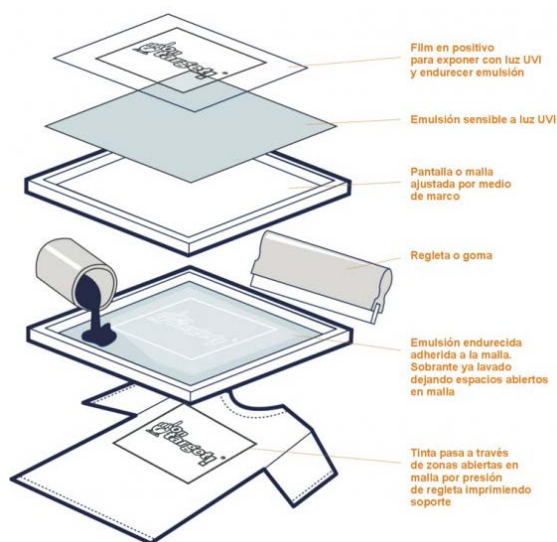
Fuente: <http://www.revistavirtualpro.com/revista/index.php?ed=2007-04-01&pag=20>

2.3.6.2 Estampados

2.3.6.2.1 Serigrafía

La serigrafía es un proceso de rotulación e impresión con la utilización de marcos con mallas de serigrafía, los que son sometidos a procesos de revelado a través de emulsiones e imágenes en negativo, el paso de la tinta se bloquea en las áreas donde no habrá imagen mediante la emulsión. En la serigrafía puede ser usada también la técnica de stencil, es decir a través de papel calado realizar la transferencia de pintura a través del marco de serigrafía. Este proceso ha sido usado como una alternativa a la estampación o sublimación con resultados excelentes.

Imagen 2.10: Procesos de serigrafía



Fuente: www.ontargetplv.com

2.3.6.2.2 Stencil o plantillas

El stencil consiste en pintar sobre distintos materiales utilizando una plantilla calada. Puede aplicarse en tela, seda, madera, latón, en paredes lisas y en casi cualquier otro soporte que se pueda pintar. Las plantillas se fabrican manualmente utilizando acetato para calcar el dibujo elegido, y un cutter o bisturí para papel, también existen plantillas pre caladas.

Esta técnica puede ser utilizada en el área textil con materiales como aerosol, plastisol (una mezcla con la técnica de la serigrafía), pintura o pigmentos para pintar en tela.

Imagen 2.11: Camiseta estampada con técnica stencil.



Fuente: www.reconbilbao.wordpress.com

Autor: Sirakusi

2.3.6.3 Manualidades

2.3.6.3.1 Bordados a mano

El uso del bordado a mano es una técnica milenaria, que brinda a las prendas un acabado muy agradable y original, existen diversos tipos de tramados que se pueden conseguir y para la realización se usan hilos tinturados 100% algodón, tambor de tensado, pelón y agujas de bordado con los que obtenemos resultados artesanales únicos que varían de una prenda a otra y permiten tener acabados para brindar un valor agregado a las prendas.

Imagen 2.12: Hilos para bordar



Fuente: www.manualidades.facilísimo.com

2.3.6.3.2 Pintura a mano

Es una técnica que se la realiza totalmente de manera artesanal, para lo que se utilizan pigmentos textiles a base de agua y biodegradables, los cuales son fijados al textil por medio de calor, los medios utilizados para la elaboración de esta técnica suelen ser pinceles, esponjas y gasas, su aplicación en serie es posible por medio del uso de plantillas base. Como ventajas nos ofrece un acabado único de una a otra prenda, lo que eleva su valor debido a la dedicación e individualidad de del producto, como desventajas se tiene la dificultad en la producción en masa debido a lo delicado y demoroso de la aplicación de este tipo de estampado.

Imagen 2.13: Pintura en tela



Fuente: www.tienda.labotavara.eu

2.3.7 Sportswear

A modo de revisión histórica y análisis comercial, se propone una mirada económica del mundo del deporte. El primer producto deportivo fue un zapato con clavos, hecho hace 115 años a partir de aquí el desarrollo de accesorios para el deporte fue constante, desde entonces las fábricas de artículos deportivos (luego convertidas en grandes empresas internacionales) compiten a la par de sus olímpicos usuarios en una batalla feroz por el mercado deportivo, donde todo vale. Marcas líderes se unen para enfrentar a otras, y lograr quedarse con el millonario negocio del deporte, incluso en algunos casos explotando a sus empleados y proveedores.

Los equipos y deportistas pasan de una compañía a otra firmando importantes contratos publicitarios, siendo capaces de realizar grandes proezas gracias a los productos promocionados, a la vez que transmiten valores, que no siempre son los aceptados socialmente.

Pero no solo compiten las empresas multinacionales, en nuestro país ocurre lo mismo aunque a otra escala, aquí se disputan el mercado local vinculado sobre todo al fútbol. Marcas nacionales, lejos de las líderes mundiales, buscan un lugar en este competitivo mundo de la indumentaria deportiva.

Gráfico 2.3: Adidas por Jeremy Scott



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

El universo del vestuario sportswear actualmente no solo abarca ropa deportiva sino un espectro mucho más amplio en el mundo de la moda, donde la ropa urbana con detalles del clásico “sport” se integran en las grandes colecciones de las marcas de ropa deportiva, son marcas como Adidas, Nike, Vans, Puma, quienes han proclamado el estilo sportswear con mezcla de materiales en las prendas que pueden ser llevadas con comodidad y estilo como: denim, telas plastificadas y modernas, gabardinas, etc.

Reebok, Adidas, Nike, Puma, Vans son grandes reyes del mundo deportivo y han conseguido que hoy no solo luchen los equipos en los campos, sino que también sean representantes del mundo del arte urbano, música alternativa, deportes extremos, donde la tendencia urbana del sportswear ha llegado a auspiciar a grandes exponentes de estas áreas no convencionales, un claro ejemplo de esto en nuestro medio es el cantante “GuanacoMC” quien se ha convertido en la imagen oficial de Adidas originals (línea sportswear urbana de esta marca) en el Ecuador.

Gráfico 2.4: Puma por Alexander Mc Queen



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

2.3.8 Moda urbana

“Por moda urbana se entiende la que tiene como fuente de inspiración “la calle” o lo que es lo mismo, la vida cotidiana, la moda urbana es el centro de las subculturas, donde cada vez más se vuelve profundamente independiente y que viene a representar mucho más que un estilo de vida. La tendencia de la moda actual nos dirige hacia la homogeneización desde la libertad, el hombre del siglo XXI ha elegido libremente homogeneizarse, y a partir de ello ir creando un medio de expresión por medio de su indumentaria, dando como resultado un reflejo del entorno urbano en las prendas que lleva día con día, es así como sociólogos, semióticos, publicistas y economistas se han dado en estudiar este fenómeno con muy distintas motivaciones.

La profesora Monserrat Herrero (durante su participación en el Congreso 'Moda Urbana' de la Universidad de Navarra) considera la moda un fenómeno social. "Un ser humano se viste a la moda para dialogar con los demás. Y para dialogar, hay que ser hasta cierto punto semejante a los otros". Pero al mismo tiempo, esta filósofa reconoce que cada persona es diferente y de ahí que se intente buscar un punto de distinción. "Ese aparecer y ocultarse, igualarse y distanciarse que ofrece la moda es esencial para encontrar la medida humana de la relación con los demás. Una moda que no encontrara una medida correcta en este punto, sería, sin duda, deshumanizadora". (<http://www.unav.es/noticias/textos/261001-01.html>)

Imagen 2.14: Vestimenta urbana



Fuente: www.forodefotos.com

“La moda urbana es una moda que no solo destaca por su comodidad, sino que empieza a ser una tendencia sobre todo en las grandes capitales.

El concepto de la moda urbana, se refiere a todas esas prendas de vestir que están diseñadas con el fin de soportar el trajín de la ciudad. Esas prendas que son perfectas para montar en bus, para estar sentados en el andén del estanco favorito, para ir a la universidad y en general, para estar cómodos todo el tiempo sin temor a que se nos dañe la camisa o se nos rasgue el pantalón”.

(<http://elclavo.com/entretenimiento/recomendados/tendencias/moda-urbana/>)

“Se trata de un estilo que llega no solo a las clásicas prendas deportivas, sino que utiliza todo tipo de prendas para lograr expresar claros mensajes que

pueden ser irónicos, de protesta, y del mismo arte. Es más, muchos han llegado a definirlo como el arte hecho moda” ([http://www.masdemoda.com/la-moda-urbana /](http://www.masdemoda.com/la-moda-urbana/))

2.3.9 Materiales que intervienen en sportswear y moda urbana.

En la moda urbana así como el sportswear al alrededor del mundo, en medida que avanza el diseño y la experimentación, se va empleando un sinnúmero de materiales y elementos adaptándolos a las necesidades del consumidor y del diseño. Dada la creencia en el medio latinoamericano de que el universo del vestuario “sportswear” se refiere únicamente a ropa para realizar deporte, es necesario ampliar esta percepción estableciendo algunos de los materiales que son usados alrededor del mundo en las grandes colecciones sportswear, es así que a continuación se definen algunos de los materiales que son estrellas de ambos estilos.

2.3.9.1 Denim

El denim es una tela de algodón asargado de trama blanca y urdimbre teñida de azul el cual es empleado en la confección de ropa de trabajo y en la moda urbana principalmente. Diversos estudios señalan que surgió en la ciudad de Nimes perteneciente a la Francia de la Edad Media, donde los campesinos

llevaban indumentaria hecha con tela de Nimes (denim), teñida de azul sombrío con glasto, esta ciudad se volvió un centro industrial textil basado en el algodón, que dio nombre al denim (o tejido 'de Nimes').

Imagen 2.15: Denim en sportswear



Fuente: www.coroflot.com

2.3.9.2 Jersey

Este tejido de punto se caracteriza por ser elástico, liviano y de dos caras, puede estar compuesto de algodón al 100% o mezclado con fibras sintéticas, posee un gramaje que varía entre los 100 – 300g, es un género de punto por trama básico tricotado en una sola fontura, es utilizado en la fabricación de camisetas, buzos, y prendas ligeras.

Al final del siglo XIX el jersey era un tejido de punto pesado que utilizaban los pescadores de la Isla de Jersey, en UK. En la década de 1920, la actriz L.

Langrty fue pionera en usar la tela de jersey para su vestuario personal, más tarde para la escena y luego se convirtió en moda. La característica de tejido liviano, suave y naturalmente elástico se caracterizó por las mutaciones en los gustos y fuertes innovaciones en las telas, con el apogeo del uso del jersey en las prácticas deportivas, estas prendas traspasaron las barreras sociales y se popularizaron en todos los estratos sociales. De ahí en adelante, el tejido de jersey sería para siempre, sinónimo de prenda de punto.

(<http://www.redtextilargentina.com.ar/index.php/telas/glosario-de-telas/item/293-jersey>)

Imagen 2.16: Jersey



Fuente: www.rms26.fr

2.3.9.3 Gabardina

Es un tejido de algodón, lana o fibra sintética de consistencia trabajada y muy apretada, caracterizada por tener una cara lisa y una acanalada en diagonal.

Por ser relativamente impermeable al aire y al agua, se emplea habitualmente en la confección de ropa de abrigo. La gabardina también es muy popular para la confección de ropa de trabajo y uniformes espaciales.

“Fue creada por Thomas Burberry en 1880 cuando se entrevistó con un pastor de su región, cuya chaqueta se volvía impermeable por el producto utilizado en el baño de las ovejas. Registró la patente en 1888, lo que le permitió la fabricación exclusiva hasta 1917. Actualmente muchas gabardinas se trabajan en este material, tomando el nombre de Burberry en Inglaterra” (<http://lidertextelas.blogspot.com/>)

Imagen 2.17: Chaqueta de gabardina



Fuente: <http://tmagazine.blogs.nytimes.com>

2.3.10 Arte urbano

“El término arte urbano o arte callejero, traducción de la expresión en inglés: “street art”, describe todo el arte expresado en la calle de manera legal e ilegal. El arte urbano engloba tanto al graffiti como a otras formas diversas de expresión artística en la calle, se utiliza para describir el trabajo de un conjunto heterogéneo de artistas que han desarrollado un modo de expresión artística en las calles mediante el uso de diversas técnicas (plantillas, posters, pegatinas, murales...), que se alejan del famoso graffiti.” (<http://articultores.net/free/activate-post-graffitis/>)

Derivando esto en formas de arte público que suceden por iniciativa del artista, sin permiso ni control alguno, y cuyos frutos son abandonados a su suerte. La forma más común de arte público independiente es el graffiti, el post-graffiti y la intervención específica.

El arte callejero, al integrar sus elementos en lugares públicos bastante transitados, pretende sorprender a los espectadores. Suele tener un llamativo mensaje subversivo que critica a la sociedad con ironía e invita a la lucha social, la crítica política, o simplemente, a la reflexión.

2.3.10.1 Historia del arte urbano

“El arte urbano toma fuerza en el siglo XX por medio de la aparición del graffiti a la neoyorquina, que comenzó como una versión sistematizada del graffiti infantil, esa costumbre inmemorial por la que niños y adolescentes escriben sus nombres, sus filias y sus fobias, en ciertas paredes libres de control parental.

Durante la segunda mitad de los sesenta esta tradición se desarrolló con una intensidad sin precedentes entre los niños y adolescentes de Philadelphia y Nueva York, ayudada por la reciente aparición de la pintura en aerosol, y paralela al graffiti territorial de bandas callejeras, cercanas pero distintas. En la primavera de 1968 (Julio 204) llevó a cabo el primer caso notorio de propagación de un nombre por todo un barrio. Otros, inspirados en su ejemplo, comenzaron a ir más allá. Cuando el nombre se empieza a escribir fuera de los confines del propio barrio es cuando aparece el graffiti como lo conocemos ahora.

Es el concepto “all city”, llegar a toda la ciudad, la idea central del fenómeno que acabaría cubriendo de nombres el paisaje de Nueva York. El metro no tardó en convertirse en el objetivo preferido: sobre el exterior del vagón, a lo largo de los pasos elevados que cruzan los barrios, el nombre se paseaba a la vista de miles de ojos de un extremo de la ciudad a otro. A partir de 1971 se

produjo la explosión del fenómeno, derivando en una nueva subcultura de las urbes.” (<http://www.urbanario.es/articulos/articulo/art/lo-publico-y-el-arte/>)

Imagen 2.18: Graffiti Ferroviario



Fuente: www.aerosolblog.blogspot.com

Autor: Gusv

Con el paso del tiempo el movimiento del graffiti derivó en el post-graffiti que es una forma de expresión distinta, “el arte urbano es un juego en el que viandante está invitado a participar” (Kohl, 1972), y donde los artistas juegan a dejarse ver por toda la ciudad repitiendo no un nombre ilegible, sino un motivo gráfico reconocible, con el que cualquier vía-andante se puede identificar.

Tanto en los ochenta como ahora, estas formas de graffiti figurativo han surgido de la confluencia de la tradición artística occidental con diferentes formas de cultura popular: el punk, el skate, la contra-publicidad y el Hip Hop entre otros. Sin embargo no se puede definir una línea genealógica clara entre el graffiti y el post graffiti ya que ambas son herederas de corrientes de expresión urbanas

relacionadas entre sí. De allí que resulte el activismo y la intervención pública como medios de expresión complementarios para el arte urbano actual.

2.3.11 Graffiti

“Grafitos son palabras escritas en la pared. Un contenido habitual es el nombre del autor. El impulso de escribir el nombre en la pared existe en los humanos desde siempre, particularmente como recurso para dejar huella del paso por un lugar remoto o de valor simbólico. A finales de los sesenta, los niños y adolescentes de algunas ciudades de Estados Unidos llevaron la costumbre al extremo, ayudados por la aparición del aerosol y movidos por la alienación urbana y la proliferación de mensajes publicitarios.

Imagen 2.19: Tags en el metro de New York



Fuente: www.kon-spiracy.com

Así surgió en Nueva York el fenómeno del graffiti, un juego basado en la competición: cada escritor de graffiti propaga su nombre para que aparezca más veces que el del resto. Pronto fue necesario hacer destacar los nombres estilizándolos y aumentando su escala. Las sencillas y pequeñas firmas se convirtieron en complejas caligrafías y enormes rótulos multicolores.

En los ochenta, los medios de comunicación vincularon el graffiti con otras culturas neoyorquinas como el hip-hop, exportado internacionalmente a través de películas y documentales. El estilo no es solo la habilidad manual, es sobre todo el conocimiento de las tradiciones y registros formales establecidos, y la frescura en su reinterpretación, en la actualidad el tag es un complemento de grandes obras de artistas urbanos.” (<http://www.actualiarte.blogspot.com/search/label>)

Imagen 2.20: Graffiti de hoy.



Fuente: www.burbankstreetblog.wordpress.com

Autor: Roa

2.3.12 Materiales y elementos para el graffiti

Para la realización de cientos de estilos en el graffiti es fundamental contar con pinturas que faciliten estos proyectos, así como algún equipo que garantice la seguridad de quien realiza este arte urbano. Entre los elementos necesarios encontramos:

- Sprays (o aerosoles) de pintura.
- Boquillas o Caps (adaptables para sprays) de distinto tamaño de trazo.
- Pintura de imprimación, pintura blanca plástica para preparar la pared que permitirá que el aerosol se fije de mejor manera.
- Rodillo y brochas de distinto tamaño según la técnica de cada artista.
- Cinta de enmascarar (o cinta adhesiva para pintor), para realizar detalles de pintura o dividir zonas.
- Marcadores toda superficie.

Imagen 2.21: Materiales para graffiti



Fuente: www.metroflog.com

En algunos otros casos y dependiendo del tipo de técnica, pueden utilizarse instrumentos como:

- Plantillas para stencil: son calados realizados sobre cualquier superficie de papel, cartulina o cartón delgado, para transferencia de imágenes caladas sobre cualquier superficie con la ayuda de sprays o pintura.
- Stikers: gráficos o dibujos, realizados sobre papel o cualquier superficie para ser pegado más tarde en algún lugar de la urbe.
- Mosaicos de cerámica u otros materiales preparados con gráficos para ubicarse con pegatina de cualquier tipo en las paredes o superficies de la urbe.
- Serigrafía: usando la transferencia de imágenes a través de cuadros revelados con pinturas de serigrafía con secado al ambiente.

2.3.13 El graffiti y sus estilos

“Partiendo de un paralelismo con la teoría de la imagen, según la cual, todo objeto tiene unos grados de realismo en cuanto a su representación, siendo el primero el propio objeto y el último una abstracción total del mismo, el graffiti se estructura también en base a unos grados, en este caso de complejidad, los cuales se rigen por dos criterios básicos: el primero sería el “grado de abstracción” y según es la intencionalidad del escritor, la búsqueda de estilo o

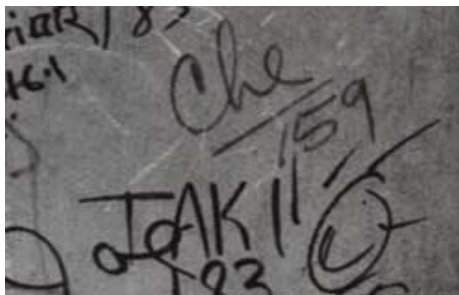
de legibilidad. El segundo factor sería el "grado de interpretación" del espectador, en este caso lo que se interpone por encima de todo, es la legibilidad o los elementos repetitivos para poder llegar de una manera más efectiva al ojo del espectador."(<http://pintagraff.blogspot.com/2009/10/morfologia.html>)

2.3.13.1 Firma o "tag"

“Este término se refiere al elemento más bajo en esta escala de complejidad del graffiti debido a la relativa sencillez y al escaso tiempo empleado en su ejecución, pero, los tags son la base del graffiti y toman popularidad a finales de la década de los 60, perdurando aún hasta nuestros días.

Podríamos señalar dos motivos fundamentales que hicieron que estos predominasen por encima de las demás formas básicas. En primer lugar, en los principios del graffiti, los escritores además de no conocer otras formas de expresarse, no buscaban la complejidad ni el estilo, todavía no había llegado la "guerra de estilos", lo que llevó a los escritores a simplemente escribir su nombre con letras legibles y el mayor número de veces posible.”
(<http://pintagraff.blogspot.com/2009/10/morfologia.html>)

Imagen 2.22: Tags New York



Fuente: www.valladolidwebmusical.org

El otro motivo es la imposibilidad de realizar algo más complejo debido a las escasas referencias de las que podían influenciarse en los primeros momentos, así como las limitaciones técnicas de aquella época, debido en parte a que los materiales empleados no estaban destinados para este uso. Esta fase de máxima proliferación se da a mediados de los 80's y de aquí hasta nuestros días en los que todavía pervive el afán por plasmar la firma en el mayor número de sitios posibles.

Imagen 2.23: Nueva York años 70.



Fuente: www.valladolidwebmusical.org

Autor: TAK 183

Formalmente todos los tags no son iguales y se puede marcar una evolución en estilo. En un principio eran sencillos y muy legibles, su composición solía ser el apodo o nombre del escritor acompañado del número de su calle u otras cosas. Representantes de este método fueron: Fran 207, Chew 127, Bárbara 62, Julio 204, y principalmente Taki183 pionero de los "MotionTags".

“Los tags comenzaron a proliferar muchísimo así como el incremento de gente que pintaba. Esto hizo a los escritores tomar un cambio de mentalidad en cuanto a la composición formal de sus firmas, se dedicaron a embellecerlas para que estas no pasaran desapercibidas entre el revoltijo de pintadas que en esas fechas llenaban los vagones del metro y las paredes de la ciudad. Se puede decir que esta etapa es el antecedente de lo que más tarde se conocería con el nombre de "Guerra de Estilos". Se añadían elementos originales a las firmas, como por ejemplo Kool Jeff que convirtió la "J" en el rabo de un demonio o Lee 163 unió las dos "E", Cay 161 y Snake 131 ponía coronas sobre sus nombres, etc. A pesar de estos toques de originalidad, las firmas siguieron siendo bastante claras y legibles.” (Castelman, 1999)

Todo esto cambió con la llegada de un escritor de Philadelphia llamado Top Cat, quien introdujo un estilo de tag alargado y con la base más ancha conocido como Broadway Elegant. A partir de este acontecimiento se produce una revolución estética en las firmas, surgiendo así tres nuevos estilos: Broadway elegant, Brooklyn y Bronx.

Imagen 2.24: Broadway elegant



Fuente: www.subwayoutlaws.com

Autor: Raid

Imagen 2.25: Tag estilo Brooklyn



Fuente: www.subwayoutlaws.com

Autor: Zithewiz

Imagen 2.26: Tag estilo Bronx



Fuente: www.valladolidwebmusical.org

Autor: Zephyr

“No conformes, los escritores prefirieron desarrollar su propio estilo para destacar más. Esto, junto con las innovaciones técnicas de los materiales que usaban, les proporcionó más libertad y facilidad de movimientos, concentrándose así en otros aspectos que no fuesen sólo el estilo de su pintada, sino en el tamaño y los colores de la misma...” (Castelman, 1999)

Imagen 2.27: Bubble letters



Fuente: [www. ast.wikipedia.org](http://www.ast.wikipedia.org)

Autor: Phase2

En este momento donde ya no solo era una cuestión de letras sino de arte urbano en sí mismo, se hallaron estos buscando espacios de expresión y exposición, donde resaltan estilos de tipografía, bastante colorida, artística, complementada con dibujos y elementos, uso de símbolos y hasta bi o tridimensional.

