

# Diseño de la imagen del entorno a partir de los elementos de identidad de una Tribu urbana.

Caso: Comunidad  PUNK





---

Introducción	<b>5</b>
--------------	----------

---

Capítulo 1. Definición del Problema y delimitación del proyecto	<b>7</b>
Antecedentes	<b>8</b>
Definición del Problema	<b>11</b>
Problema central y elementos del problema	<b>14</b>
Objetivos	<b>18</b>
Usuario	<b>19</b>
Justificación	<b>20</b>
Alcance	<b>21</b>
Análisis del contexto	<b>22</b>
Propuesta Metodológica	<b>25</b>

---

Capítulo 2. Aspectos conceptuales y teóricos fundamentales en el proyecto.	<b>27</b>
La Cultura	<b>28</b>
El fenómeno neo-tribal	<b>31</b>
La Subcultura Punk	<b>36</b>
Diseño Gráfico y Comunicación Visual	<b>39</b>
Identidad Visual	<b>42</b>
Diseño Gráfico en el espacio y los objetos	<b>43</b>
Análisis de elementos visuales	<b>46</b>
Identificación y análisis de los elementos visuales de la comunidad Punk	<b>49</b>

---

Capítulo 3. Desarrollo de la propuesta de diseño.	<b>59</b>
Planteamiento de una solución de Diseño	<b>60</b>
Desarrollo de la propuesta.	<b>62</b>
Bocetos	<b>66</b>
Propuesta de diseño	<b>91</b>
Presentación	<b>97</b>
Conclusiones y recomendaciones	<b>101</b>

---

Folleto (anexo)	<b>105</b>
Bibliografía	<b>106</b>



# Introducción

El presente proyecto analiza un movimiento juvenil producto de uno de los fenómenos culturales contemporáneos presentes en la ciudad de Quito, las “tribus urbanas”, de las cuales se ha escogido como caso de estudio a los Punk.

A lo largo de esta publicación se muestra el proceso de desarrollo de una propuesta de diseño gráfico planteada a partir del estudio de los elementos visuales característicos de la comunidad Punk, que informa sobre esta cultura juvenil y sus formas de expresión, interactuando con el que hacer cotidiano de nuestro público dentro del espacio urbano.



# Definición del problema y delimitación del proyecto

 capítulo I

# Antecedentes

**E**n la actualidad, la juventud maneja diferentes formas de asociación que se dan por la búsqueda de una identidad cultural y una identificación dentro de la sociedad, la misma que a dado cabida a la conformación de las denominadas Tribus Urbanas.

Según Francisco Cevallos (2006), coordinador del SIJOVEN, investigador principal y autor de las publicaciones “La situación de la juventud en el Ecuador”, las tribus urbanas componen una gran parte de las agrupaciones casi siempre juveniles en las que la gente se relaciona en su tiempo ocioso o simplemente por su modo de vida. Estas tribus conforman una serie de cultura y arte a su alrededor para el desarrollo de su moral o estilo de vivencia y todas ellas vienen marcadas por una profunda carga emocional gracias a esa búsqueda por la realización personal o comunal. “El siglo XXI aún no ha producido ninguno de estos clanes, sino que mas bien se han ido agrupando alrededor de intereses comunes para poder luchar por su causa desde un flanco mayor”. (Cevallos et al. 2006 p.34)

Las Tribus Urbanas o subculturas juveniles, punks, góticos metaleros, hippies, hip-hops, skaters, skinheads, rastas, hard-cores, emos, entre las principales, conforman una gran parte de las minorías, que junto con otras comunidades específicas tales como son comunidades de homosexuales, lesbianas, transexuales, trabajadoras sexuales, drag queens, entre otras, comparten problemáticas comunes, estereotipos y prejuicios visuales, las mismas que no han permitido que sus necesidades y derechos sean atendidos a pesar de que la ley defiende los mismos, el derecho a la vida Cultural de la Juventud y el Derecho a la Identidad Cultural y a la Identificación.