2.3.14 Tipografía

Se desarrollaron variados tipos de letras (tipografía) dependiendo del gusto de los distintos artistas o su habilidad, los que se volvían característicos de estos o de sus “crews” mutando y evolucionando en cada entorno

2.3.14.1 Letras Pompa

Este tipo son letras gruesas, redondeadas y relativamente sencillas que constan de color de relleno y borde, con sus respectivas variantes.

Imagen 2.28: Phasemagotical



Fuente: www.taringa.net

Autor: NDC

- **Pompa nublado:** Letras pompa envueltas en una forma a modo de nubes.

Imagen 2.29: Freestyle



Fuente: www.taringa.net

Autor: NDC

- **Tablero de ajedrez:** Letras pompa sombreadas.

Imagen 2.30: Ajedrez



Fuente: www.fotolog.com

- **Pompa gigante:** Letras pompa desproporcionadamente más grandes en su parte superior.

Imagen 2.31: Big Pompa



Fuente: www.senseslost.com

Autor: Rame

- **El chorro exquisito:** Letras pompa torcidas y rayadas.

Imagen 2.32: Pompa multicolor



Fuente: www.sinalefa1.wordpress.com

Autor: Kubik.

2.3.14.2 Throw-ups

Throw-up o vomitado como su propio nombre indica, se refiere a una versión inicial de la letra pompa. Son letras con poco diseño, pues su finalidad era cantidad y no calidad, se intentaba rellenar las letras con la menor cantidad de pintura posible, generando un relleno "rayado" en el cual se notan los trazos del aerosol. El throw-up fue el estilo más utilizado en los 80's en el metro neoyorkino, donde la tensión del momento obligaba a realizar piezas de gran rapidez. (Bou, 2009)

Imagen 2.33: Trow up



Fuente: www.valladolidwebmusical.org

Autor: Quik y Sach

2.3.14.3 Block Letters

Este tipo de letras son muy simples, con formas base de bloque o cuadradas, generalmente gruesas y con rellenos sencillos, legibles y de gran tamaño.

Imagen 2.34: Letras en canvas

Fuente: www.valladolidwebmusical.org

Autor: Seen

2.3.14.4 Wild Style

El grado de complejidad en este estilo es bastante alto dentro del graffiti y quizás el más popular y extendido, estilo genuino de la parte sur del Bronx. Surgió como resultado de una búsqueda de letras cada vez más complejas, se pueden apreciar adornos y formas puramente estilísticas que no forman en realidad parte de la letra: Conexiones, círculos, semicírculos, espirales, picos y sobre todo el elemento más característico y el icono universal del graffiti “las flechas” en todas sus variantes. (Castelman, 1999)

Imagen 2.35: Wild style

Fuente: www.positivos.com

En el wild style podemos apreciar algunas variantes que lo hacen rico en formas y estilos como:

- **Semi wild style**

Imagen 2.36: Semi-wildstyle



Fuente: www.valladolidwebmusical.org

Autor: Deroe

- **Wild Style puro**

Imagen 2.37: Wild Style puro



Fuente: www.cantwo.de

Autor: Cantwo

- **Wild style california**

"En un grado de complejidad tal, que no llega incluso a distinguirse las letras de los complementos y adornos, roza en la abstracción.

Imagen 2.38: California style



Fuente: www.posetwo.com

Autor: Pose

2.3.14.5 Model pastel

Este estilo nace en Europa, aunque posteriormente también llegó a Estados Unidos. El model pastel busca crear un efecto de tridimensionalidad en las letras, es por lo tanto un estilo muy efectista, donde el diseño de las letras pasa a un segundo plano y cobra más importancia el relleno de las mismas. Los efectos de tridimensionalidad se consiguen de muchas maneras, tanto por el

uso del color, como por la forma en las letras creando perspectiva o cambiando el ángulo de visión de las mismas. Adopta recursos como degradados o planos de color, generalmente necesita más dedicación y su carácter es menos espontáneo y más artístico que el graffiti newyorkino.

Imagen 2.39: Model Pastel



Fuente: www.daimgallery.com

Autor: Daim

Imagen 2.40: Model Pastel 2



Fuente: www.daimgallery.com

Autor: Daim

2.3.14.6 Dirty

Dirty es un estilo más reciente nacido en Francia desdibujando, creando formas "incorrectas", deformidades, colores repelentes a priori, es decir, generando un estilo sucio. (<http://pintagraff.blogspot.com/2009/10/morfologia.html>)

Imagen 2.41: Dirty Graffiti



Fuente: www.valladolidwebmusical.org

Autor: Nupie.

Imagen 2.42: Dirty Graffiti 2



Fuente: www.valladolidwebmusical.org

Autor: Nupie.

2.3.15 Composición del Graffiti

2.3.15.1. Estático

Lo podemos denominar así por su carácter más geométrico, con ángulos marcados, líneas muy rectas. Estos elementos pueden ser aplicables a las propias letras o a sus adornos y conexiones.

Imagen 2.43: Mad letters



Fuente: www.mad-gr.com

Autor: Mad

2.3.15.2. Dinámico

En el que las formas de las letras y las conexiones son más redondeadas, estilizadas y suavizadas. Tienen en conjunto más movimientos y son por decirlo de alguna forma, más desenfadadas.

Imagen 2.44: Sweet letters



Fuente: www.insanemotion.com

Autor: Sweet

2.3.15.3. Estilo Orgánico

En este estilo las letras cobran un carácter propio adoptando formas de objetos, fusionando así el dibujo de letras tradicionales en el graffiti con complementos como personajes u objetos. Así una calavera se convierte en una "O", o que las letras tienen actitudes humanas como una "E" llevando una gorra. (Bou, 2009)

Imagen 2.45: Seak graffiti



Fuente: www.seakone.com

Autor: Seak

2.3.15.4. Abstracto

Se podría considerar como el grado extremo de la escala donde el graffiti pierde su identidad de letras. En ocasiones sólo pierde la forma de las letras y, lo que en una pieza convencional sería un relleno de colores, degradados y pompas,

pasaría a ocupar la superficie entera del soporte pero sin ninguna forma de letra definida. (<http://pintagraff.blogspot.com/2009/10/morfologia.html>)

Imagen 2.46: Graffiti abstracto en un tren



Fuente: www.valladolidwebmusical.org

Autor: Futura 2000

2.3.16 Characters

Los personajes surgieron principalmente para acompañar a las letras, aunque hoy en día son muchos los escritores que basan su obra íntegramente en la creación de personajes, y raramente acompañado por letras, siempre, claro, conservando su “tag” distintivo.

Estos personajes dan más riqueza a las obras y permiten expresar mejor una idea, un mensaje o un estado de ánimo del autor y también se diese el paso para transmitir mensajes con trasfondo social. (Bou, 2009)

Imagen 2.47: Mad C Character



Fuente: www.blogbrookfield.com

Autor: Toast

2.3.17 Iconos (Logos o Sellos)

“Podrían considerarse los iconos una derivación de los personajes. Como rasgo esencial, un icono suele ser más esquemático y fácil en su ejecución. Su función es la de llamar la atención y crear una mayor pregnancia en el ojo del espectador. Sus formas de presentación son muy variadas, desde un color a varios y de objetos simples a algunos más complejos: un chupete o una pluma, etc.”(<http://pintagraff.blogspot.com/2009/10/morfologia.html>)

Imagen 2.48: La plasta



Fuente: www.valladolidwebmusical.org

Autor: Suso33

2.3.18 Rasgos Básicos de un Graffiti

“Toda obra de graffiti convencional, independientemente de sus estilo o grado de complejidad, tiene por norma general una serie de componentes comunes, estos son algunos de los componentes de toda pieza de graffiti:

- **La forma**

Propia de la pieza, podemos decir que un graffiti tiene una forma rectangular u ovalada, entre muchas otras formas geométricas que se le puede encontrar a un graffiti.

- **El relleno**

Sea visible o no, es decir son el o los colores base de ese graffiti, pueden llegar a no tener esta base y directamente tener el mismo color del fondo.

- **El Borde o trazado**

Es lo que define la forma de la letra. A veces visible en un wild style o a veces invisible en un estilo 3d.

- **Power Line**

Es una línea exterior al graffiti, que generalmente sirve para hacerlo resaltar del fondo y poder separar la pieza de otros componentes del mural.

- **El Fondo**

A veces será la propia pared fondo y otras tendrá uno o varios colores, pueden llegar a ser tan complejos como un paisaje.

- **El Brillo**

Son líneas que dentro del relleno de la letra van pegadas o semi-pegadas al trazo de la misma.

- **El Destello**

Puede formar parte o no de los brillos, intentando emular un destello de luz.

- **3D**

Puede ser a un color o a varios, con colores planos o degradados, con puntos opacos del mismo color que el trazo a modo de sombra paralela.

- **Conexiones**

Son formas que unen unas partes de la letra con otras pero no forman parte de las letras. Su finalidad es entrelazar las letras.

- **Flechas**

Puede haber de muchos tipos. A veces forman parte de la propia letra y otras solo como elementos aislados o a modo de adorno.

- **Firma del Autor**

A veces lo que pone en la pieza no es el nombre del autor, sino una frase o palabra, por lo que éste estampa su firma para dar a conocer su autoría.

- **Inscripciones o tag's**

Complementan la pieza, como grupos a los que pertenece, dedicatorias, año, etc.

- **Characters**

Normalmente siempre son el centro de atención en los graffitis, se destacan por darle más de actitud al mural. Pueden ser seres ya sean humanos, animales o

de cualquier otro tipo, que el artista llegue a imaginar.”

(<http://pintagraff.blogspot.com/2009/10/morfologia.html>)

Imagen 2.49: Composición del graffiti



Fuente: www.taringa.net

Imagen 2.50: Composición del graffiti 2



Fuente: www.taringa.net

2.3.19 Corrientes del Graffiti

2.3.19.1. Post-graffiti

El post-graffiti surgió del encuentro del arte académico con el graffiti y otras formas de cultura popular. Es post-graffiti casi toda la producción del arte urbano de los ochenta de Dan Witz a Blek le Rat. Y es el post-graffiti casi todo el arte urbano actual, de Shepard Fairey a Roadsworth, que durante años han constituido lo más destacado de la escena internacional.

Los artistas de post-graffiti tienen generalmente, en su mayoría, formación académica en arte o sus afines, su actitud a la hora de ocupar superficies públicas suele ser mucho más respetuosa que la común. Entre los diversos materiales utilizados en el post-graffiti son comunes la pegatina, el cartel y la plantilla, técnicas heredadas de las culturas del punk y el skate, que permiten actuar de forma rápida, discreta y eficaz.

El artista del post-graffiti propaga muestras gráficas de su identidad por los espacios públicos pero, a diferencia del escritor de graffiti tradicional, no compete para conseguir el respeto de sus pares, ni utiliza un código concreto. Se dirige al público general utilizando motivos gráficos que este puede entender. “Es un juego distinto, en el que viandante está invitado a participar, pero de una forma que todos podemos entender. Lo que repiten no es un

nombre ilegible sino un motivo gráfico reconocible, con el que cualquier viandante se puede identificar.” (<http://issa.nmtty.org/2009/01/08/arte-despues-del-graffiti/>)

En casi todos los casos de post-graffiti el motivo gráfico no se limita a un logotipo fijo sino que adopta la forma de “icono mutable”, una imagen lo suficientemente constante como para ser reconocida sin dificultad pero con un margen de variación que mantiene el interés del espectador y confiere al artista cierta libertad de maniobra a la hora de optimizar la integración en el entorno.

La experiencia estética del post-graffiti: el artista reproduce su imagen, y el espectador se sorprende en cada encuentro y aprecia el modo en que el artista se hace con cada localización. Encontramos en el post-graffiti incluso casos como los de los artistas Swoon o Banksy, en donde no hablamos de iconos mutables sino sencillamente de estilos gráficos característicos. Si el estilo es lo bastante personal y la autoría es reconocible, el juego sigue siendo el mismo.

(http://archivocallejero.com/contenido_detalle.php?seccion=2&id=346)

Imagen 2.51: Mosaicos de Invader



Fuente: www.space-invaders.com

Autor: Invader

El post-graffiti narrativo, por el contrario, no repite una imagen constante sino que aporta contenidos siempre nuevos, aunque unidos por un estilo característico, ambas fórmulas permiten al espectador reconocer cada obra como parte de un continuo, el engranaje central del post-graffiti.

Imagen 2.52: El testamento - BLU



Fuente: www.blublu.org

Autor: Blu

Por otro lado se llama localización (en el post-graffiti) al proceso por el cual el artista escoge una ubicación y adapta a la misma tanto su forma de actuación como el contenido de su obra.

Imagen 2.53: Composición lineal



Fuente: www.eltono.com

Autor: El Tono

Imagen 2.54: Composición lineal 2



Fuente: www.eltono.com

Autor: El Tono

2.3.19.2. Intervención Específica

La intervención específica es una corriente minoritaria en la escena del arte urbano. La mayoría de sus más notorios practicantes proceden del graffiti y han pasado por el post-graffiti. En ella, el artista abandona el uso de la identidad gráfica y pasa a producir obras independientes y anónimas.

Imagen 2.55: Parque Yarnbombing



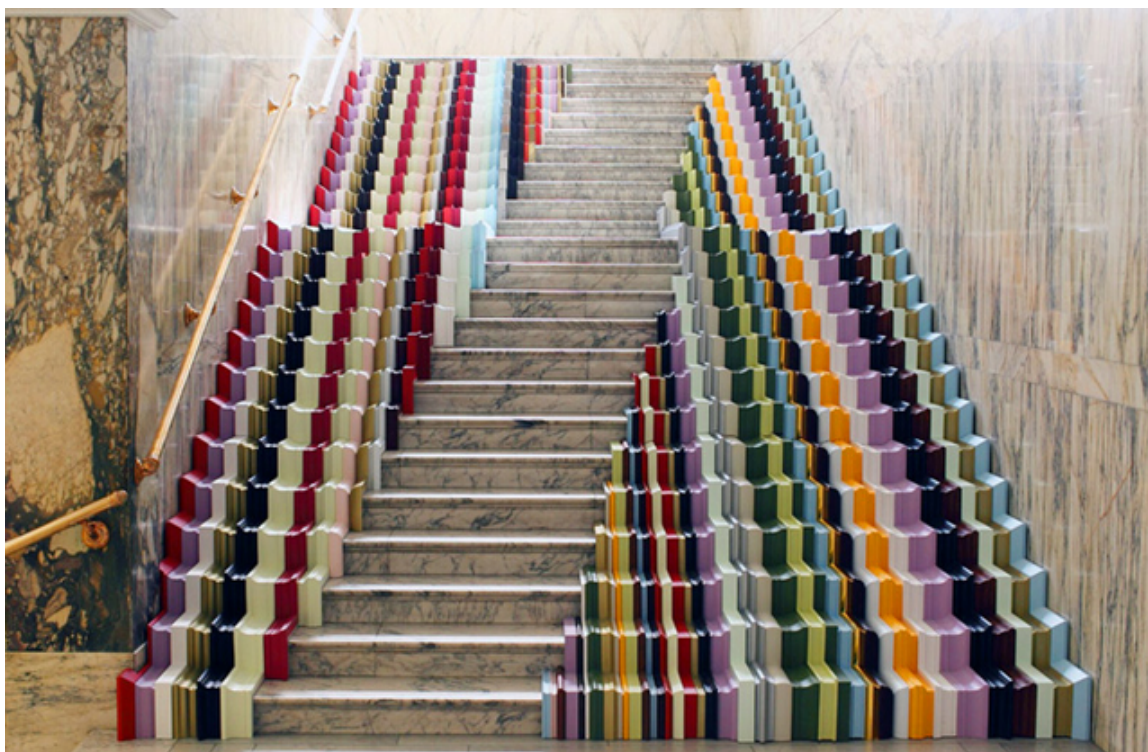
Fuente: www.modernparentsmessykids.com

Autor: Olek

El artista de la intervención específica estudia las particularidades físicas y sociales de una ubicación concreta para, en función de esa observación, generar una actuación que añade elementos al paisaje o transforma los existentes. Consiste, en suma, en un diálogo entre el artista y el entorno.

En esta corriente podemos ubicar al inusual Yarn Bombing, “para esta nueva forma de expresión urbana sólo se necesitan lanas, agujas y saber algo de crochet. El Crochet Graffiti o Yarn Bombing en inglés o Knit Graffiti es un tipo de “street art” que mediante aplicaciones de piezas tejidas multicolores, interviene en los espacios urbanos” (<http://www.que.es/ultimas-noticias/curiosas/201206091002-yarn-bombing-queda-masiva-madrid-cont.html>)

Imagen 2.56: escalones arcoíris



Fuente: www.monkeyzen.com

Autor: Stuart Haygarth

2.3.19.3. Artivismo

El Artivismo comprende múltiples formas de activismo que combinan la militancia con cierta carga creativa o intención artística. Suelen ser llevadas a cabo por personas o colectivos anónimos, interesados en la intención política de sus acciones y no en ninguna proyección artística personal. Muchos casos de artivismo suceden en el espacio público, y a menudo tratan las problemáticas de su uso y regulación.

La forma de artivismo público más conocida es la intervención contra-publicitaria, del Billboard Liberation Front, el colectivo más característico. Otros ejemplos de su extenso espectro de tácticas incluyen la jardinería de guerrilla o la instalación de bicicletas fantasma, además de las acciones de activistas y grupos como los Space Hijackers, ReBar o el Reverendo Billy.

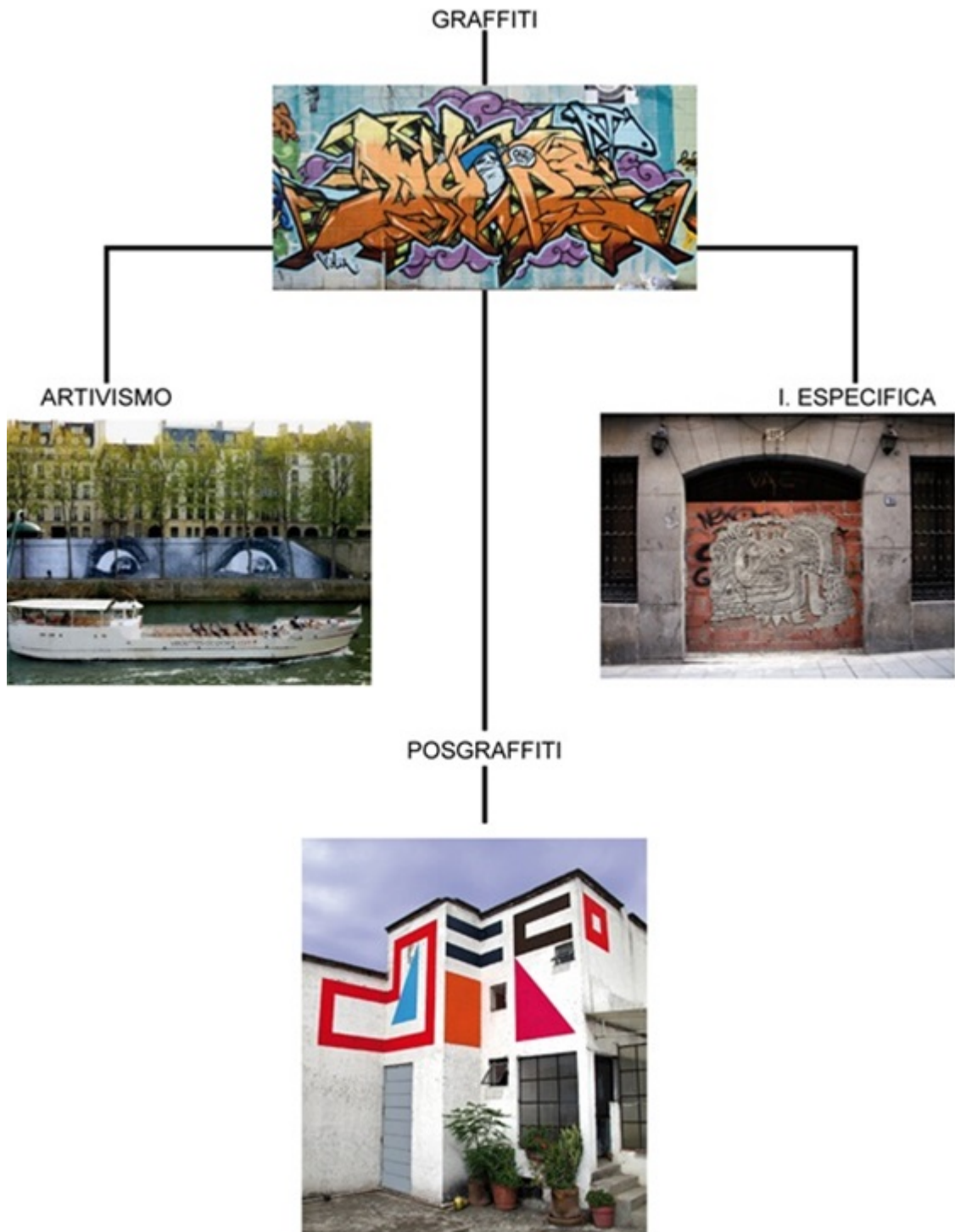
Imagen 2.57: Graffiti de artivismo “Sin voz ni razón”



Fuente: www.blublu.org

Autor: Blu

Gráfico 2.5: Las corrientes del Graffiti



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

2.3.20 Artistas del graffiti de la zona centro del país

Imagen 2.58: Malecón Boayacu - Pastaza



Fuente: Investigación

Autor: Steep

Imagen 2.59: Muro en Barrio Central de Puyo



Fuente: Investigación

Autor: Steep

Imagen 2.60: Universidad Estatal Puyo



Fuente: Investigación

Autor: Lemon

Imagen 2.61: Parque "El sueño" - Ambato



Fuente: Investigación

Autor: Colectivo Fenómenos

Imagen 2.62: Av. Central - Baños



Fuente: Investigación

Autor: Nard

Imagen 2.63: Parroquia Pinlo - Ambato



Fuente: Investigación

Autor: Egon y Mo. Vásquez

Imagen 2.64: Mural centro de rescate de vida silvestre Yanayacu - Puyo



Fuente: Investigación

Autor: Steep

Imagen 2.65: Mural de M DOEZ en Riobamba



Fuente: Investigación

Autor: D.O.E.Z.

Imagen 2.66: Mural en Riobamba



Fuente: Investigación

Autor: Zeikt

Imagen 2.67: Centro de Riobamba



Fuente: Investigación

Autor: Pow crew

Imagen 2.68: Av. La Valle- Riobamba



Fuente: Investigación

Autor: Nutria cósmica

Imagen 2.69: Mural Riobamba



Fuente: Investigación

Autor: Create Emedoz

CAPITULO III

3 METODOLOGÍA

3.1 Enfoque

La presente investigación muestra un enfoque cualitativo basado en principios teóricos tales como la fenomenología, la hermenéutica, la interacción social. Implica adoptar una aproximación comprensiva e interpretativa de los procesos sociales, económicos, políticos o culturales.

Así mismo de modo cuantitativo, examinando datos de forma numérica con la ayuda de herramientas del campo de la estadística y a través de esto complementar la investigación, tanto los parámetros y el contexto necesario para el correcto desarrollo de la temática del presente problema.

3.2 Modalidad de la investigación

3.2.1 Investigación de campo

Se ha tomado como modalidad de investigación en este proyecto a la investigación de campo, puesto que es un tema del que no se ha encontrado bibliografía precisa sobre el graffiti, es decir, la bibliografía existente hace referencia a elementos del fondo más no de la forma sobre este tema. Por otro lado la linkografía encontrada son las únicas fuentes escritas que se han podido indagar en cuanto a información del contenido, lo que ha motivado a que se realice una exhaustiva investigación de campo a miembros que integran los “Crew” del mundo del graffiti, analistas sociales, antropológicos y literarios, así como visita a los principales territorios de expresión de graffiti en la compañía de sus autores.

3.2.2 Proyecto factible

La investigación proveerá los elementos necesarios para poder establecer la solución que logre cubrir las exigencias del problema planteado de modo directo. La propuesta cuenta con la factibilidad demandada, misma que cuenta con una investigación completa que recopila los elementos para el desarrollo de

esta, del mismo modo el aporte continuo del docente director asignado a este proyecto.

3.3 Nivel de la investigación

El nivel de investigación en que se desarrollará ésta investigación es, por un lado, el nivel explicativo pues intenta dar cuenta de un aspecto de la realidad explicando su significatividad dentro de una teoría de referencia, lo que permitirá recopilar información importante para esta investigación. Así mismo se utilizará el nivel de investigación descriptivo, buscando sistematizar los hallazgos logrados en el transcurso de esta investigación, al mismo tiempo que responderemos a las necesidades de información a través del ¿Cómo? ¿Cuándo? y ¿Dónde? Por su parte el nivel relacional permitirá establecer la relación entre conceptos o las variables, para lo que será necesario la utilización del nivel explicativo debido a que su interés se centra en explicar el ¿por qué ocurre un fenómeno? y ¿en qué condiciones se da este?, o ¿por qué dos o más variables están relacionadas?, provocando un entendimiento de la propuesta para la solución del problema.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

La presente investigación trata sobre el graffiti como inspiración para vestuario masculino urbano de adolescentes de 15 a 18 años de edad; según datos provistos por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en la ciudad de Ambato son 13211 adolescentes. La Dirección Provincial de Educación a su vez, provee el dato de que 772 estudiantes varones adolescentes se hallan cursando el bachillerato en alguno de los 11 colegios particulares de la zona urbana de la ciudad de Ambato, en el rango de edad de entre 15 a 18 años de edad.

3.4.2 Muestra

A través de la muestra será determinado el número de individuos a quienes serán realizadas las encuestas del total del universo conformado por los sujetos que componen nuestro público objetivo a quién será dirigida la realización del presente proyecto.

Para la realización de vestuario masculino inspirado en el graffiti en la zona central del Ecuador, se estableció una muestra de adolescentes varones de 15 a 18 años de edad, estudiantes de bachillerato de colegios particulares de la ciudad de Ambato, con el número de 772 integrantes de este universo; la realización de esta investigación en los colegios particulares de la ciudad de Ambato se debe a que en estos la concentración de jóvenes de clase media a alta es mayor, mismo que es el target al que este sistema de vestuario irá dirigido, son estos individuos los potenciales consumidores de este producto.

$$n = \frac{4PQN}{E^2 (N - 1) + 4PQ}$$

n= Tamaño de la muestra

N= Población o universo

P= Probabilidad que el evento ocurra

Q= Probabilidad que el evento no ocurra

E= Error admisible

N-1= Factor de corrección por finitud

$$n = \frac{4PQN}{E^2 (N - 1) + 4PQ}$$

$$n = \frac{4 (0.5) (0.5) (772)}{0.03^2 (772 - 1) + 4 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{772}{(0.0009) (771) + 4}$$

$$n = \frac{772}{4.6939}$$

$$n = 164,46$$

3.5 Recolección de la Información

3.5.1 Plan para la recolección de Información

La recopilación de información provendrá de fuentes bibliográficas, linkográficas (internet), entrevistas a gestores culturales, “crews” (grupos, sociedades) y artistas del movimiento del graffiti, revistas de tipo urbano alternativo, así como toda la información recopilada sobre el tema por el autor a través de fotografía y aprendizaje de técnicas. También se lo hará a través de encuestas, a un grupo de estudiantes (determinado en número a través de la formula de la muestra), de la ciudad de Ambato buscando obtener datos de sus gustos y necesidades de diseño en cuanto al objeto de investigación.

3.5.2 Procesamiento y análisis de la investigación.

- Revisión
- Limpieza de Información
- Tabulación

3.5.3 Tabulación

- Pregunta #1** “¿Conoce sobre el movimiento artístico del graffiti en el Ecuador?”

Cuadro 3.1: Pregunta 1

SI	62%
NO	38%

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar, 2013

Gráfico 3.1: Pregunta 1



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Análisis y conclusión.

Se puede apreciar que la mayor parte de nuestros encuestados conoce del movimiento artístico del graffiti en el Ecuador, así conocemos que este movimiento artístico goza de gran difusión y popularidad en el medio.

2. **Pregunta #2** ¿Considera usted al movimiento artístico del graffiti atractivo para los jóvenes de su edad?

Cuadro 3.2: Pregunta 2

SI	95%
NO	5%

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar, 2013

Gráfico 3.2: Pregunta 2



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Análisis y conclusión.

Como resultado podemos decir que el graffiti como movimiento artístico es un tema altamente atractivo para jóvenes entre 15 y 18 años, de este modo sabemos que es un movimiento que posee una gran aceptación dentro de nuestro público objetivo.

3. **Pregunta #3** ¿Le gustaría que sus prendas de vestir incluyan detalles de Graffiti o estén inspiradas en ellos?

Cuadro 3.3: Pregunta 3

SI	85%
NO	15%

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar, 2013

Gráfico 3.3: Pregunta 3



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Análisis y conclusión.

La aceptación de nuestros encuestados sobre la inclusión de detalles de graffiti en las prendas, denota que al aplicar este movimiento artístico en la colección podemos tener gran aceptación del público objetivo hacia los atuendos.

4. **Pregunta #4** “¿Qué detalles le gustan más del graffiti?”.

Cuadro 3.4: Pregunta 4

LETRAS	20%
GRÁFICOS	80%

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar, 2013

Gráfico 3.4: Pregunta 4



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Análisis y conclusión.

Los gráficos son la selección que han preferido los encuestados en cuanto a detalles del graffiti, lo cual nos da una clara guía de cuales serán los parámetros de gustos para la ejecución del sistema de vestuario. Por medio de esto se denota que el estilo de graffiti más predominante en nuestro medio ya no es el dibujo de letras sino el de characters.

5. **Pregunta #5** ¿Apoyaría usted a artistas locales del graffiti en la compra de prendas inspiradas en este?

Cuadro 3.5: Pregunta 5

SI	88.3%
NO	11.7%

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar, 2013

Gráfico 3.5: Pregunta 5



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Análisis y conclusión.

Probamos que nuestro público objetivo está dispuesto a adquirir prendas de vestir de artistas locales inspiradas en el graffiti, al mismo tiempo que muestran su interés en este tipo de propuesta en su mayoría.

6. **Pregunta #6** ¿Con que frecuencia adquiere usted prendas de vestir?

Cuadro 3.6: Pregunta 6

CADA MES	40%
3 MESES	41,7%
6 MESES	14.2%
1 AÑO	4.1%

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar, 2013

Gráfico 3.6: Pregunta 6



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Análisis y conclusión.

En su gran mayoría el público objetivo adquiere sus prendas de vestir cada tres meses, seguido muy de cerca por quienes adquieren prendas cada mes, lo que nos deja saber que el público objetivo no tiene tiempos prolongados entre adquisiciones, lo que hará del producto de fácil salida en el mercado.

7. **Pregunta #7** ¿Al momento de vestir que tipo de moda prefiere?

Cuadro 3.7: Pregunta 7

URBANA	58%
CASUAL	25.8%
FORMAL	5.9%
DEPORTIVA	12.5%

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar, 2013

Gráfico 3.7: Pregunta 7



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Análisis y conclusión.

Se concluye que un mayor porcentaje de nuestros encuestados utilizan ropa urbana y en uno menor ropa casual, formal y deportiva, lo que sirve de indicador para el desarrollo del sistema vestuario y saber con seguridad cuales son las categorizaciones de vestuario más utilizados por los adolescentes.

8. Pregunta #8 “¿Influencia el costo de la prenda en su decisión de compra?”

Cuadro 3.8: Pregunta 8

SI	65.8%
NO	34.2%

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar, 2013

Gráfico 3.8: Pregunta 8



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Análisis y conclusión.

En el análisis de la información obtenida se puede saber con seguridad que el factor económico es un determinante a la hora de elegir un producto para la compra, por lo que será imperante realizar la colección con materiales de costos accesibles pero sin aminorar la calidad de ninguno de los elementos para la confección.

3.5.4 Análisis y conclusión general

El graffiti como movimiento artístico actualmente es una de las expresiones sociales más populares en el medio, que por lo mismo goza de gran conocimiento por parte de los encuestados, ha llegado a provocar un importante atractivo entre los adolescentes de la ciudad, lo que resulta en que nuestro público objetivo guste de prendas que estén inspiradas en este movimiento artístico a la vez que disfrutarán de detalles propios del graffiti como son los “characters” o gráficos principalmente.

Se puede resaltar que el público se halla dispuesto a la adquisición de prendas urbanas e inspiradas en el graffiti, lo que se respalda con la adquisición permanente de prendas de vestir por parte de los adolescentes de esta era, al mismo tiempo que gustan en su mayoría de este tema, así como el uso mayoritario de vestimenta urbana que combina perfectamente con la temática del graffiti. El costo de las prendas de vestir se halla como un factor determinante que ayudará a establecer materiales y recursos para hacer de este sistema de vestuario accesible al público objetivo.

CAPITULO IV

4 PROPUESTA DE DISEÑO

4.1 Tema.

El Graffiti de la zona central del país como inspiración para vestuario masculino urbano de adolescentes.

4.2 Conceptualización

En el presente proyecto se ha buscado integrar el graffiti no únicamente como fuente inspiradora de este vestuario sino también como parte integradora de las prendas, tanto en su morfología y diseño, así como su semiología.

4.3 Objetivos

4.3.1 Objetivo general

Diseñar un sistema de vestuario masculino para adolescentes en la línea sportswear inspirados en las corrientes urbanas del Graffiti de la zona central del Ecuador.

4.3.2 Objetivos específicos

- Analizar 2 corrientes urbanas existentes en la ciudad de Ambato.
- Seleccionar una corriente urbana del graffiti para aplicarla en el sistema de vestuario a realizarse
- Implementar elementos de la corriente urbana seleccionada en el diseño de vestuario.
- Realizar prendas basadas en la corriente urbana del graffiti seleccionada de la ciudad de Ambato.

4.4 Antecedentes de la investigación

4.4.1 Target

El mercado objetivo de la propuesta son adolescentes entre 15 y 18 años de edad, estudiantes de bachillerato de colegios particulares de la ciudad de Ambato, pertenecientes a un estrato social medio – alto, a los que va dirigido el vestuario masculino urbano inspirado en el graffiti de la zona central del país.

4.4.1.1 Segmentación demográfica

Cuadro 4.1: Segmentación demográfica

VARIABLES	NIVELES
EDAD	15 a 18 años
SEXO	Masculino
OCUPACIÓN	Estudiantes de bachillerato
RELIGIÓN	Indefinida
ESTADO CIVIL	Indefinido
NACIONALIDAD	Ecuatoriana

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

4.4.1.2 Segmentación pictográfica

Cuadro 4.2: Segmentación pictográfica

VARIABLES	NIVELES
CLASE SOCIAL	Media, media alta
ESTILO DE VIDA	Estudios, familia, vestimenta, alimentación, sociedad.
PERSONALIDAD	Amor, soltería, cohabitación, amistad, educación.

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

4.5 Fuente de inspiración

A partir de un profundo análisis de las diversas manifestaciones artísticas del graffiti de nuestro país, se han tomado la corriente urbana post-graffiti y varios rasgos que hacen de esta disciplina artística única e innovadora como en el caso del uso de characters o personajes, que se han ido aplicando por medio del uso de diversas técnicas propias de esta disciplina, tales como: el paste o stikers, la pintura a mano y la serigrafía.

Como fuente principal de inspiración para el desarrollo gráfico se ha tomado a tres artistas como punto de partida. Por un lado tenemos al artista EMEDOZ de Cotopaxi, el mismo que maneja un graffiti de trazo difuso, que por medio de transparencias, súper-pociones de color y uso permanente de neones, logra contrastes de gran impacto visual. Este joven exponente riobambeño se proyecta como uno de los baluartes artísticos de su ciudad debido a su constante experimentación con personajes de su inventiva personal.

Imagen 4.1: mural EME DOZ 1



Fuente: Investigación

Autor: Eme Doz

Imagen 4.2: mural EME DOZ 2



Fuente: Investigación

Autor: Eme Doz

En la escena nacional tenemos también al artista de origen Ambateño “Nard” el cual refleja la estrecha relación de la urbe con el transeúnte, al tiempo que busca transmitir esta relación por medio del uso de personajes que conllevan colores básicos resaltados por la fuerza de la línea negra.

Imagen 4.3: Mural de Nard en Baños - Tungurahua



Fuente: Investigación

Autor: Nard

Imagen 4.4: Graffiti de Autoretrato de Nard



Fuente: Investigación

Autor: Nard

Como otro gran referente será tomada la obra de “Steep”, graffitero e ilustrador de Puyo-Pastaza otro espacio de la zona centro del país que cuenta con un importante exponente, Steep grafica sus personajes con rostros coloridos, mezclados con animales e insectos, los mismos que se ven resaltados por el uso de colores iridiscentes y de gran potencia.

Imagen 4.5: Hombres ancestrales de Steep 1



Fuente: Investigación

Autor: Steep

Imagen 4.6: Hombres ancestrales de Steep 2



Fuente: Investigación

Autor: Steep

Realizado el correspondiente estudio de los diversos artistas se ha procedido al desarrollo de una propuesta propia, ya que luego de haber entrevistado a varios artistas del graffiti en diversas escenas de este, todos llegaron a la conclusión de que la única manera de expresar la esencia del graffiti sólo se consigue corriendo el riesgo de la ilegalidad que conlleva consigo el estilo de vida de un artista del graffiti.

Tras haber atravesado por un extenso proceso de aprendizaje y vivencia en el entorno de esta cultura artística, se ha logrado obtener un estilo propio y definido de graffiti, al mismo tiempo de haber realizado todo el proceso de graffiti incluidas varias intervenciones urbanas, mismos que formará también parte de la inspiración para la obtención de prendas que compongan el sistema de vestuario para adolescentes a realizarse.

Imagen 4.7: Vitral Urbano de Lemon



Fuente: Investigación

Autor: Lemon

Imagen 4.8: Graffiti de Nard y Lemon en Ambato



Fuente: Investigación

Autor: Lemon - Nard

Imagen 4.9: Ilustración de Lemon



Fuente: Investigación

Autor: Lemon

4.6 Análisis cromático, morfológico y simbólico de las fuentes de inspiración.

4.6.1. Steep

Gráfico 4.1: Análisis Steep



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Cromática

Steep usa colores diversos que van difuminándose entre unos y contrastándose entre otros, mismos que son de alta luminosidad dentro de su propia escala de valor, observamos armonías de color cálidas en su mayoría, con el uso de una mezcla adicional mayoritariamente y una mezcla óptica de color en menor proporción.

Morfología

Los gráficos se hallan conformados por siluetas totalmente definidas gracias al uso de líneas con tonos contrastantes, el manejo de los planos se da por sensaciones de color.

Simbología

Predomina el uso de figuras indígenas, animales y paisajes selváticos, busca expresar la realidad dura del indígena ecuatoriano por medio de expresiones y colores alegóricos, así como el multicolor de las especies que halla en su entorno natal de la provincia de Pastaza.

4.6.2. Nard

Gráfico 4.2: Análisis Nard



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Cromática

En la cromática usada por Nard tenemos colores de intensidades variadas que juegan en armonías complementarias y análogas, su mezcla del color es adicional, observando una preferencia hacia tonos medios y cálidos principalmente, con una presencia constante del amarillo en todas sus composiciones.

Morfológica

El universo creado por Nard se ve compuesto por animales como: gatos, cerdos, ratas, etc, humanos que poseen cabezas de gran tamaño en relación a su anatomía corporal, y ojos también de gran dimensión con delineados en su contorno, conforma así una alegoría carnavalesca en donde las proporciones se manejan a gusto del autor y los planos se manejan por degradaciones de color y contrastes entre colores.

Simbología

La vida en la calle es la historia que representan las obras de este artista, de ahí que tenemos animales habitantes de la urbe, y seres humanos que conviven en las subculturas de la ciudad, todos los elementos expresan el optimismo de ver la vida como una búsqueda constante de la felicidad y el disfrute de la misma.

4.6.3. EME DOZ

Gráfico 4.3: Análisis EME DOZ



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Cromática

En la obra de EME DOZ se observa el uso del color de gran riqueza lo que se da por el manejo armonías complementarias y análogas, su mezcla de colores es óptica, y se denota su preferencia por el uso de gamas frías a medias acompañadas en menor proporción de colores cálidos y neones.

Morfológica

Su obra se compone por seres mutantes que se tergiversan y adquieren formas inusuales, su deformación de la figura se realiza por estilización de líneas y manchas de color, en su conjunto sus composiciones poseen humanoides y

animales que adoptan diversas formas y escenarios, dándonos la sensación de movimiento continuo.

Simbología

El manejo morfológico del artista nos deja entrever su inquietud creativa, por buscar y establecer un estilo propio, claro reflejo de la juventud y entusiasmo de este artista, va conformando un lenguaje único que manifiesta los cuestionamientos en que crece nuestra sociedad.

4.7 Tendencia de diseño

4.7.1 Tendencia Urbana.

“La moda de calle o moda urbana es una tendencia conocida también como “street style” el estilo de la calle. Muchas revistas y páginas web de moda salen a la calle a fotografiar a la gente y preguntarles por las marcas de la ropa que llevan puestos. Cada ciudad tiene su propio estilo, el que se refleja en cómo visten sus habitantes. París, Londres, Nuevas York, Roma... La moda urbana se suele componer de vaqueros, camisetas, zapatillas, chalecos, botas planas... en general un look fresco.” (<http://www.elle.es/moda/streetstyle>)

Se ha tomado la moda urbana como referente por la fusión de estilos, es decir ropa casual y deportiva que se vuelve adaptable con el entorno, es muy personal, una combinación de prendas de diferentes estilos que devienen en la moda urbana.

“Una forma de vestir descomplicada que los diseñadores han denominado “moda urbana”. El concepto de la moda urbana, se refiere a todas esas prendas de vestir que están diseñadas con el fin de soportar el trajín de la ciudad. Esas prendas que son perfectas para montar en bus, para estar sentados en el andén del estanco favorito, para ir a la universidad y en general, para estar cómodos todo el tiempo sin temor a que se nos dañe la camisa o se nos rasgue el pantalón”. (<https://sites.google.com/site/sheylatorresarevalo/chat>)

Imagen 4.10: Street style



Fuente: www.etrallalondon.blogspot.com

Al ser la moda urbana un estilo de la calle puede fusionarse de mejor manera con el estilo de vida de quienes gustan del graffiti, la versatilidad de sus prendas, el colorido, la movilidad que ofrece a quienes lo usan hace de la moda urbana el perfecto estilo fusión para el uso del graffitero. Otra característica importante de la tendencia urbana es que combina a perfección con el universo del vestuario sportswear se convierten en prendas versátiles y usables en cualquier entorno de la urbe, a la vez que se presta en el escenario perfecto como para tomar al graffiti como invitado en sus prendas.

4.8 Marca

Gráfico 4.4: Logotipo - Tag



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

El símbolo de la marca nace de la experimentación continua en la calle a través de los “tags” y la necesidad de un alias , que logre representar e identificar al autor, el alias LEMON significa limón en español, esta escrito en inglés debido a la universalidad de este idioma, lo que permite llegar a más gente en la red, pudiendo ser entendido en cualquier contexto, en el entorno del graffiti es una tradición que el nombre de quién realiza una intervención aparezca en modo simbólico o de “tag” para que así la obra de cada quién pueda ser identificada por quienes transitan la urbe.

Este símbolo es la estilización de un limón cortado por la mitad del cual se representa la mitad inferior de la que salpican tres gotas, cromáticamente es indefinido, pues, al creado para estar en la calle no tiene un color único y se adapta a diversos soportes de expresión, es así que se hablaría de un símbolo camaleónico inquieto por fusionarse y convivir con la urbe.

El limón ha tenido diferentes connotaciones a lo largo de la historia tales como pureza, fidelidad, se creía también q podía contrarrestar maleficios y venenos, así mismo en el judaísmo representaba el corazón humano, en este caso el limón representa acidez, libertad, irreverencia, alegría y frescura, y busca llegar al habitante de la urbe por medio de las paredes de su ciudad a manera de galería urbana, rompiendo convencionalismos.

4.9 Mod book (Libro de inspiración)

Imagen 4.11: Inspiración 1



Fuente: Investigación

Autor: Lemon

Imagen 4.12: Inspiración 2



Fuente: Investigación

Autor: Lemon

Imagen 4.13: Inspiración 3



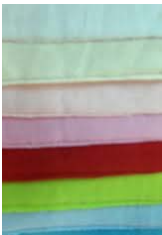



Fuente: Investigación

Autor: Lemon

4.10 Ficha de materiales

Cuadro 4.3: Ficha de materiales

TEXTIL	NOMBRE COMERCIAL	COMPOSICIÓN	VENTAJAS	DESVENTAJAS	MUESTRA
Gabardina	Gabardina	100% Algodón	Terminación nítida, tejido denso, durable, resistente al desgaste.	Difícil de plachar, y brilla con el uso.	
Poliester	Ripstop	Polyester 100%	Tela ultraresistente al roce y rajaduras.	Necesita de tinturación.	
Gabardina	Gabardina Acanalada	65% Algodón 35% rayón	Tejido denso, durable, resistente al desgaste.	Difícil de plachar, y brilla con el uso.	

Jersey	Jersey Camiseta	85% Algodón 15% poliéster	Liviana, flexible y durable, resistente a la transpiración y detergentes.	Tiende a presentar peeling con el uso.	
Waffle	Galleta	100% algodón	Suave y resistente, antialérgico, conserva el calor.	Tiende a presentar peeling con el uso.	
Rib	Rib Puños y Cuellos	35% algodón, 65% poliéster	Suave y resistente.	Puede generar peeling	
Velour	Imitación Piel	76% Poliacril, 24% Poliéster	Apariencia brillante, imitación muy parecida al pelo animal.	No planchar ni usar secadora.	

<p>NYLON PASTIFICADO</p>	<p>TASLAN PU</p>	<p>100% nylon recubierto con una poliuretano visible</p>	<p>Fácil lavado y limpieza, aspecto brillante.</p>	<p>No se puede planchar ni someter al calor.</p>	
<p>DENIM</p>	<p>JEAN</p>	<p>100% Algodón</p>	<p>Fácil tintura y procesos de lavandería.</p>	<p>Lento para secarse y de poca elasticidad.</p>	

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

4.11 Procesos de estampación y manualidades

4.11.1 Estampado por serigrafía

Cuadro 4.4: Proceso de estampación: Serigrafía

Técnica	Materiales	Aplicación
Serigrafía	Plastisol y tintas a base de agua. Mallas para serigrafía	Chompas y camisetas

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

En esta técnica se usan gráficos que una vez transferidos a una malla de organza, por medio de un proceso de revelado, se aplican las tintas sobre las prendas con el uso de una paleta, tras lo cual el gráfico queda impregnado a la prenda. Característica de alta durabilidad y adherencia a la prenda, así como resistencia del color a la luz. Las tintas compuestas a base de agua y los nuevos plastisoles (son libres de pigmentos o aditivos de sales de cromo) no se conocen reacciones alérgicas al contacto con la piel y casi nulo impacto ambiental.

4.11.2 Técnica de stencil

Cuadro 4.5: Proceso de estampación: Stencil

Técnica	Materiales	Aplicación
Stencil	Plantilla calada Spray a base de agua	Chompas y pantalones

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Técnica propia del Street art en la que se procede a calar figuras en una superficie de papel ya sean cartulinas, cartón o papel (creando una malla) de acuerdo a la imagen deseada, para posteriormente rociar con un spray de pintura sobre la plantilla obteniendo el negativo de la imagen calada. Con característica de durabilidad y adherencia a la prenda, resistencia del color a la luz.

Un ejemplo claro del material a utilizarse en esta técnica son las pinturas de Montana Colors como el MTN94, detrás de este nombre, en homenaje al año de fundación de Montana Colors, se presenta una línea de aerosoles de pintura de altísima calidad. El 94 proporciona un abanico inmenso de combinaciones cromáticas gracias su extensa y organizada gama de colores.

“Un spray de fácil uso gracias a su baja presión y rápido secado. Estas características lo dotan a su vez de una extraordinaria versatilidad en trabajos tanto en exterior como en interior, aportando además una agradable fragancia a vainilla para minimizar las molestias que puede generar el pintar en espacios cerrados.” (<http://www.montanacolors.com/webapp/spray?id=58>)

Imagen 4.14: Spray Montana



Fuente: (www.montanacolors.com)

Autor: Montana Colors

4.11.3 Pintura Manual

En la técnica de pintura manual se utilizan los materiales disponibles para obtener los gráficos deseados, es decir pinturas textiles y otras adaptables, pudiéndose usar también plantillas para este fin.

Cuadro 4.6: Proceso de manualidad: Pintura Manual

Técnica	Materiales	Aplicación
Pintura manual	Pintura de tela a base de agua Marcadores toda superficie	Chompas, pantalones, camisetas.

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Se presentan características de alta durabilidad y adherencia a la prenda, así como resistencia del color a la luz; al ser tintas compuestas a base de agua (libres de pigmentos o aditivos de sales de cromo) no se conocen reacciones alérgicas al contacto con la piel. Tenemos para este propósito productos como: L marker, Posca paints, pinturas y marcadores textiles.

Varios de estos elementos no son de común conocimiento en el mercado nacional, tanto en usos como en variedad, debido a ello se detallan a continuación algunos de estos con sus particulares características.

- **Marcador L (marcador toda superficie)**

“Marcador de punta de fieltro de 15mm de ancho. Indicado para trabajos artísticos y marcaje en general en todo tipo de superficies. Pintura tipo tempera fácil de limpiar en húmedo y de gran resistencia una vez seca. Gama de 12 colores de gran cobertura, incluyendo oro y plateado, en acabado mate. Formato de larga duración.” (<http://www.montanacolors.com/webapp/marquer?id=73>)

Imagen 4.15: Marcador L



Fuente: www.montanacolors.com

Autor: Montana Colors

- **Posca paints (Pinturas Posca)**

Marcadores de pintura base agua pintan sobre cualquier superficie, tienen usos ilimitados, y poseen altas capacidades cubrientes.

Imagen 4.16: Rotuladores Posca



Fuente: www.posca.com

Autor: Mitsubishi colors.

4.12 Consideraciones medioambientales

Para la realización de este sistema de vestuario se ha considerado todos los aspectos medioambientales pertinentes al uso de pintura, aerosoles de pintura y marcadores usados habitualmente para graffiti, mismos que cuentan con altos estándares medioambientales de calidad, los que aseguran niveles bajos de toxicidad (aptos para uso infantil), emisión reducida de gases (en el caso de los aerosoles), y solvencia al agua de todas las tintas a utilizarse lo que asegura su biodegradación, aspectos que otorgarán la viabilidad medioambiental necesaria para la realización de este proyecto.

- **L Marker Características medioambientales:** Marcadores a base agua, resistencia UV, apto para uso infantil.
- **Pinturas y aerosoles Montana características medioambientales:**
Desde su creación en el año 1994 y por la filosofía de sus fundadores, Montana Colors ha mantenido el compromiso por garantizar en todos sus productos las más altas exigencias en favor de la preservación del medioambiente y la salud de los escritores de graffiti. Se ha demostrado y dado ejemplo de ser capaces de fabricar productos, transportarlos y

venderlos, minimizando así su impacto en el entorno, comprometido con las futuras generaciones en dejarles un mundo mejor.

“Hemos desarrollado el icono "Keep The Planet Clean", siendo pioneros a nivel mundial en la recuperación de los aerosoles vacíos, pues todos nuestros productos están producidos con componentes completamente reciclables, así como en la formación y concienciación de nuestros clientes.” (<http://www.montanacolors.com/webapp/ecologia>)

Imagen 4.17: Certificaciones Medioambientales



Fuente: (www.montanacolors.com)

Autor: Montana Colors

- **Tintas textiles consideraciones medioambientales:**

Las tintas a base de agua, como su nombre lo indica, tienen agua como base. “Estas tintas parecen pintar la tela, no se ven como plástico sobre la tela; se ven más suaves que el plastisol. Secan con el aire, y después puede aplicárseles calor para que se adhieran perfectamente a la tela”

(<http://www.serigrafia-casera.blogspot.com/>)


Gráfico 4.8: Pre-visualización pantalón LITP 01

FICHA TECNICA

Nombre Colección: Live in technicolor	
Diseñador: Lemon	
Ref: LITP 01	Talla: 30
Estilo: Urbano	Rango: Juvenil


COSTOS

Telas:	7.25 \$
Procesos:	2.00 \$
Insumos:	1.00 \$
Mano de obra:	2.00 \$
Total:	12.25 \$

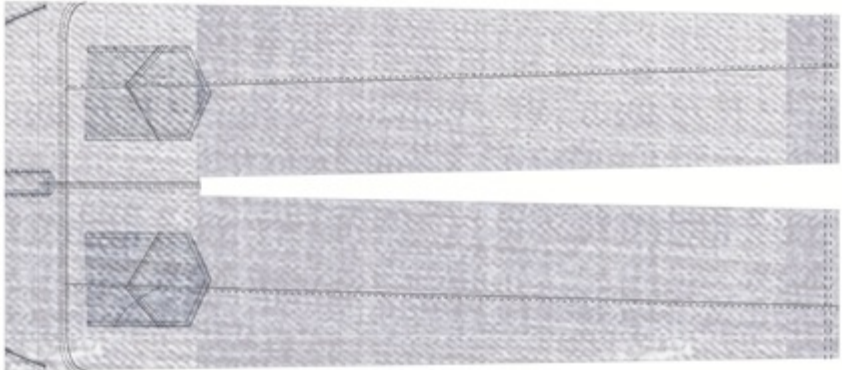


Garra

Previsualización



Delantero

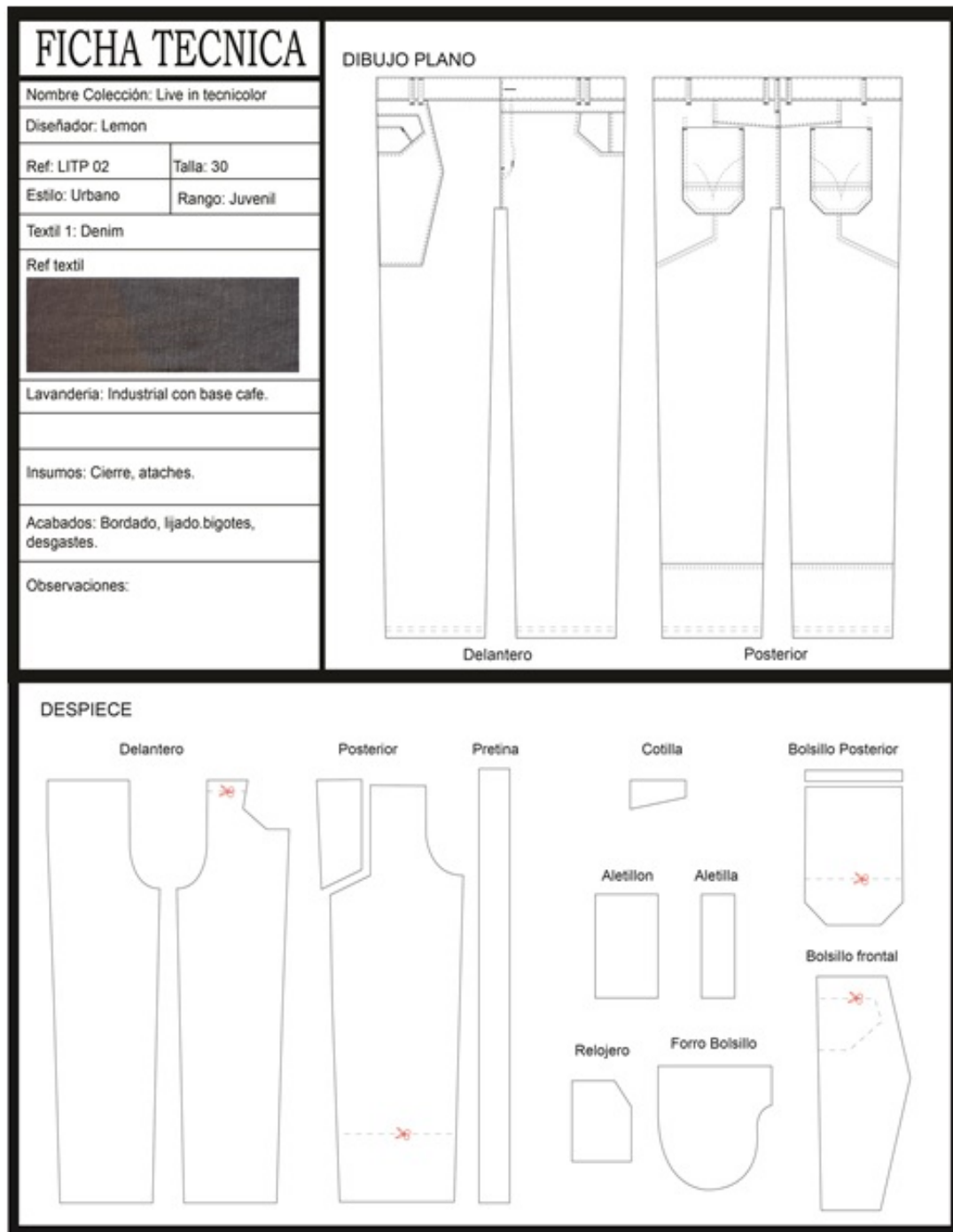


Posterior

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.9: Pantalón LITP 02



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar


Gráfico 4.10: Pre-visualización pantalón LITP 02

FICHA TECNICA

Nombre Colección: Live in technicolor	
Diseñador: Lemon	
Ref: LITP 02	Talla: 30
Estilo: Urbano	Rango: Juvenil


COSTOS

Telas:	7.25 \$
Procesos:	2.00 \$
Insumos:	1.00 \$
Mano de obra:	2.00 \$
Total:	12.25 \$



Garra

Previsualización



Delantero

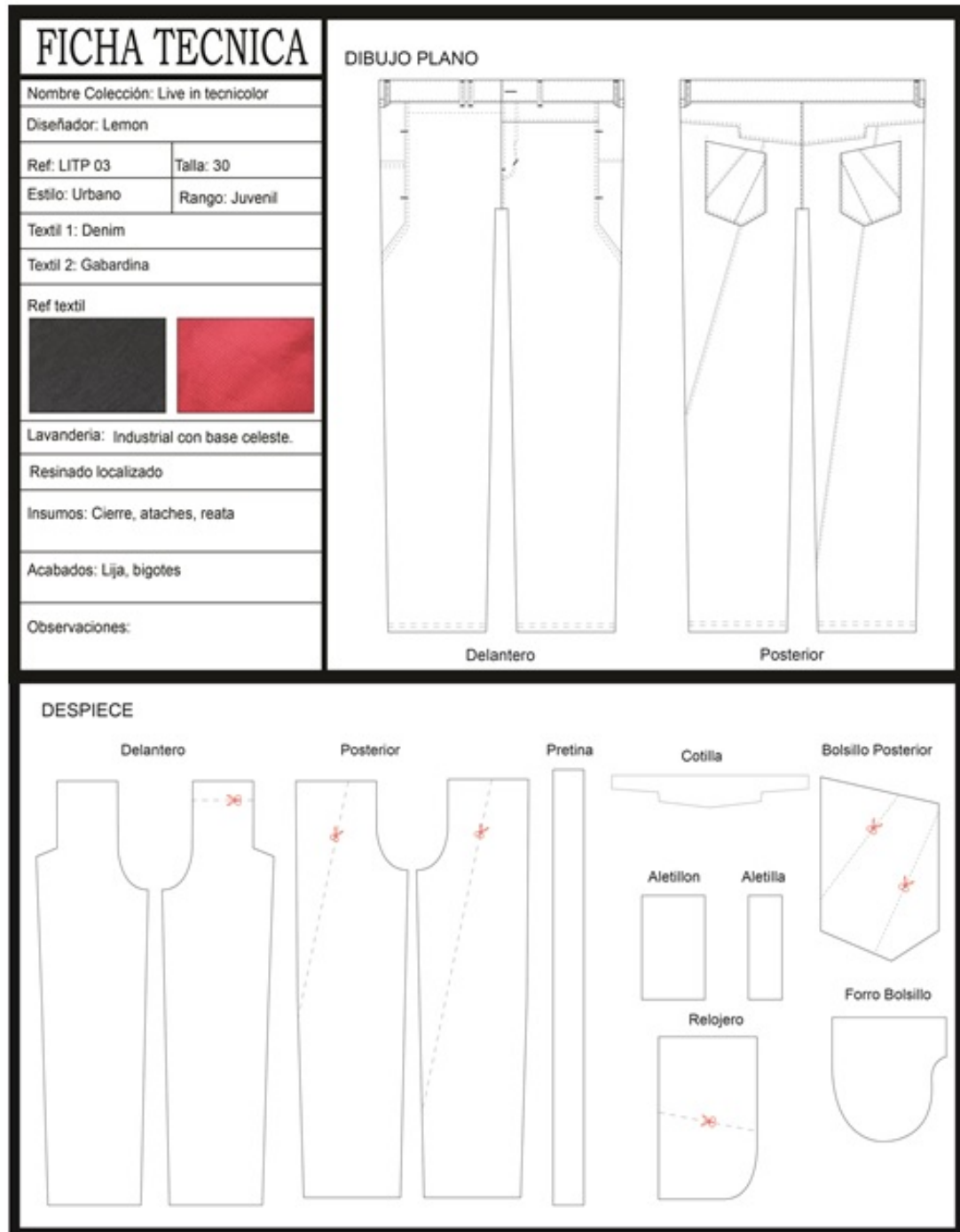


Posterior

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.11: Pantalón LITP 03



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar


Gráfico 4.12: Pre-visualización pantalón LITP 03

FICHA TECNICA

Nombre Colección: Live in technicolor	
Diseñador: Lemon	
Ref: LITP 03	Talla: 30
Estilo: Urbano	Rango: Juvenil

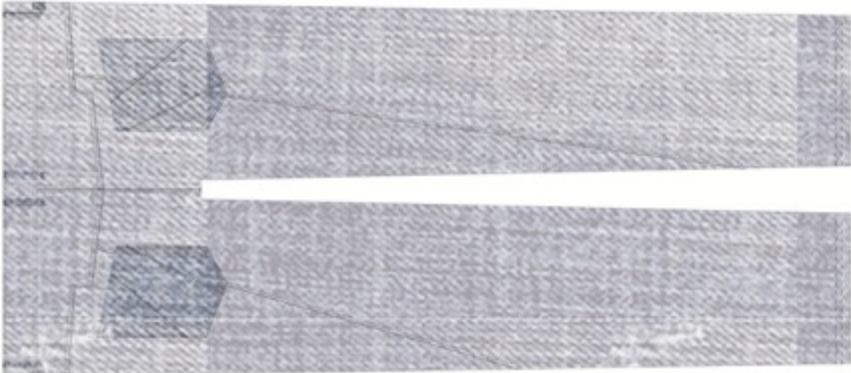
COSTOS

Telas:	7.25 \$
Procesos:	2.00 \$
Insumos:	1.00 \$
Mano de obra:	2.00 \$
Total:	12.25 \$




Garra

Previsualización



Posterior

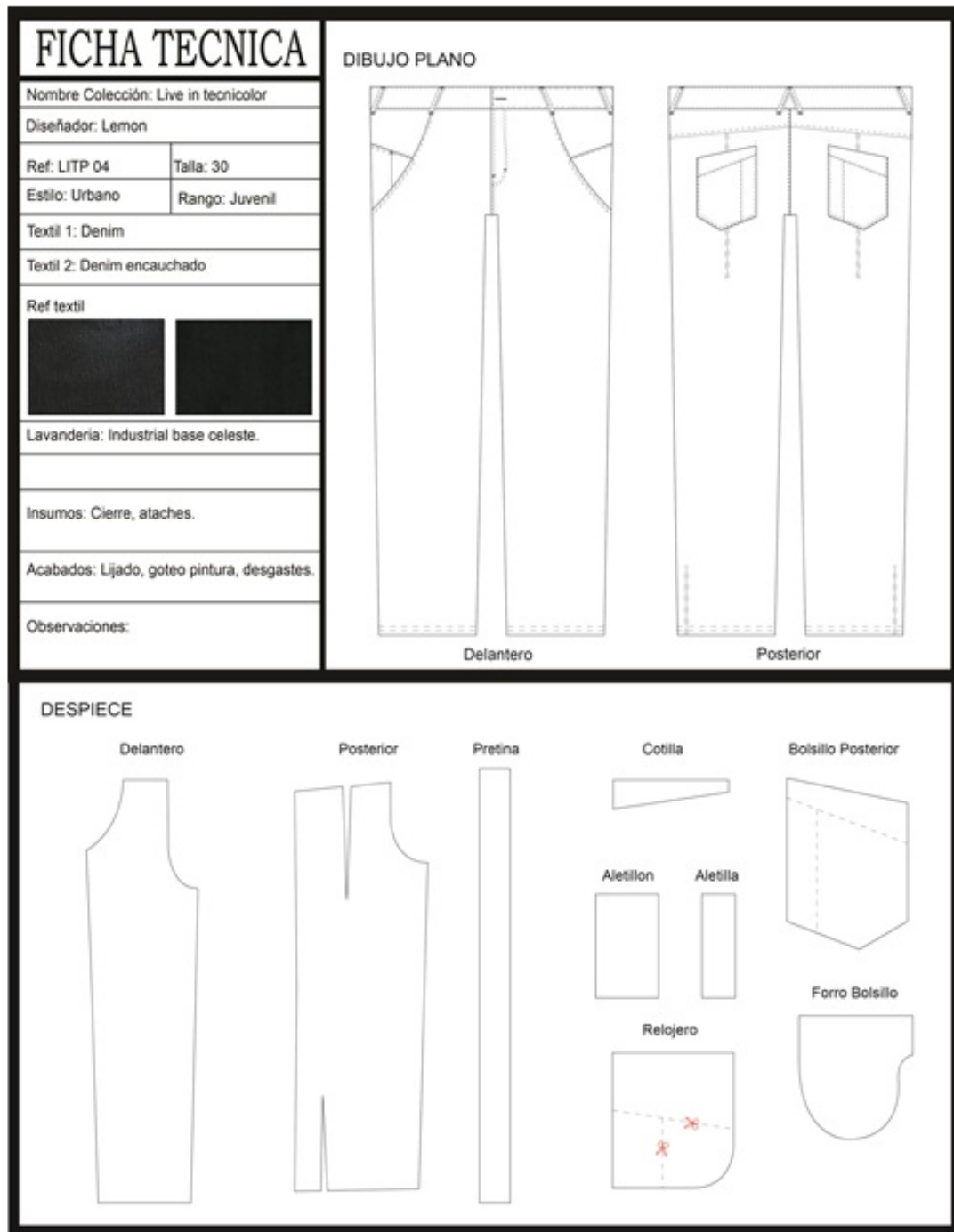


Delantero

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.13 Pantalón LITP 04



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar


Gráfico 4.14: Pre-visualización pantalón LITP 04

FICHA TECNICA

Nombre Colección: Live in technicolor	
Diseñador: Lemon	
Ref: LITP 04	Talla: 30
Estilo: Urbano	Rango: Juvenil


COSTOS

Telas:	7.25 \$
Procesos:	2.00 \$
Insumos:	1.00 \$
Mano de obra:	2.00 \$
Total:	12.25 \$

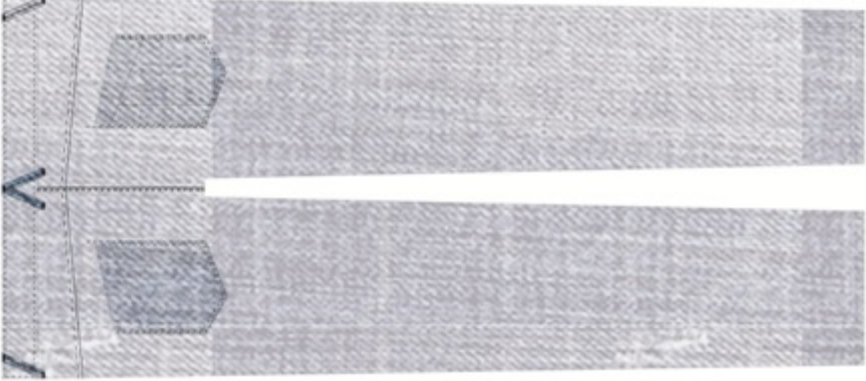


Garra

Previsualización



Delantero

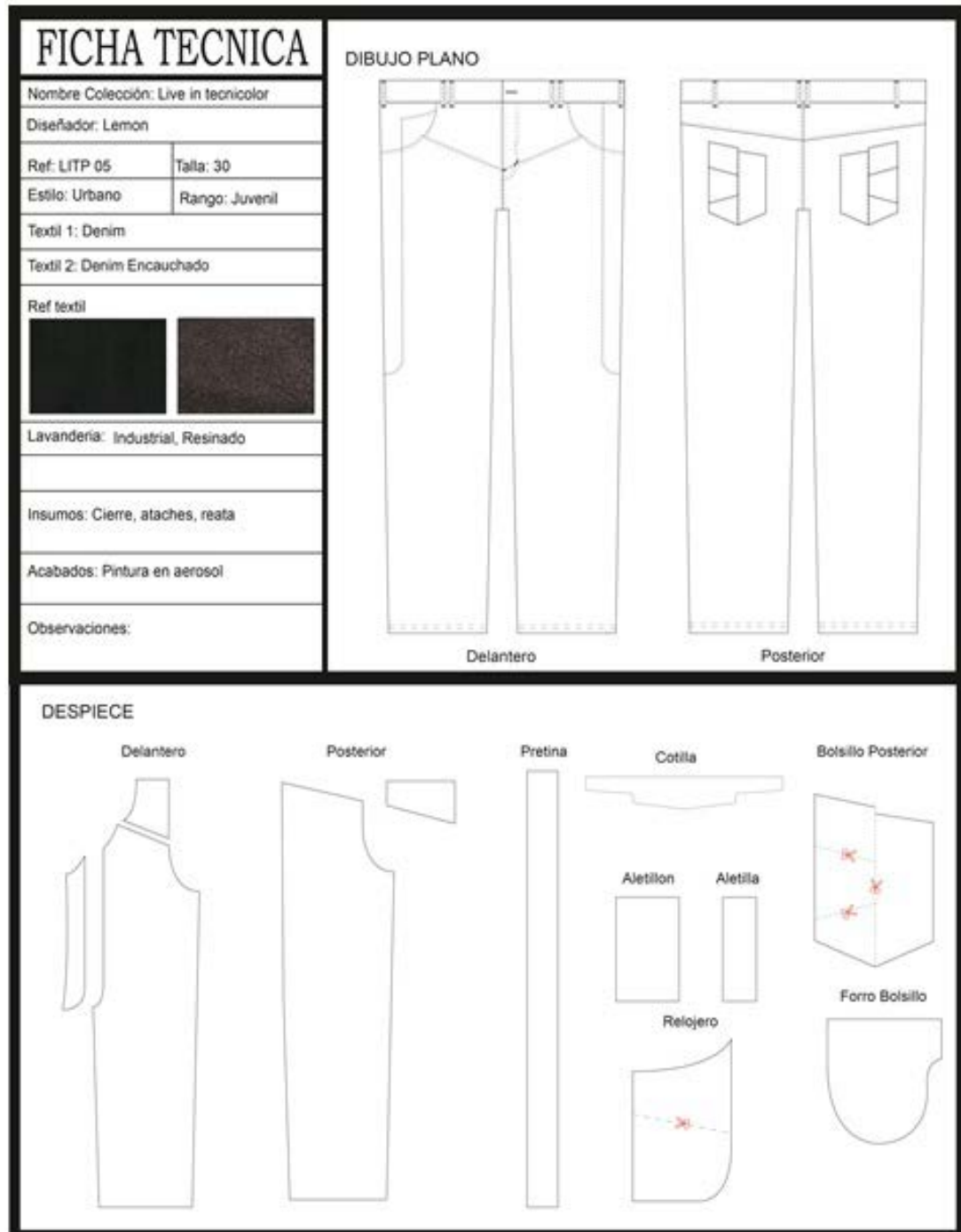


Posterior

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.15: Pantalón LTP 05




Fuente: Investigación

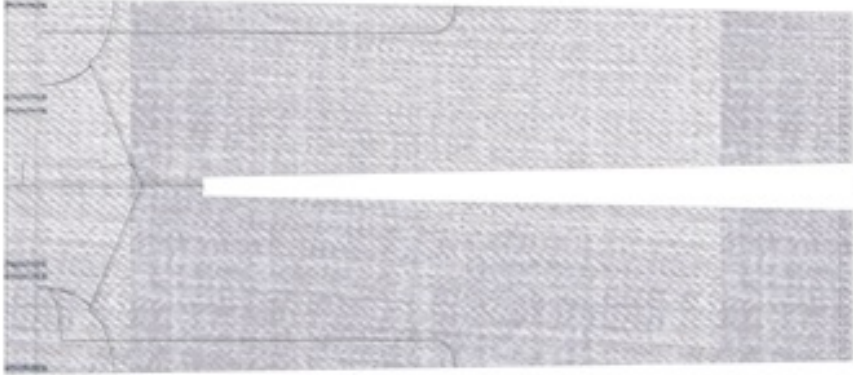
Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.16: Pre-visualización pantalón LITP 05

Previsualización



Posterior




Delantero

FICHA TECNICA

Nombre Colección: Live in technicolor	
Disefiador: Lemon	Talla: 30
Ref: LITP 05	Rango: Juvenil
Estilo: Urbano	

COSTOS

Telas:	7.25 \$
Procesos:	2.00 \$
Insumos:	1.00 \$
Mano de obra:	2.00 \$
Total:	12.25 \$

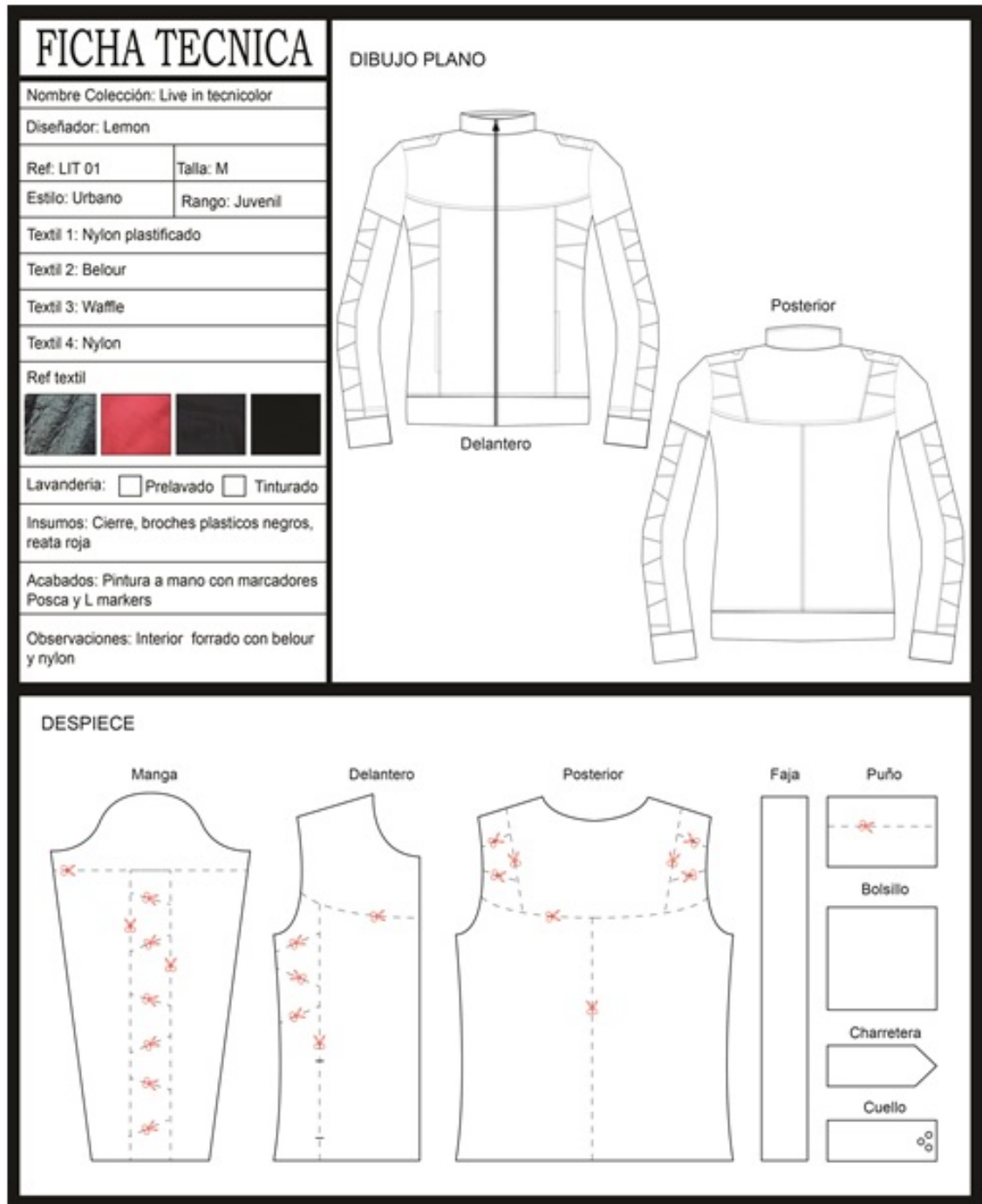


Garra

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar




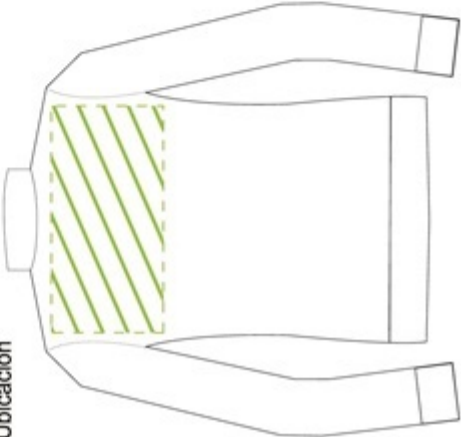
Gráfico 4.17: Chompa LIT 01




Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.18: Estampado Chompa LIT 01G

FICHA ESTAMPADO	
Nombre Colección: Live in technicolor	
Diseñador: Lemon	
Ref: LIT 01G	Estilo: Urbano
Técnica: Stencil, Pintura manual	
Insumo: Tintas y marcadores textiles	
Colores	
	
	
Ubicación	
	



Estampado Posterior

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.19: Pre-visualización chompa LIT 01

FICHA TECNICA

Nombre Colección: Live in technicolor	
Diseñador: Lemon	
Ref: LIT 01	Talla: M
Estilo: Urbano	Rango: Juvenil

COSTOS

Telas:	14.50 \$
Procesos:	1.00 \$
Insumos:	2.00 \$
Mano de obra:	2.25 \$
Total:	19.75\$

Previsualización

Delantero

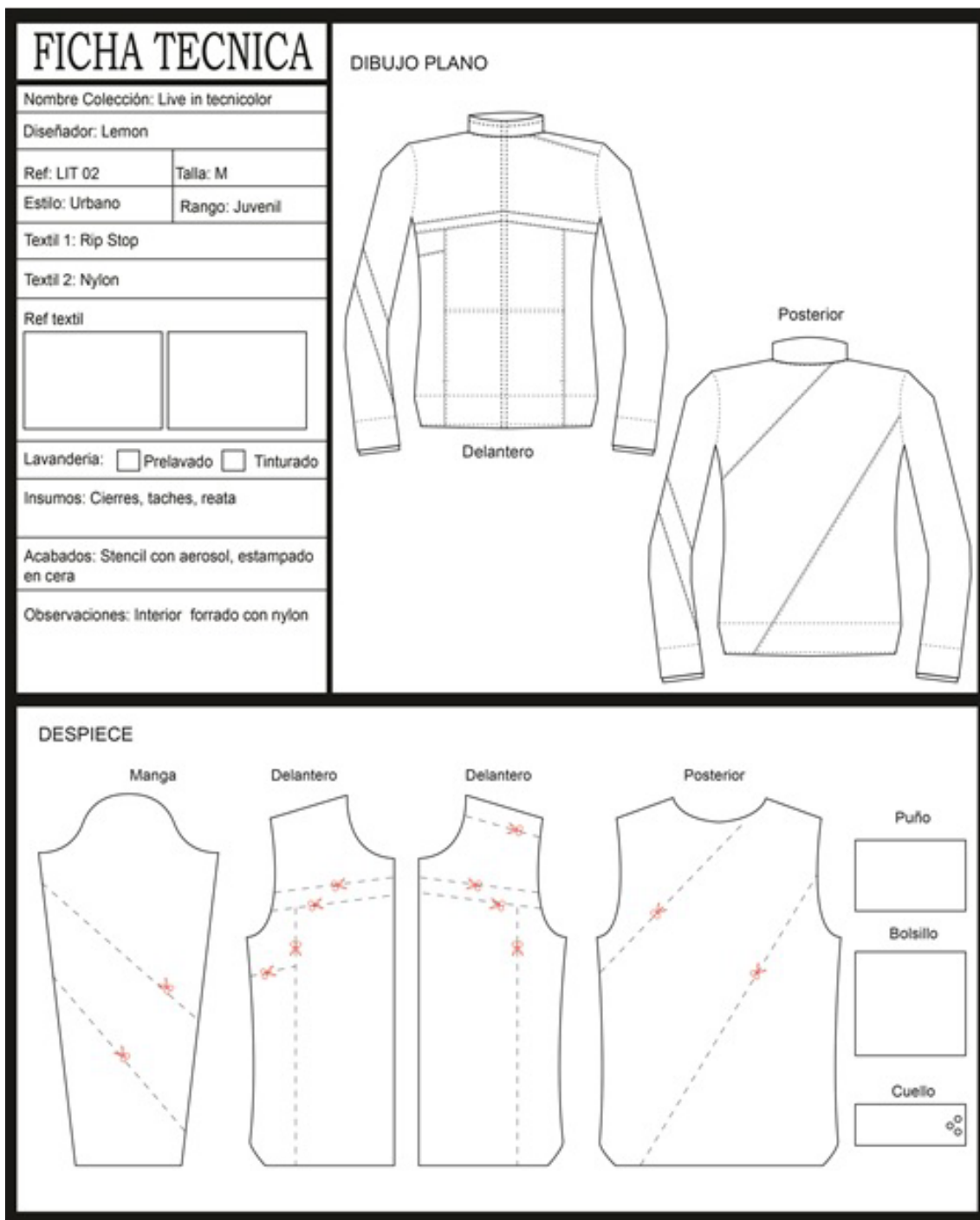
Posterior

Etiqueta

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.20: Chompa LIT 02



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.21: Estampado chompa LIT 02G



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.22: Pre-visualización chompa LIT 02

FICHA TECNICA

Nombre Colección: Live in technicolor	
Diseñador: Lemon	
Ref: LIT 02	Talla: M
Estilo: Urbano	Rango: Juvenil

COSTOS

Telas:	11.50 \$
Procesos:	1.50 \$
Insumos:	1.60 \$
Mano de obra:	3.00 \$
Total:	17.60\$

Previsualización

Delantero

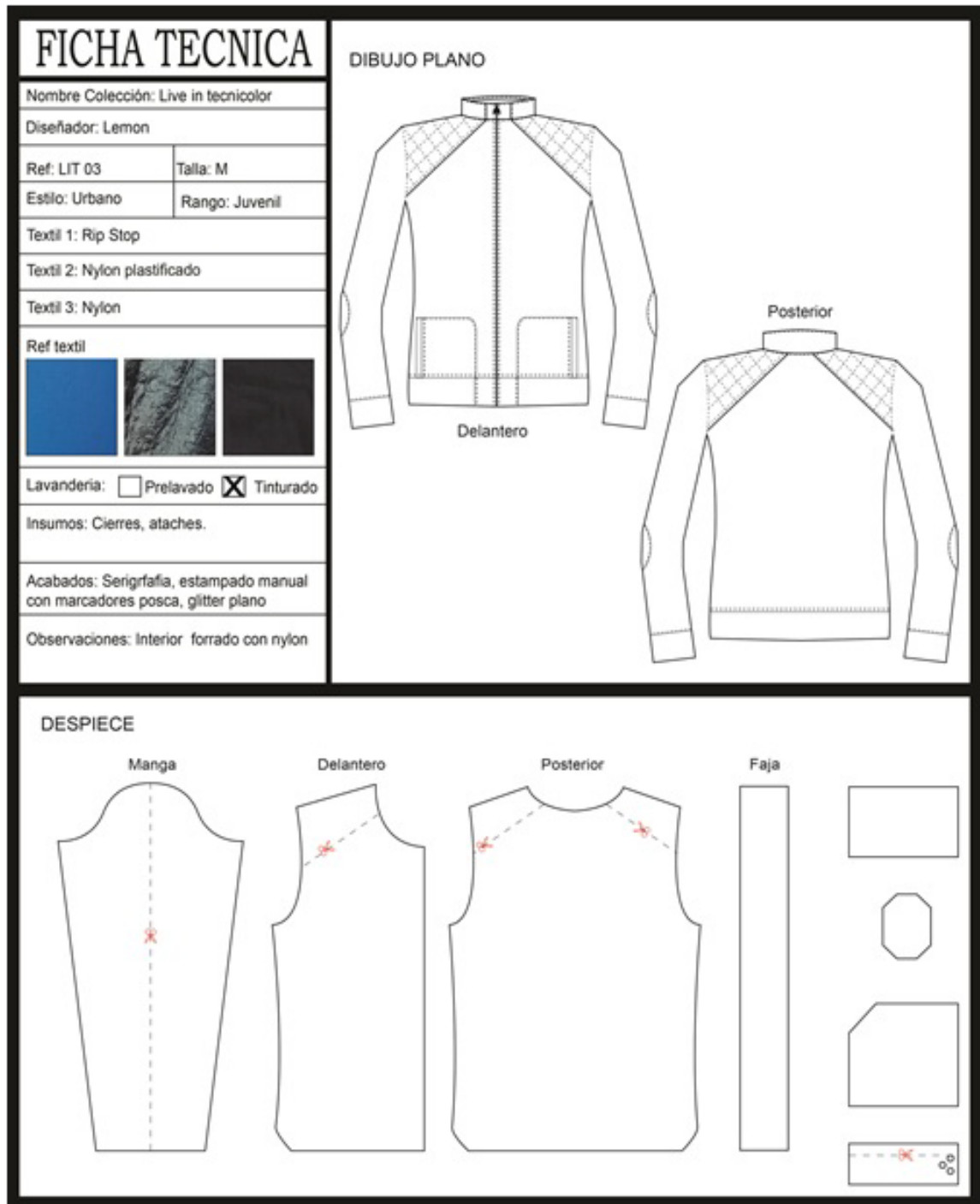
Posterior

Etiqueta

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

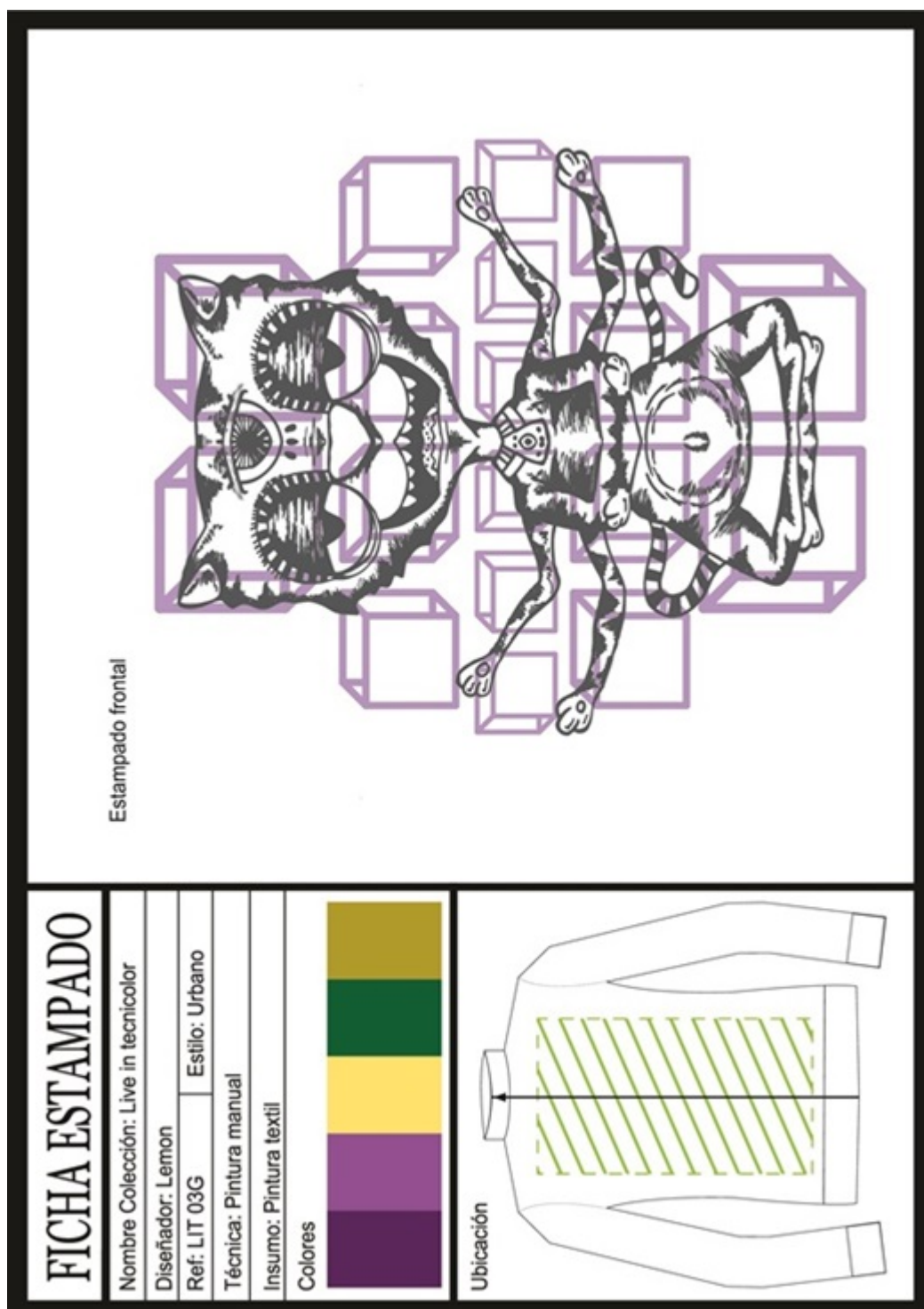
Gráfico 4.23: Chompa LIT 03



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.24: Estampado chompa LIT 03G



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.25: Pre-visualización chompa LIT 03


FICHA TECNICA

Nombre Colección: Live in technicolor	
Diseñador: Lemon	
Ref: LIT 03	Talla: M
Estilo: Urbano	Rango: Juvenil

COSTOS


Telas:	11.00 \$
Procesos:	2.50\$
Insumos:	1.40 \$
Mano de obra:	2.00 \$
Total:	16.90\$

Previsualización



Delantero

Posterior

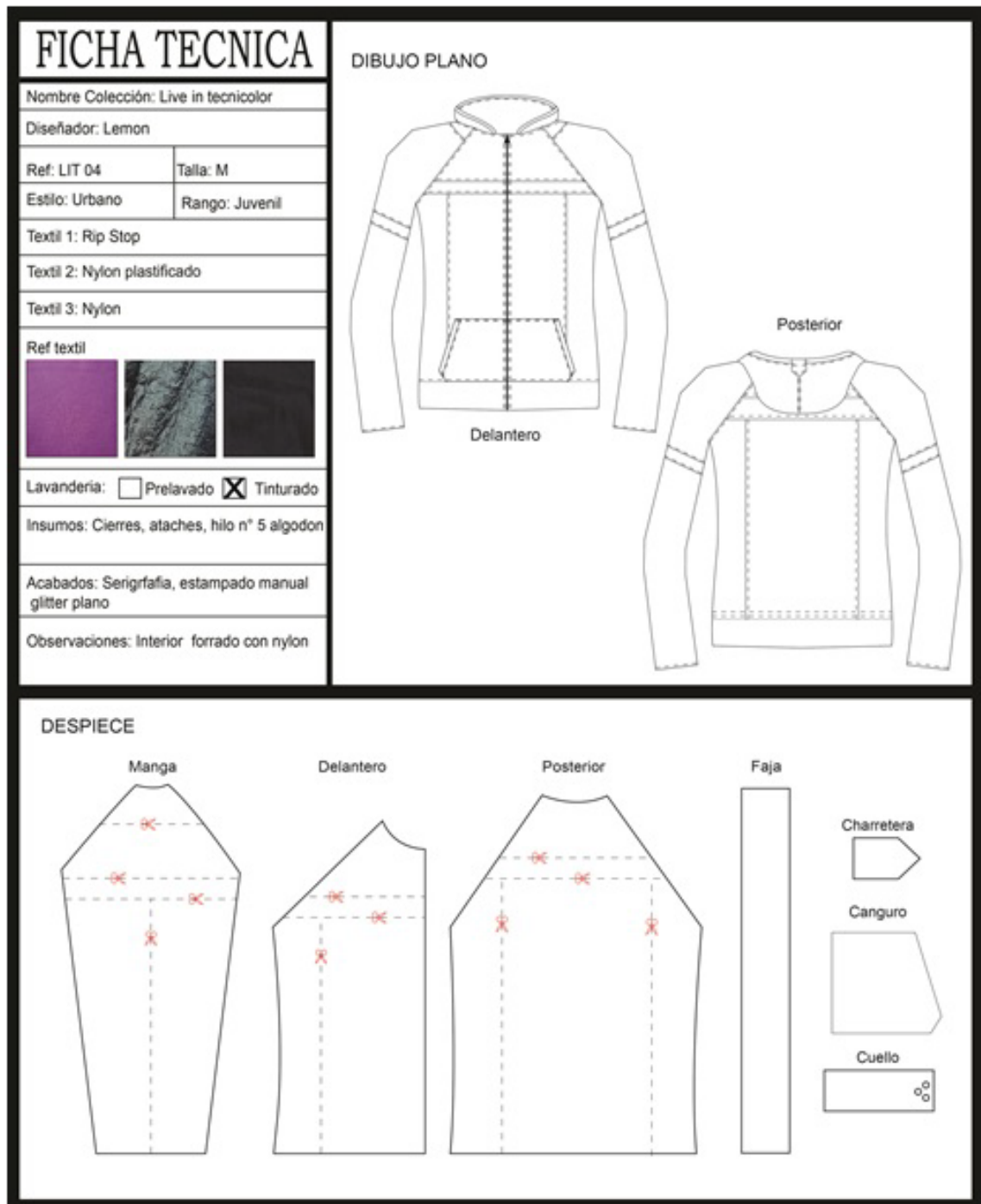


Etiqueta

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

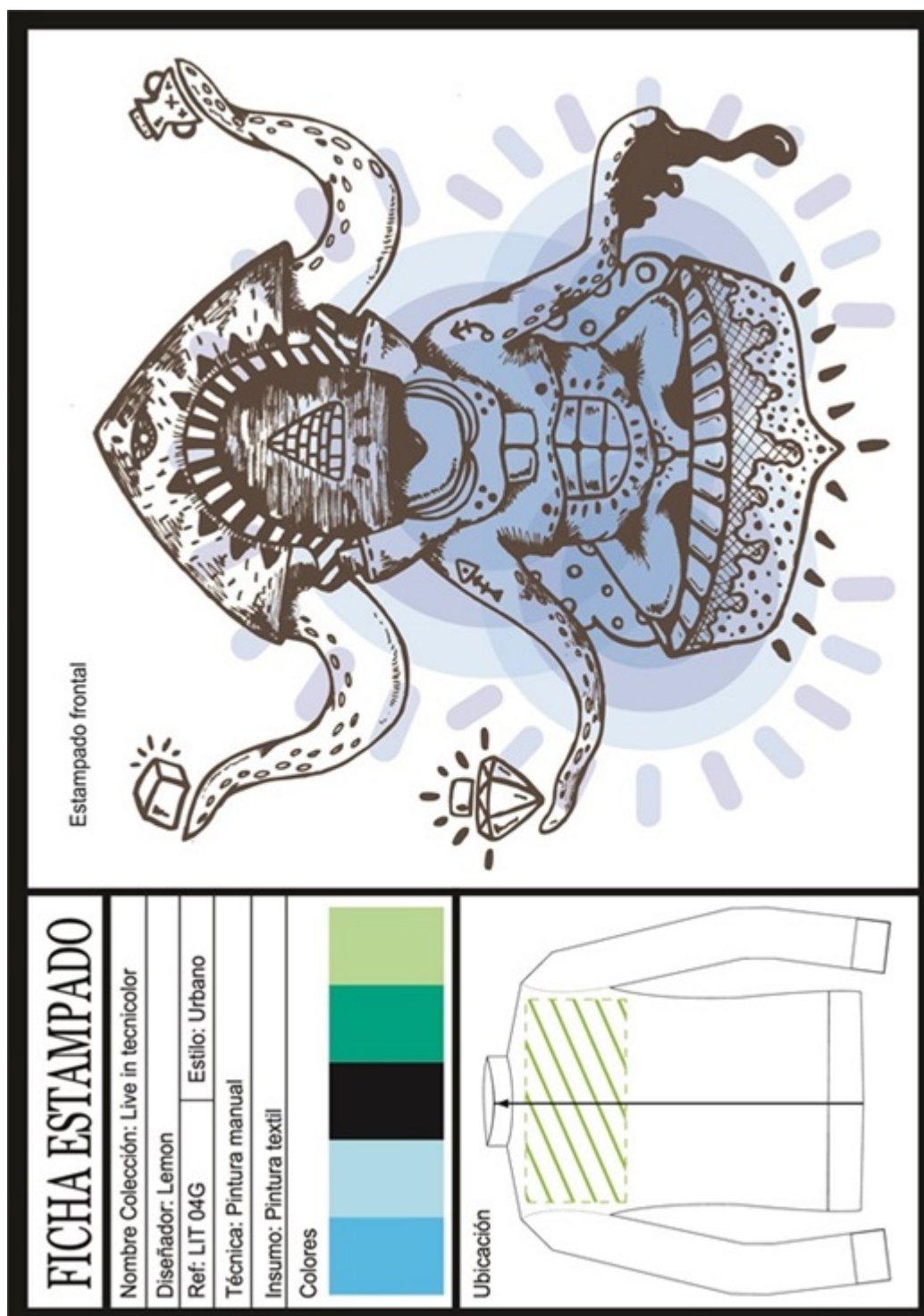
Gráfico 4.26: Chompa LIT 04



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.27: Estampado chompa LIT 04G



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.28: Pre-visualización chompa LIT 04

FICHA TECNICA

Nombre Colección: Live in tecnicolor	
Diseñador: Lemon	
Ref: LIT 04	Talla: M
Estilo: Urbano	Rango: Juvenil

COSTOS

Telas:	11.00 \$
Procesos:	2.50 \$
Insumos:	3.00 \$
Mano de obra:	2.50 \$
Total:	19.00\$

Previsualización



Delantero

Posterior

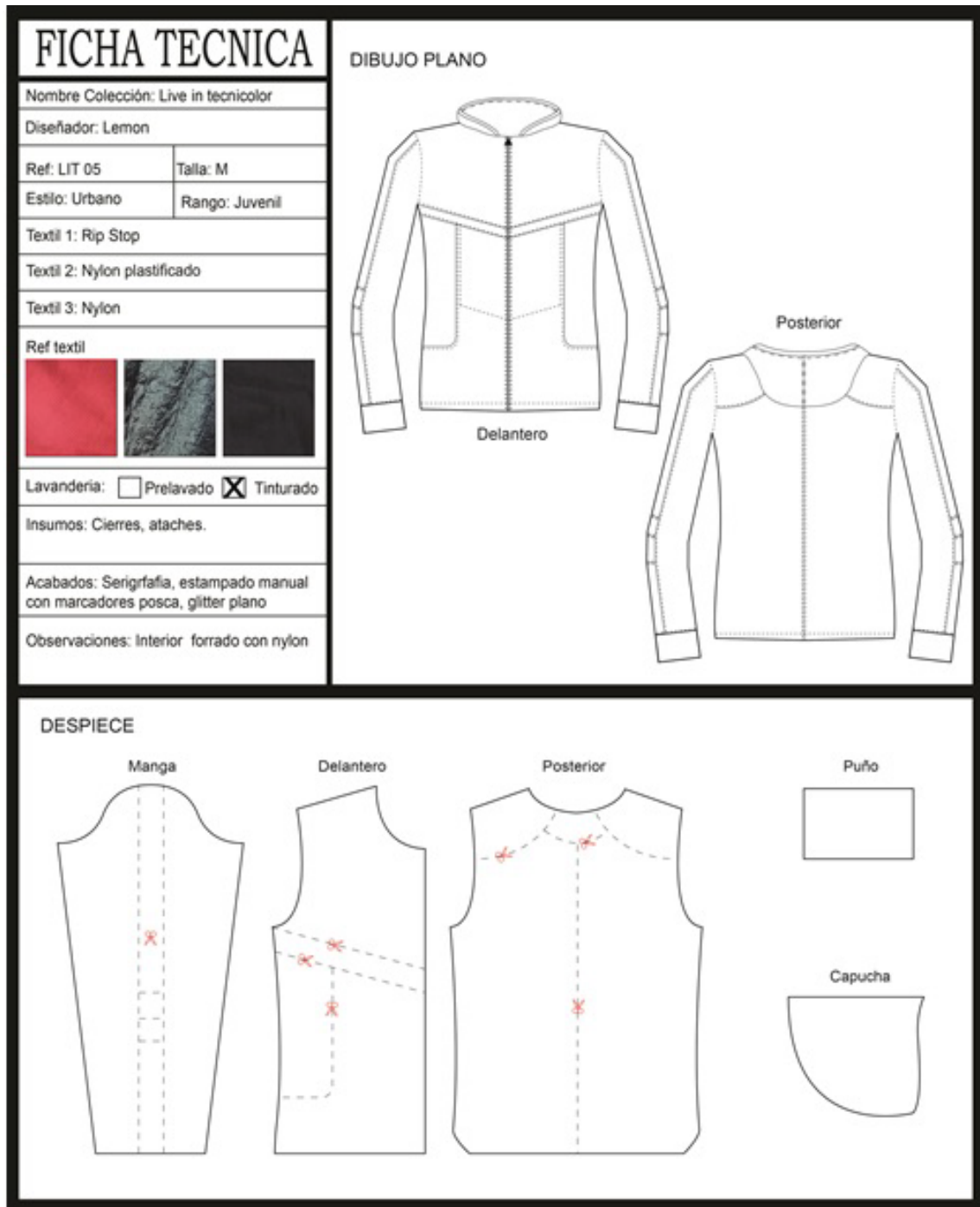


Etiqueta

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

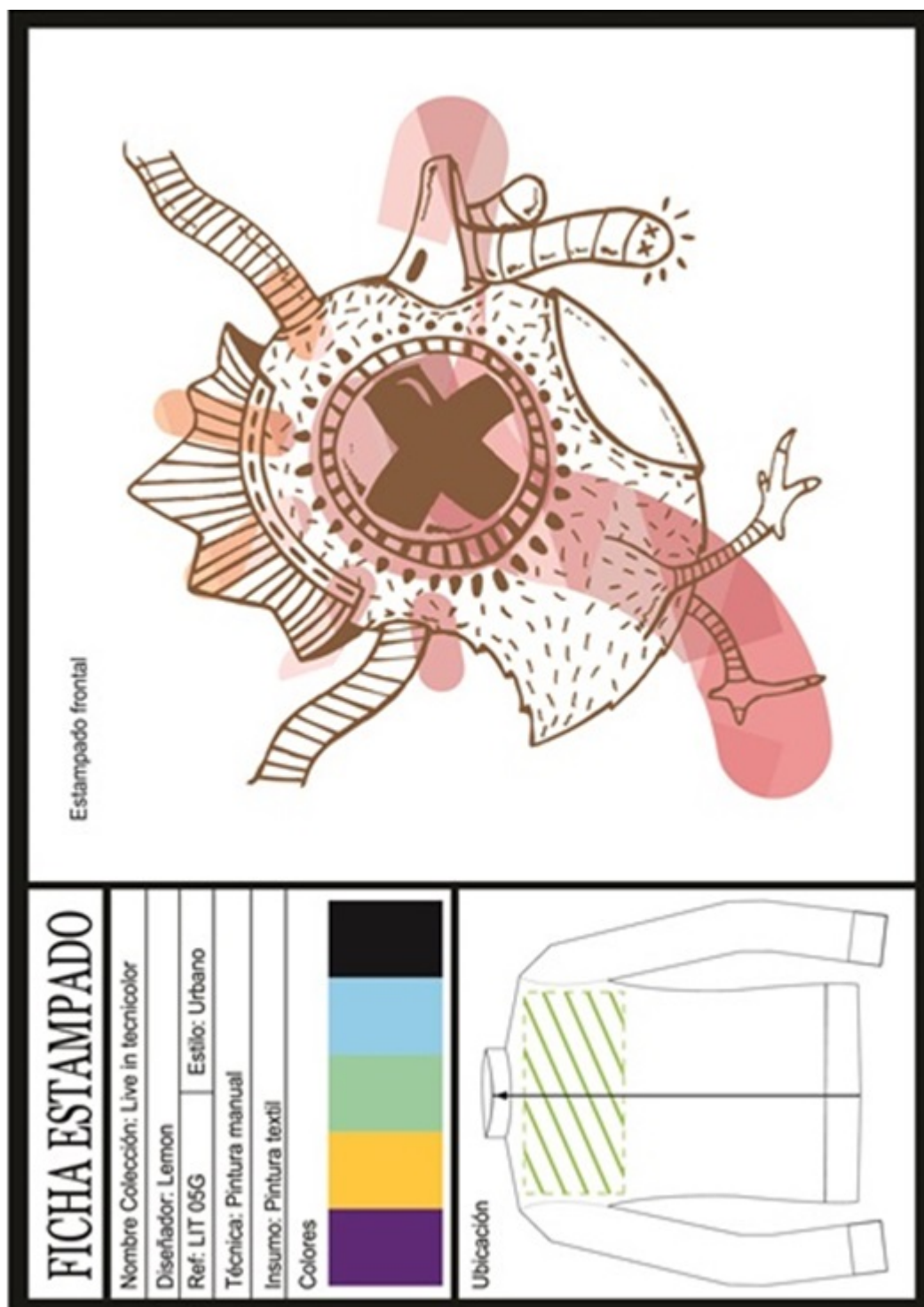
Gráfico 4.29: Chompa LIT 05



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.30: Estampado chompa LIT 05G

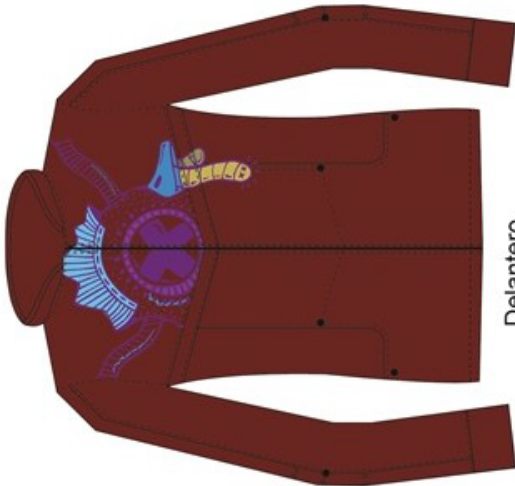
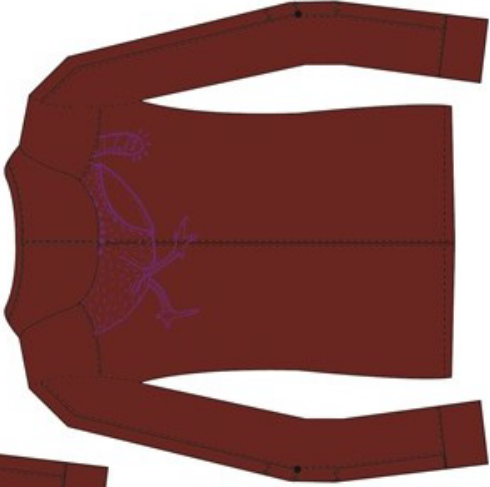


Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.31: Pre-visualización chompa LIT 05


Previsualización

FICHA TECNICA

Nombre Colección: Live in technicolor	
Diseñador: Lemon	
Ref: LIT 05	Talla: M
Estilo: Urbano	Rango: Juvenil
COSTOS	
Telas:	10.50 \$
Procesos:	2.50 \$
Insumos:	1.20 \$
Mano de obra:	3.00 \$
Total:	17.20\$


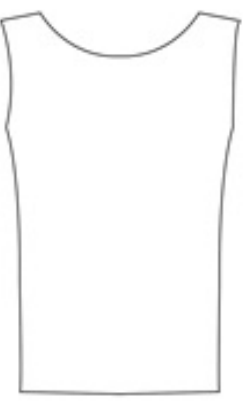

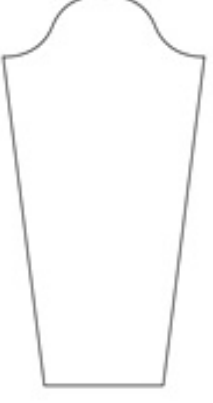
Etiqueta



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.32: buzo LITR 01

FICHA TECNICA		DIBUJO PLANO	
Nombre Colección: Live in tecnicolor			
Diseñador: Lemon			
Ref: LITR 01	Talla: M		
Estilo: Urbano	Rango: Juvenil		
Textil 1: Jersey Galleta			
Ref textil			
<input type="text"/>			
Lavandería:			
Insumos: Reata			
Acabados: Stencil, pintura por goteo			
Observaciones:			
DESPIECE			
Delantero		Posterior	Manga*
			

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.33: Estampado buzo LITR 01G



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar


Gráfico 4.34: Pre-visualización buzo LITR 01

FICHA TECNICA

Nombre Colección: Live in technicolor	
Diseñador: Lemon	
Ref: LITR	Talla: M
Estilo: Urbano	Rango: Juvenil

COSTOS

Telas:	8.00 \$
Procesos:	0.50 \$
Insumos:	0.25 \$
Mano de obra:	1.00 \$
Total:	9.75 \$




DIBUJO PLANO

Delantero

Posterior

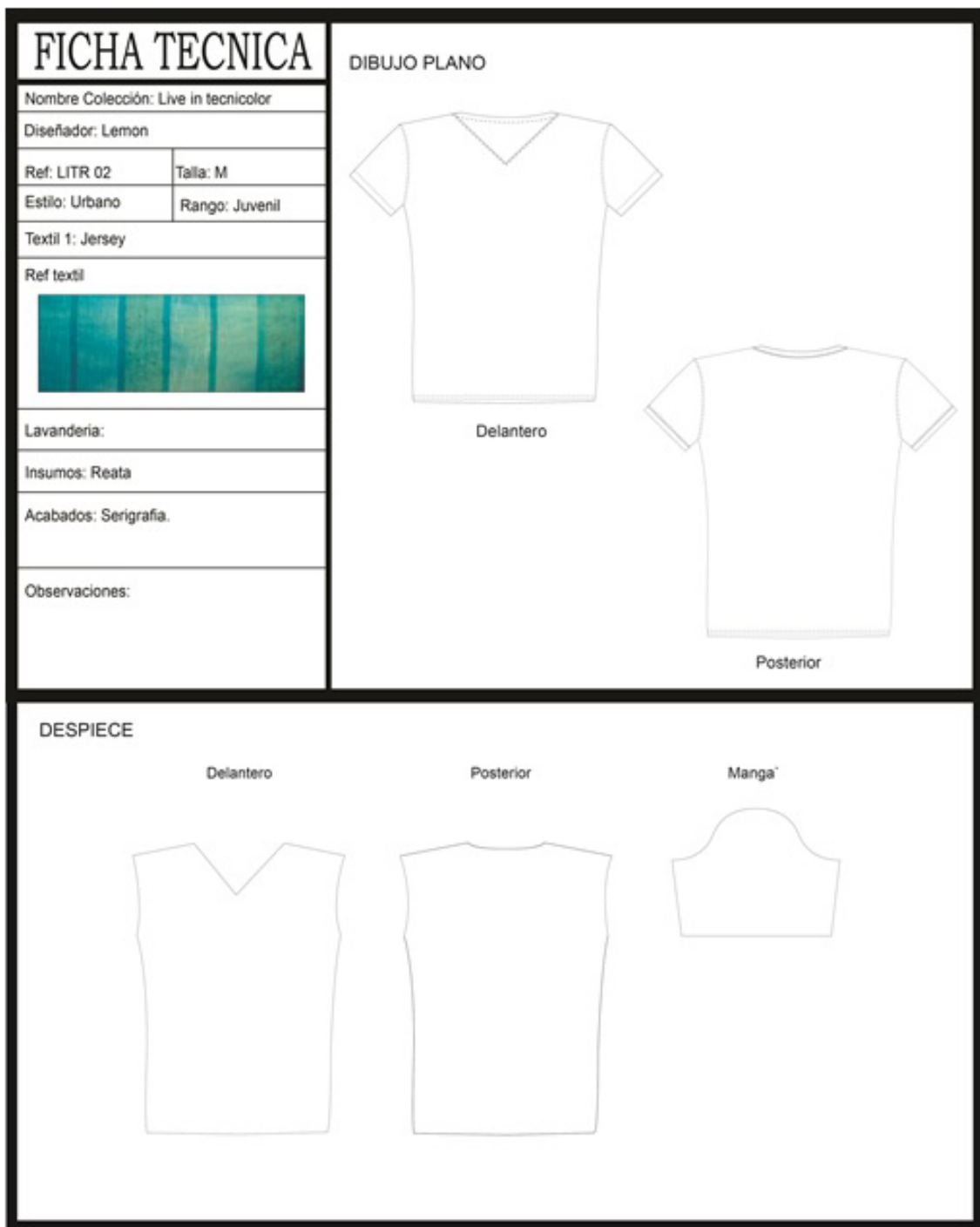
Etiqueta estampada



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

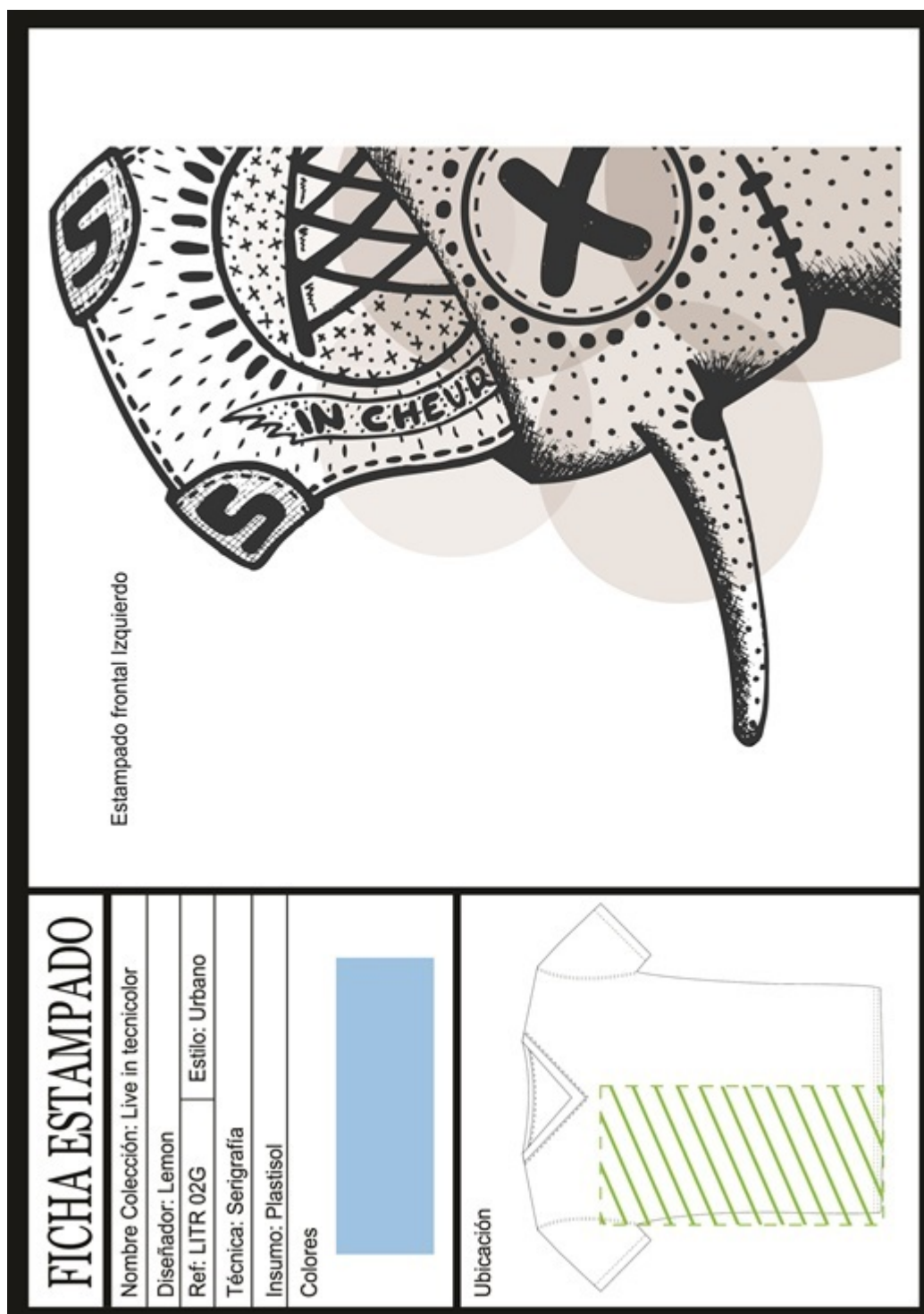
Gráfico 4.35: Camiseta LITR 02



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.36: Estampado camiseta LITR 02G



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escoba

Gráfico 4.37: Pre-visualización camiseta LITR 02

FICHA TECNICA

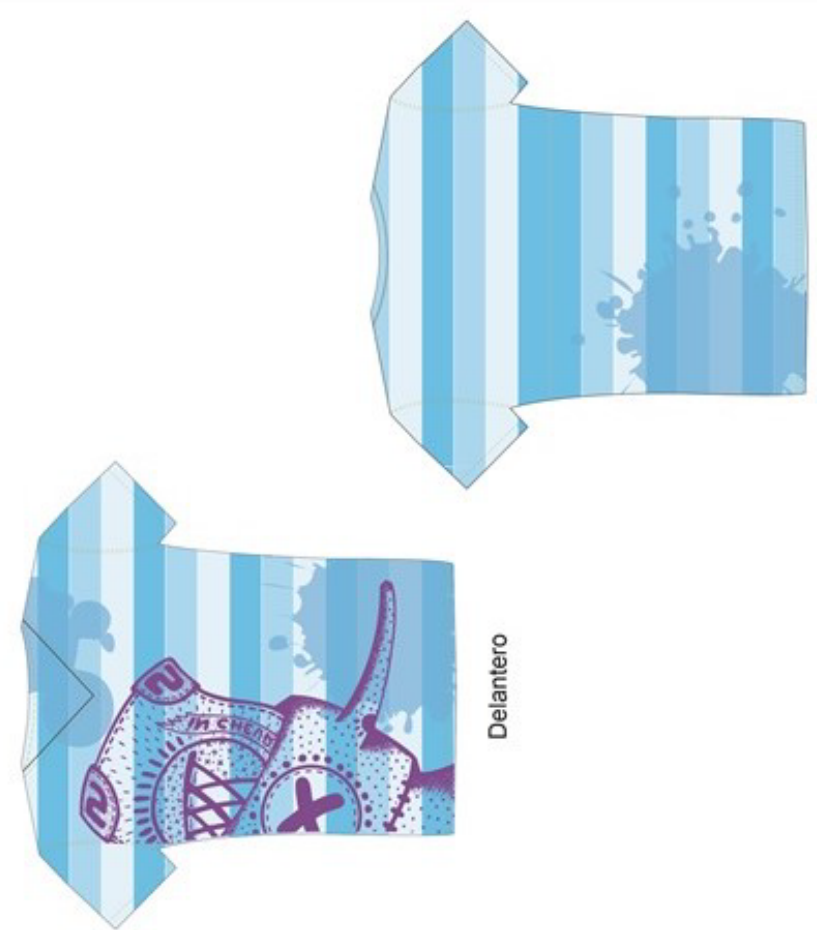
Nombre Colección: Live in technicolor

Diseñador: Lemon

Ref. LITR 02	Talla: M
Estilo: Urbano	Rango: Juvenil

COSTOS

Telas:	6.50 \$
Procesos:	1.00 \$
Insumos:	0.25 \$
Mano de obra:	1.00 \$
Total:	8.75 \$




Previsualización

Delantero

Posterior

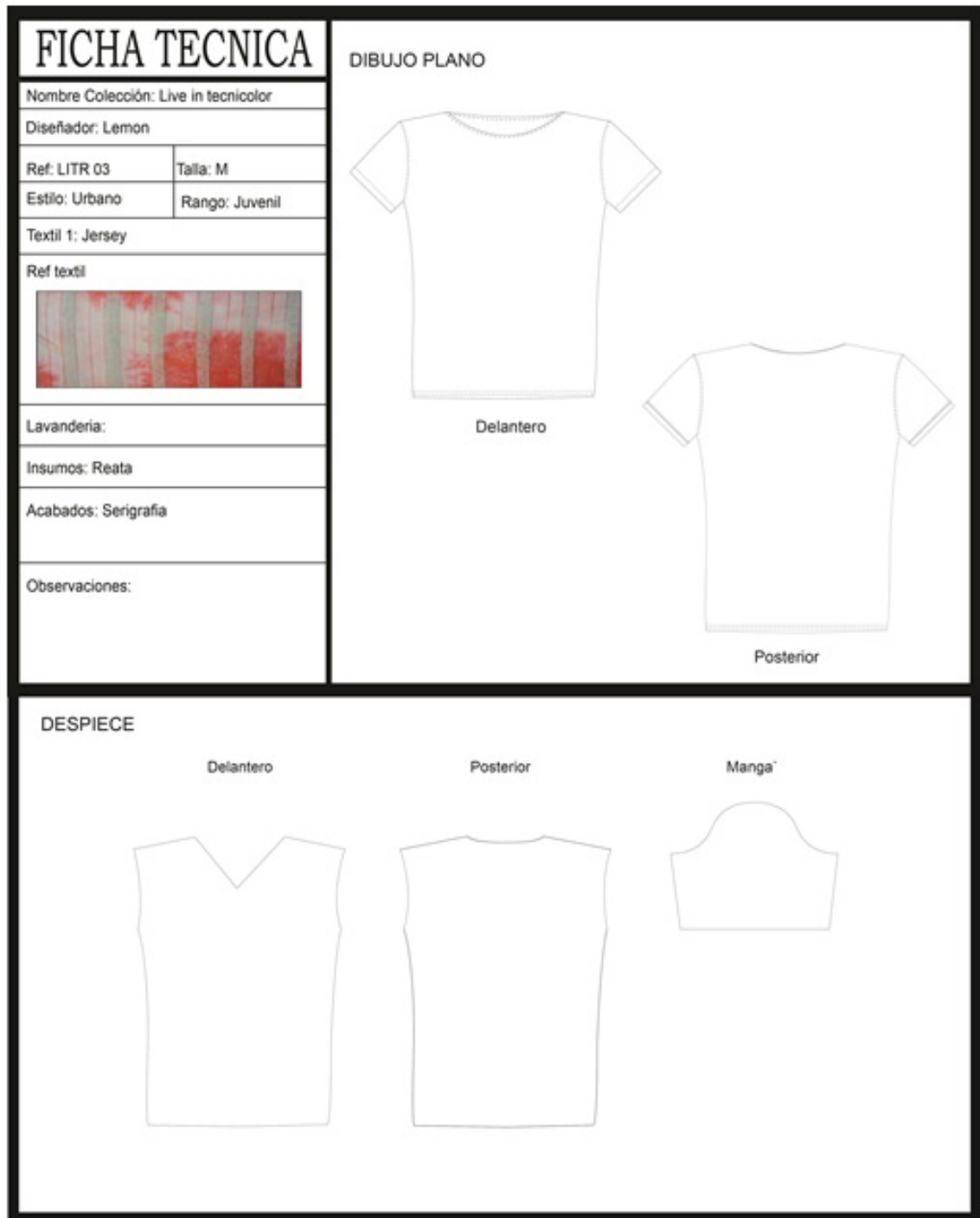
Etiqueta estampada



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

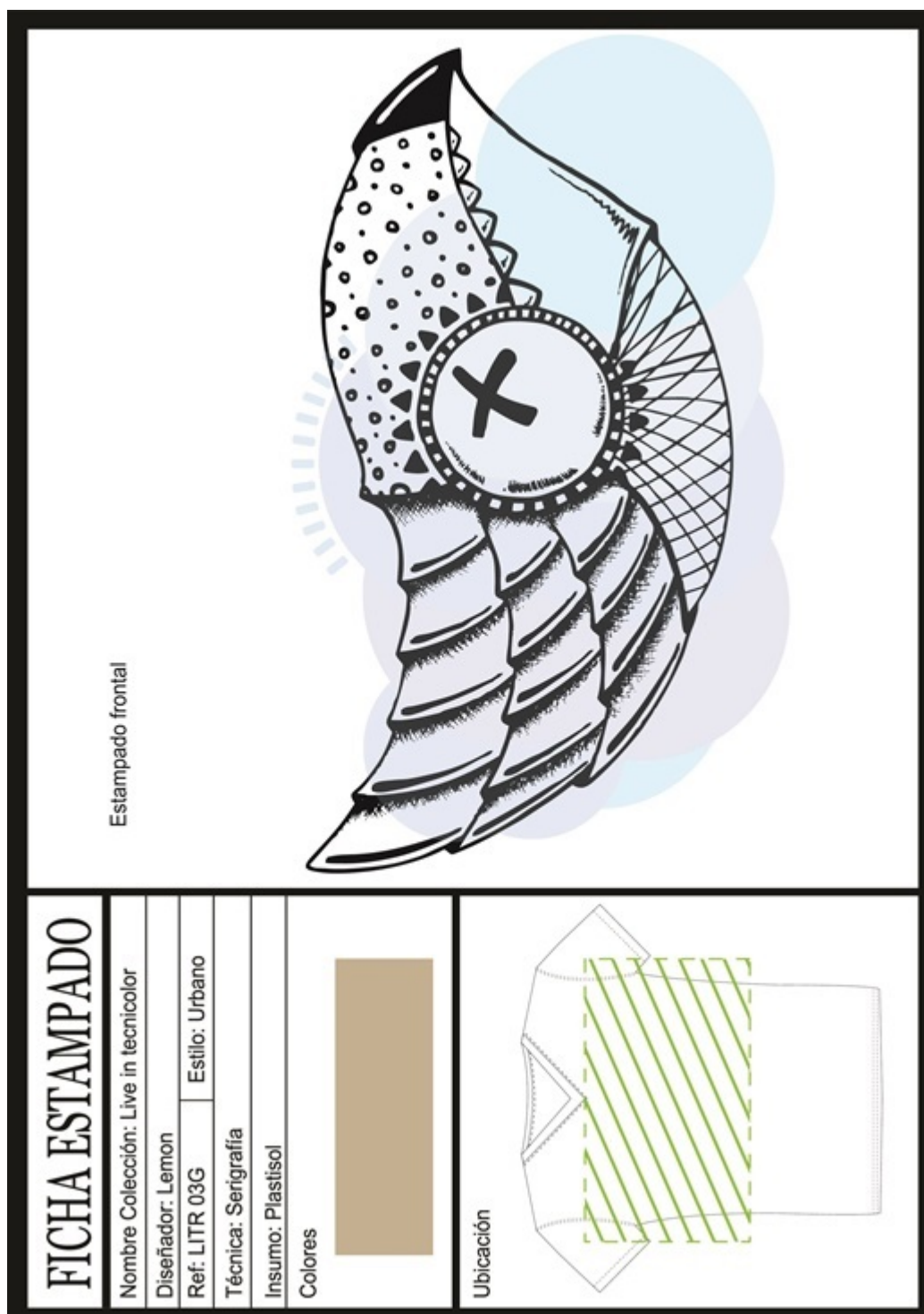
Gráfico 4.38: Camiseta LITR 03



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.39: Estampado camiseta LITR 03G



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.40: Pre-visualización camiseta LITR 03

FICHA TECNICA

Nombre Colección: Live in tecnicolor

Diseñador: Lemon

Ref: LITR 03	Talla: M
Estilo: Urbano	Rango: Juvenil

COSTOS

Telas:	6.50 \$
Procesos:	1.00 \$
Insumos:	0.25 \$
Mano de obra:	1.00 \$
Total:	8.75 \$

Previsualización



Delantero



Posterior

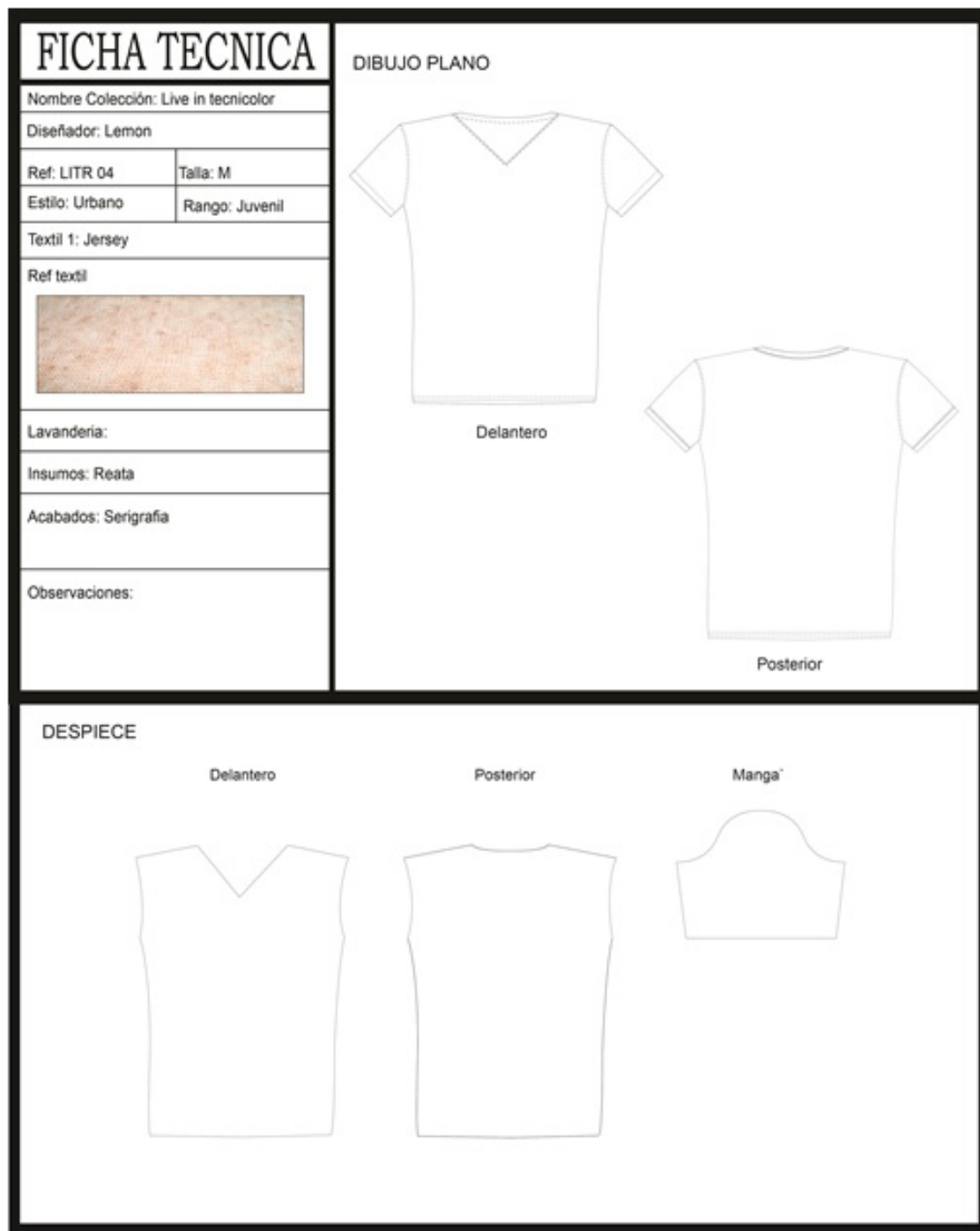
Etiqueta estampada



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.41: Camiseta LITR 04




Fuente: Investigación

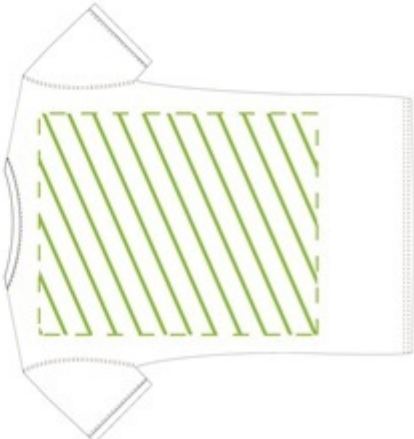
Autor: Víctor Escobar

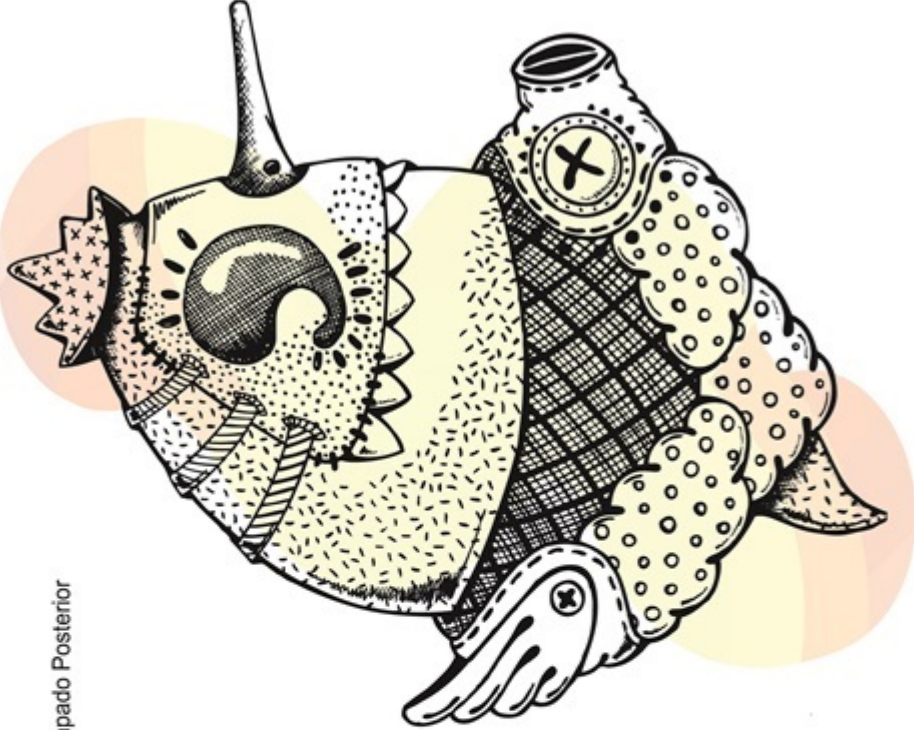
Gráfico 4.42: Estampado camiseta LITR 04G

FICHA ESTAMPADO

Nombre Colección: Live in technicolor	
Diseñador: Lemon	
Ref: LITR 04G	Estilo: Urbano
Técnica: Serigrafía	
Insumo: Plastisol	
Colores	
	

Ubicación





Estampado Posterior

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.43: Pre-visualización camiseta LITR 04

FICHA TECNICA

Nombre Colección: Live in technicolor	
Diseñador: Lemon	
Ref: LITR 04	Talla: M
Estilo: Urbano	Rango: Juvenil

COSTOS

Telas:	6.50 \$
Procesos:	1.00 \$
Insumos:	0.25 \$
Mano de obra:	1.00 \$
Total:	8.75 \$

Previsualización

Delantero

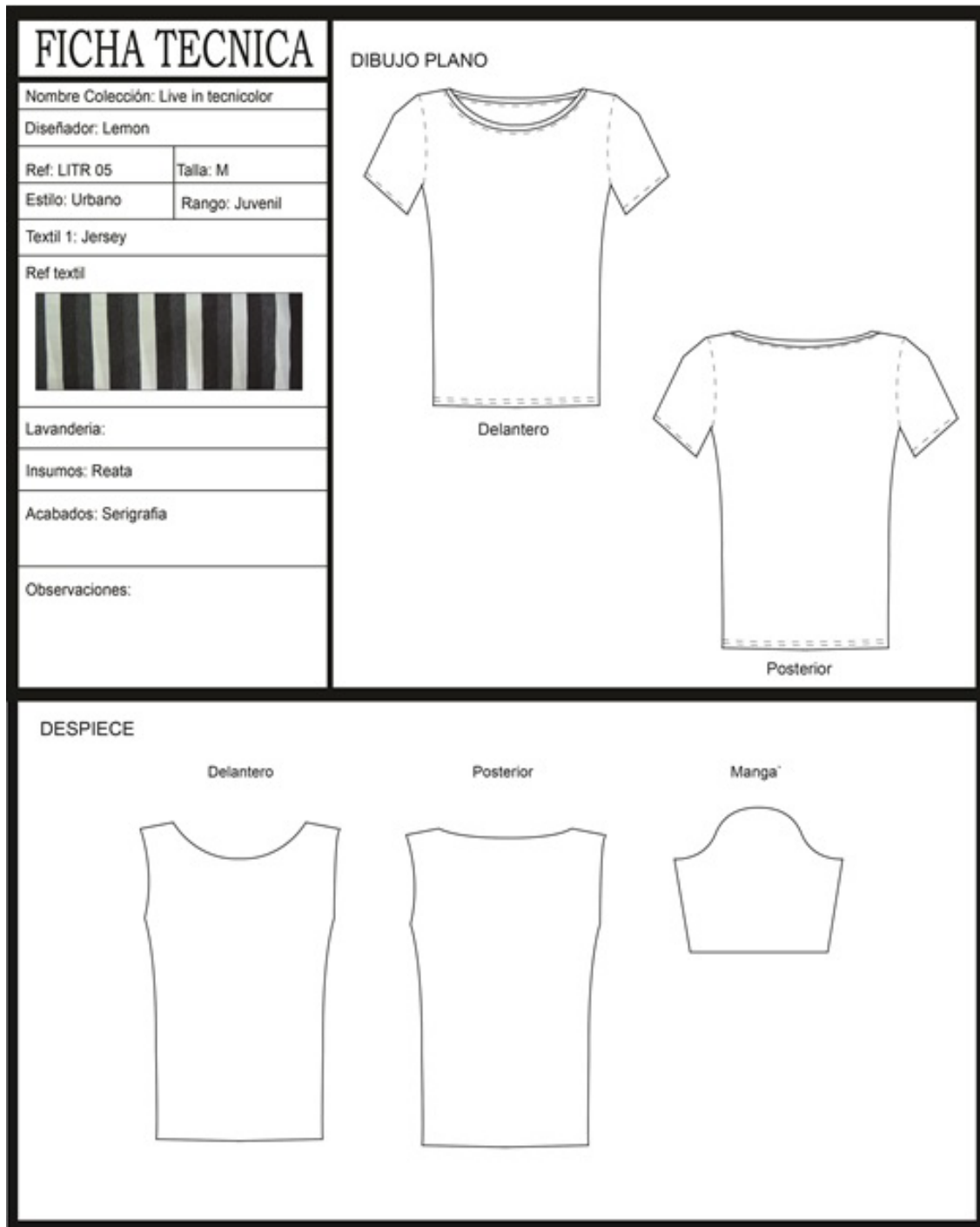
Posterior

Etiqueta estampada

Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar



Gráfico 4.44: Camiseta LITR 05




Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

Gráfico 4.45: Estampado camiseta LITR 05G

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">FICHA ESTAMPADO</p>		Nombre Colección: Live in technicolor	
		Diseñador: Lemon	
		Ref: LITR 05G	Estilo: Urbano
		Técnica: Serigrafía	
		Insumo: Plastisol	
		Colores	
			
		Ubicación	
			



Estampado Posterior

Fuente: Investigación


Autor: Víctor Escob

Gráfico 4.46: Pre-visualización camiseta LITR 05

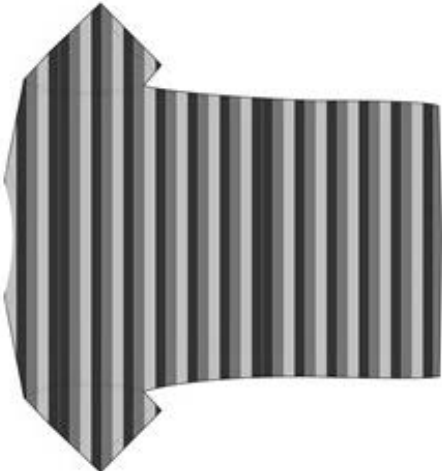
FICHA TECNICA

Nombre Colección: Live in tecnicolor	
Diseñador: Lemon	
Ref: LITR 05	Talla: M
Estilo: Urbano	Rango: Juvenil
COSTOS	
Telas:	6.50 \$
Procesos:	1.00 \$
Insumos:	0.25 \$
Mano de obra:	1.00 \$
Total:	8.75 \$

Previsualización




Delantero



Posterior

Etiqueta estampada



Fuente: Investigación

Autor: Víctor Escobar

CAPITULO V

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Al analizar las corrientes del graffiti existentes en la ciudad de Ambato, concluimos que las dos más trascendentes son: el diseño de personajes (characters) y el desarrollo de tipografía (nombres o palabras), mismas que han denotado mayor presencia en la zona. El diseño de personajes es la que ha tenido más uso, evolución y desarrollo en la ciudad debido a los importantes exponentes y eventos que se han venido presentando en la ciudad para impulso de este tipo de arte en los últimos años.
- Se ha seleccionado el diseño de personajes (characters) como la corriente urbana post-graffiti para aplicarla en el sistema de vestuario, pues esta es la corriente más conocida en el medio y con un alto contenido artístico, misma que ha podido contribuir a las prendas en el uso del color, estampado, corte de las prendas, y los personajes mismos creados para la colección.

- Los elementos implementados en el sistema de vestuario corresponden a la corriente urbana post-graffiti, lo que ha contribuido a que las prendas se integren entre sí, conformando una colección de prendas que representen el graffiti de la urbe de la ciudad.
- Se ha podido ejecutar a través del diseño de vestuario prendas basadas en la corriente urbana post-graffiti de la ciudad de Ambato con diseño y colores acorde a la corriente seleccionada, así como a las fuentes de inspiración.

5.2 Recomendaciones

- Para realizar un correcto análisis de corrientes urbanas existentes en la ciudad de Ambato es necesario que sean investigadas todas ellas, que se realice un profundo reconocimiento de cuáles se hallan actualmente en uso y desarrollo, siendo necesario para ello involucrarse y participar de estas, debido al gran hermetismo y ausencia de información en el medio, por ser esta una actividad en fundamento “ilegal”.
- Al Seleccionar la corriente urbana del post-graffiti deberá buscarse como inspiración exponentes específicos a los cuales debe investigárselos a profundidad para poder reconocer así los elementos técnicos y

simbólicos propios de cada autor, sería imposible seleccionar a una corriente en general debido a la amplitud y diversidad de autores que existen en el medio, cada uno con su estilo y técnica propia.

- Implementar elementos de la corriente urbana post-graffiti en el vestuario a realizarse, siendo necesario para esto, el conocimiento de las técnicas y medios utilizados en este movimiento artístico, además del uso de materiales propios de este movimiento artístico como la serigrafía, pintura manual, spray, etc. Así mismo al aplicar detalles con instrumentos propios de este movimiento como el Aerosol, plantillas de estencil, marcadores de alta resistencia, serigrafía, pintura manual, técnicas que nos permitirán obtener en cada prenda resultados únicos e irrepetibles.
- Las prendas que se han realizado a partir de la corriente del post-graffiti, así como el completo sistema de vestuario, deberán guardar armonía entre sí, y una estrecha relación con el estilo gráfico de este movimiento, para lo cual es necesario desarrollar un estilo propio que posea elementos conformes con la corriente post-graffiti. Para poder obtener un conjunto coherente con el movimiento es necesario experimentar y vivir el movimiento personalmente, lo cual lograra la consecución de un estilo propio y vinculado con los aspectos que involucran este movimiento tan complejo y especial.

Bibliografía:

- Aerosol. (2013, Julio 25). *Aerosol blog*. Obtenido de <http://feeds.feedburner.com/blogspot/NieUS>
- AFP. (2013, Agosto 23). Banksy: del arte callejero insolente alas subastas de lujo. *Diario El Comercio*.
- Apitatán. (2011, Octubre 23). *Apitatán*. Obtenido de http://apitatan.blogspot.com/2011_10_01_archive.html
- Archivo Callejero. (2010). *Archivo Callejero*. Obtenido de http://archivocallejero.com/contenido_detalle.php?seccion=2&id=346
- BLU. (2011, Diciembre 23). *BLU*. Obtenido de <http://blublu.org/sito/blog/?paged=31>
- BOU, L. (2009). *ULTIMATE STREET ART: A CELEBRATION OF GRAFFITI AND URBAN ART*. Barcelona: IJB EDICIONES.
- CASTLEMAN, C. (1999). *GETTING UP: SUBWAY GRAFFITI IN NEW YORK*. New York: MIT PRESS.
- CHT R. BEITLICH GMBH. (2012). *CHT Bezema*. Obtenido de http://www.cht.com/cms/cht/cht.nsf/id/pa_textile_care_system_en.html
- Comercio.pe, E. (2009, Octubre 19). *El Comercio.pe*. Obtenido de <http://blogs.elcomercio.pe/artandgraff/2009/10/la-moda-y-el-graffiti.html>
- Delta INC. (2002). Obtenido de http://www.graffiti.org/delta/delta_2.html
- Desing and other things. (2013, Julio 16). *Design and Other Things*. Obtenido de <http://designandotherthings.blogspot.com/>
- Diario el Comercio. (2011, Octubre 18). Arte urbano o cómo las paredes nos hablan. *Diario El Comercio*.
- Diario El Comercio. (2013, Septiembre 18). Graffiti y publicidad se unen para crear gran museo de arte urbano en Bogotá. *Diario El Comercio*.
- El Tono. (2012, 11 03). *El Tono, public space artist*. Obtenido de www.eltono.com
- Exágono. (2008, Octubre 6). *Urbanario*. Obtenido de <http://www.urbanario.es/articulos/arte-urbano/articulo-arte-urbano/art/graffiti-o-arte-urbano-julio-204-y-daniel-buren-en-1968/>
- Figueroa, F. (2006). *Graphitfragen: Una mirada reflexiva sobre el Graffiti*. Madrid: Minotauro digital.
- Fundación wikipedia Inc. (2013, Noviembre 19). *Wikipedia*. Obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/Hermen%C3%A9utica>
- Ganz, M. (2004). *GRAFFITI: ARTE URBANO DE LOS CINCO CONTINENTES*. Barcelona: GUSTAVO GILLI.
- Graffiti Base©. (2011). *Graffiti Base*. Obtenido de <http://graffitibase.jimdo.com/historia/estilos-graffiti/>
- GUILLEN, M. E. (2012, Mayo 31). DISEÑO DE COLECCIONES CASUALES UTILIZANDO TECNICAS DE RECICLADO. *TESIS DE GRADO*. QUITO, ECUADOR.
- Hernandez, L. (2012). *Taringa Inteligencia colectiva*. Obtenido de <http://www.taringa.net/posts/arte/14432268/Graffiti-ecologico-hecho-con-musgo.html>
- Herrero, M. (2012, noviembre 11). Obtenido de <http://www.unav.es/noticias/261001-01.html>
- Kohl, H. R. (1972). *Golden Boy as Anthony Cool: A Photo Essay on Naming and Graffiti*. New York: Dial Press.

- Larsen, R. (2008, Julio 27). *Java+++*. Obtenido de <http://javaplusplusplus.com/2008/07/10-of-the-best-graffiti-writers-in-the-world-style-masters/>
- López, C. (2006, noviembre 01). *El Clavo.com*. Obtenido de <http://www.elclavo.com/entretenimiento/recomendados/tendencias/moda-urbana/>
- Macías, V. (13 de Mayo de 2013). Quito ya tiene el primer mural inclusivo. *Diario el comercio*.
- Méndez, J. (2011). *Valladolid musical*. Obtenido de <http://www.valladolidwebmusical.org/graffiti/historia/>
- Modern Parents Messy Kids. (2013). *Yarnbombing*. Obtenido de <http://www.modernparentsmessykids.com/2012/05/yarn-bombing.html>
- Mr. Fly, M. R. (2010). *Calco manías*. México DF: La Guillotina.
- Pallarola, D. (2005). *EF Deportes*. Obtenido de <http://www.efdeportes.com/efd89/negocio.htm>
- Plantilla Travel. (2011, Diciembre 22). *Actualiarte*. Obtenido de <http://actualiarte.blogspot.com/2011/12/el-arte-urbano.html>
- Red de Ilustradores Ecuador. (2010). *Red de Ilustradores Ecuador*. Obtenido de <http://www.redilustradoresecuador.com/begoa-salas-urrutia/mural-para-detonarte-2010>
- Redacción Diario el Comercio. (2012, Abril 25). USD 350 000 para limpiar grafitis en Quito. *Diario El Comercio*.
- Revista la Pandilla Diario el Comercio. (2013). Belén Bike. *La Pandilla*.
- Ron, A. (2001). *Quito: una ciudad de graffitis*. Quito: ISBN 9978417346.
- Segura, E. (2012, Abril 15). *Elia Segura*. Obtenido de <http://eliasegura.blogspot.com/2012/04/muto-blu.html>
- Serrano, S. (2011). *El costurero de Stella*. Obtenido de <http://www.elcosturerodestellablog.com/2011/07/cuadro-de-tallas-pantalon-masculino.html>
- Space Invader. (2009). *Space Invasion Detected*. Obtenido de www.space-invaders.com/
- SUBWAY OUTLAWS. INC. (2011). *Subway outlaws*. Obtenido de <http://subwayoutlaws.com/Tags/Tags.htm>
- Tamburrini, Y. (2013). *LC JOURNAL*. Obtenido de <http://www.livincool.com/fashion/adidas-originals-by-originals-jeremy-scott-2010-fallwinter-lookbook>
- The Keith Haring Foundation . (2013). *The Keith Haring Foundation*. Obtenido de <http://www.haring.com/!/introduction#.Up6OB6uHfIU>
- The Keith Haring Foundation. (2013). *K.Haring*. Obtenido de <http://www.pop-shop.com/>
- Torres, C. (2011, Junio 10). *Mas de Moda*. Obtenido de <http://www.masdemoda.com/la-moda-urbana-un-estilo-que-cobra-fuerza/>
- Torres, M. J. (2013, Abril 09). El arte urbano navega entre lo institucional y lo ilegal. . *Diario el Comercio*.
- Torres, p. (10 de Enero de 2010). Banksy: Entre vándalo y artista. *Diario El Comercio*.
- Valladolid Musical. (2010, Octubre 3). *PintaGraff@*. Obtenido de <http://pintagraff.blogspot.com/2009/10/morfologia.html>
- vbulletin ®. (2010, Noviembre 06). *Foro de Fotos*. Obtenido de <http://www.forodefotos.com/urbana/14089-moda-urbana-masculina.html>
- Villarreal, I. (1999, 08 Enero). *Perdida en el super*. Obtenido de <http://issa.nmtty.org/2009/01/08/arte-despues-del-graffiti/>
- Wordpress. (2012). *Colorearte*. Obtenido de <http://inmaplastica.wordpress.com/category/uncategorized/page/2/>

Glosario:

Art toys: Son nombres para describir a los juguetes coleccionables producidos en edición limitada, los cuales son creados por diseñadores y artistas. Estos juguetes pueden ser de diferentes materiales, entre los más importantes se encuentran el plástico y el vinyl.

Cromática: Lo relativo al color.

Cultura demótica: Sub - cultura que fusiona la moda, la música y el arte.

Empero: conj. ad. Pero, sin embargo.

Fenomenología: movimiento filosófico amplio con una unidad debatible más allá de lo histórico.

Filias: Atracciones a determinadas realidades o situaciones. Significan lo contrario que las fobias que hacen referencia a los miedos.

Fobias: Es un trastorno de salud emocional o psicológico que se caracteriza por un miedo intenso y desproporcionado ante objetos o situaciones concretas

Graffiti: Formas de inscripción o pintura, generalmente realizadas sobre mobiliario urbano.

Grafismos: Composición gráfica que trata de interpretar un mensaje a través de elementos ordenados.

Hermenéutica: es la interpretación de textos en la teología, la filología y la crítica literaria.

Hip hop: Movimiento artístico que surgió en Estados Unidos a finales de los años 1960 en las comunidades afroamericanas y latinoamericanas de barrios populares neoyorquinos.

Look: Aspecto físico o exterior.

Homogenización: Proceso consistente en conseguir la homogeneidad de una varios elementos.

Morfología: Disciplina que estudia la generación y las propiedades de la forma.

Mural: Imagen que usa de soporte un muro o pared.

Paper toys: Juguetes hechos de papel.

Post-graffiti: Estilo derivado del graffiti que abandona la caligrafía convencional para dar pasó a la imagen y elementos diversos.

Semiología: Disciplina que aborda la interpretación y producción del sentido. Esto significa que estudia fenómenos significantes, objetos de sentidos, sistemas de significación, lenguajes, discursos y los procesos a ellos asociados: la producción e interpretación.

Simbolismo: representación perceptible de una idea, con rasgos asociados por una convención socialmente aceptada. Es un signo sin semejanza ni contigüidad, que solamente posee un vínculo convencional entre su significante y su denotado, además de una clase intencional para su designado.

Sociogramas: Es una técnica que pretende obtener una radiografía grupal, es decir, busca obtener de manera gráfica, mediante la observación y contextualización, las distintas relaciones entre sujetos que conforman un grupo, poniendo así de manifiesto los lazos de influencia y de preferencia que existen en el mismo.

Sportswear: Ropa adecuada para una amplia gama de situaciones sociales.

Spray: Envase de algunos líquidos mezclados con un gas a presión, de manera que al oprimir una válvula salga el líquido pulverizado.

Sticker: Soporte de texto o imágenes impresas o serigrafiadas sobre una lámina de vinilo o papel en cuya parte posterior se ha dispuesto de una fina capa de adhesivo. Dentro del post-graffiti es una subcategoría en la que una imagen o mensaje aparece públicamente usando etiquetas adhesivas.

Subcultura: En sociología, antropología y estudios culturales para define a un grupo de personas con un conjunto distintivo de comportamientos y creencias que les diferencia de la cultura dominante de la que forman parte.

Tag: Refiere a la firma en el graffiti.

Target: Segmento de la demanda al que está dirigido un producto.

Urbe: Cualquier ciudad, especialmente grandes ciudades y capitales.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta.

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO

Escuela de Diseño Industrial

Encuesta

Edad: _____

Género: M o F

Instrucciones: Encierre en un círculo la respuesta seleccionada.

1. ¿Conoce sobre el movimiento artístico del graffiti en el Ecuador?

SI

NO

2. ¿Considera usted al movimiento artístico del graffiti atractivo para los jóvenes de su edad?

SI

NO

3. ¿Le gustaría que sus prendas de vestir incluyan detalles de Graffiti o estén inspiradas en ellos?

4. ¿Qué detalles le gustan más del graffiti?

Letras

Gráficos

5. ¿Apoyaría usted a artistas locales del graffiti en la compra de prendas inspiradas en este?

SI

NO

6. ¿Con que frecuencia adquiere usted prendas de vestir?

Cada mes

3 meses

6 meses

1 año

7. ¿Al momento de vestir que tipo de moda prefiere?

Urbana

Casual

Formal

Deportiva

8. ¿Influencia el costo de la prenda en su decisión de costo?

SI

NO

Anexo 2: Entrevistas.

ENTREVISTA A ARTISTA DEL GRAFFITI

ARTISTA: No Side

1. Graffiti: ¿Arte o vandalismo?

Ambas... para mí es un arte, pero a veces al dueño de la casa no le gusta....

2. ¿Qué te atrajo hacia el graffiti?

Me gusta ver nacer arte de donde parecería que solo hay pintura vieja o paredes tristes

3. ¿Cómo empezaste en el mundo del Graffiti?

Pintando en casas de amigos... les gustaba mis dibujos, así que algunos me pedían que los plasme en sus paredes... gran idea!

4. ¿Qué buscas transmitir con tu obra?

La verdad soy muy egoísta al respecto... no tengo mensajes morales ni ecológicos... comúnmente esos son solo dobles discursos. No puedes ser ecológico si estas usando un montón de latas contaminantes... pero bue... solo trato de sacar los demonios que tengo dentro...

5. ¿Qué es lo que engloba el mundo del Graffiti en nuestro país?

Bueno... últimamente engloba un poco de moda jeje... pero me gusta que esta clase de cosas se vuelvan populares. Diría que hay una falta de apoyo... pero hey!.. Se supone que el auténtico graffiti es ilegal... me gustaría mas prohibiciones para poder rayar más!

6. ¿En qué contexto ubicarías al graffiti ecuatoriano?

Evidentemente social, creo que no puede ser de otra manera.

7. ¿El graffiti se representa únicamente por las latas (Sprays), o conviven varias técnicas en el graffiti ecuatoriano?

Conviven varias técnicas. De hecho... personalmente prefiero las brochas porque manchan más jeje... el graffiti representa lo que plasmas... no tanto como lo haces, sino la idea

8. En nuestro país, ¿existe un estilo predominante en la escena del graffiti?

Yo he estado he notado lo siguiente: 70% son tags, 20% lo que yo llamo "homies" que es una mezcla de tags con personajes urbanos. 5% frases inteligentes, 5% freestyle artístico... sin tomar en cuenta las propagandas políticas... que eso si es un asco. Capaz estoy mal... pero es lo que he notado.

9. Graffiti y legalidad ¿cómo conviven?

Los graffiti legales es chévere porque se tiene mucho más tiempo para terminar tu obra... aunque siempre que esto pasa... yo tiendo a sentirme como el man que pinta teletubies afuera de las guarderías.. Definitivamente los ilegales tienen más encanto

10. Finalmente, ¿qué futuro podrías predecir, para el graffiti de nuestro país?

La gente creo que se muestra de mejor semblante hacia este arte... yo creo que a futuro va a ser mucho mucho más difundido, porque creo que se ha roto el estigma... creo que en gran parte por el detonarte.

ARTISTA: Belen Bike

1. Graffiti: ¿Arte o vandalismo?

Las dos

2. ¿Qué te atrajo hacia el graffiti?

Hago Arte Urbano, soy ilustradora y me gusta la versatilidad y plasmar mis dibujos mediante cualquier soporte.

3. ¿Cómo empezaste en el mundo del Graffiti?

Hace poco más de dos años, empecé haciendo. Pero fue mucho más fuerte en el Festival Detonarte 2010.

4. ¿Qué buscas transmitir con tu obra?

Sensaciones positivas.

5. ¿Qué es lo que engloba el mundo del Graffiti en nuestro país?

Como artista urbana podría decirte que tengo poca información acerca del graffiti.

6. ¿En qué contexto ubicarías al graffiti ecuatoriano?

Ninguno.

7. ¿El graffiti se representa únicamente por las latas (Sprays), o conviven varias técnicas en el graffiti ecuatoriano?

Como te mencioné soy artista urbana y en cuanto a eso puedo decirte que se puede usar cualquier medio, desde spray, acrílico, detonar paredes, petróleo, stickers, papeles, posters... de todo!

8. En nuestro país, ¿existe un estilo predominante en la escena del graffiti?

En mi apreciación personal puedo decirte que Latinoamérica está manejando no sé si consciente o inconscientemente cromáticas muy vivas en personajes.

9. Graffiti y legalidad ¿cómo conviven?

Como artista urbana puedo decirte que no he tenido ningún inconveniente, de hecho hay mucho apoyo por las personas del barrio ya que les gusta ver color en su barrio. En cuanto a los graffiteros creo que es otra historia.

10. Finalmente, ¿qué futuro podrías predecir, para el graffiti de nuestro país?

En cuanto al arte y graffiti puedo decir que estamos en crecimiento y que hay mucha apertura de las personas. Hay más gente organizando y muchos chicos que se arriesgan al arte.

Budo Ka Chan

1. Graffiti: ¿Arte o vandalismo?

Ambos

2. ¿Qué te atrajo hacia el graffiti?

Empezar a pintar

3. ¿Cómo empezaste en el mundo del Graffiti?

Pintando

4. ¿Qué buscas transmitir con tu obra?

Es algo indefinible. Trabajo con conceptos de solo estética que de hecho generan distintas interpretaciones en cada persona que los ve.

5. ¿Qué es lo que engloba el mundo del Graffiti en nuestro país?

A los que salen a las calles a pintar.

6. ¿En qué contexto ubicarías al graffiti ecuatoriano?

Hablando técnicamente muchos aspectos q irían de lo cotidiano a lo mundano.

7. ¿El graffiti se representa únicamente por las latas (Sprays), o conviven varias técnicas en el graffiti ecuatoriano?

El graffiti tradicionalmente comenzó con las latas, pero ahora se usan todo tipo de materiales. Cualquier cosa que pinte es válida y no veo la diferencia

8. En nuestro país, ¿existe un estilo predominante en la escena del graffiti?

La verdad no sabría decirte, pero pienso que en lo que es letras y también personajes, falta bastante por desarrollar todavía.

9. Graffiti y legalidad ¿cómo conviven?

El arte urbano poco a poco entra en un proceso de reconocimiento y legalización por parte del mundo del "arte oficial", y ese proceso deriva en un control y una uniformización de técnicas y estilos que yo no veo como positivo.

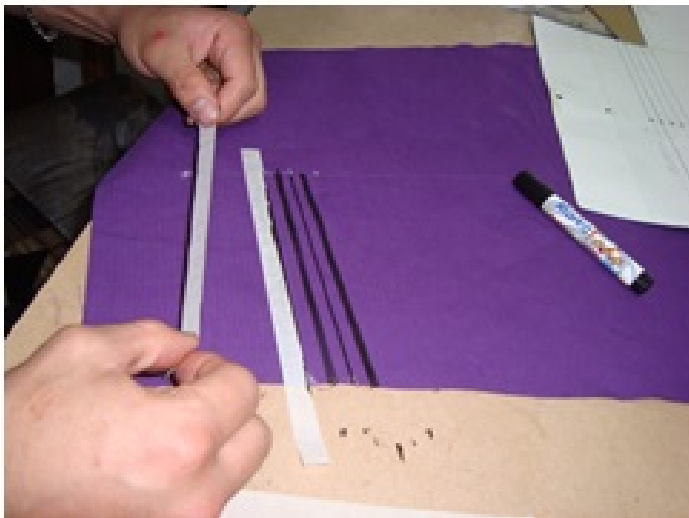
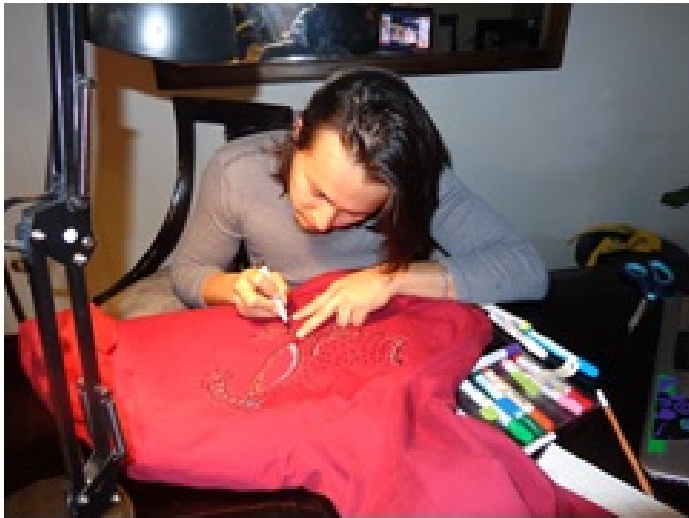
10. Finalmente, ¿qué futuro podrías predecir, para el graffiti de nuestro país?

No me atrevería a predecirlo.

Anexo 3: fotografías del Proceso







Anexo 4: Fotografías del Producto Terminado