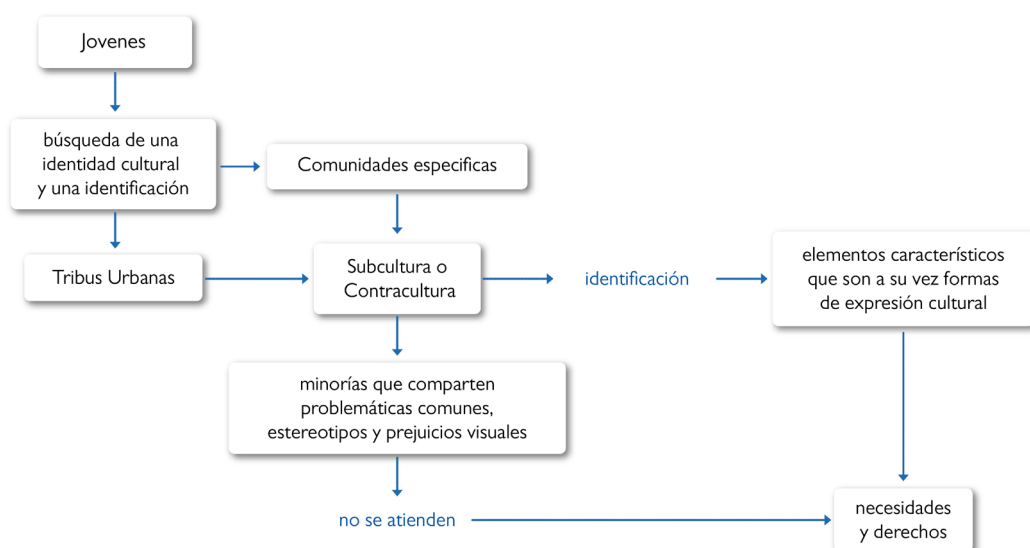
Cevallos (2006) indica que al tratar el Derecho de la Juventud a participar libremente de todas las expresiones culturales se debe reflexionar sobre todo lo que se puede concebir como vida cultural. Dentro del análisis desde la legislación especializada realizada por el SIISE (Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador), sistema de información a cargo de la Dirección de Gestión de Información Socioeconómica del Sector Social, que reúne las estadísticas sociales disponibles en el país, procesa la información, elabora indicadores y los difunde de manera permanente para el diseño y evaluación de políticas sociales, toma de decisiones y elaboración de estudios e investigaciones sobre las condiciones de vida de la población ecuatoriana, se plantea que “no existe una sola vida cultural, tampoco esta responde únicamente a los rasgos étnicos” (SIISE, 2008 p. 33). Se plantea además el existir de “un ser y estar particular de los jóvenes, caracterizado sobre todo, por una composición contemporánea, urbana, que configura culturas espe-

cíficas y diversas en adolescentes y jóvenes” (Cevallos et al. 2006 p.33). Analizando esta diversidad cultural particular de los jóvenes encontramos una búsqueda de ellos hacia una identificación cultural propia, la misma que en gran medida nace y se ve reflejada en sus preferencias musicales, formas de vestir, el uso de símbolos o signos y otros referentes utilizados como medios de expresión, los cuales son tachados como incorrectos imposibilitando a las juventudes el uso de estos medios de expresión y al mismo tiempo privándolas de comunicar visualmente su identidad.

El SIISE y el SIJOVEN (2006) afirman la existencia de dos situaciones que pueden llegar a comprometer los derechos de expresión cultural de la juventud en su búsqueda de identificación frente a la sociedad, se enfrenta por un lado la resistencia o choque que puede producir la diferenciación cultural que plantean las subculturas frente a la cultura dominante y por otro un conflicto político-económico que busca unificar a la sociedad dentro de una cultura dominante que responde a intereses y demandas de los aparatos políticos, económicos, culturales, en síntesis aparatos de poder. (Cevallos et al. 2006)

“Adolescentes y jóvenes, a través del lenguaje, el vestuario, los tatuajes, el cabello –elementos característicos de culturas juveniles–, disponen de un juego imaginario de producir la diferencia que los identifique entre sí y los diferencie de los otros jóvenes y, principalmente, frente a una sociedad adulta que, por su parte, entre prejuicios y estereotipos, atribuye que esas prácticas y comportamientos buscan ponerles en aprietos e irrumpir en los espacios públicos con sus fachas y estruendosos ritmos musicales; éticas y estéticas que, consideradas molestias sociales son discriminadas, condenadas y reprimidas.” (SIJOVEN, 2006)

Los elementos característicos de las culturas juveniles, que consiguen su identificación son a su vez formas de expresión cultural. Estas comunican sus posturas frente a la sociedad ideológica y política. Elementos de identidad y expresiones culturales necesarios de ser defendidos y protegidos, salvaguardando la seguridad de los integrantes de estas culturas juveniles.



La Ley de la Juventud protege estos derechos y defiende la obligatoriedad del Estado para “preservar la identidad de los niños, niñas y adolescentes y sancionar a los responsables de la alteración, sustitución y privatización de este derecho”(Art. 33); garantiza “el derecho a conservar, desarrollar, fortalecer y recuperar su identidad y valores espirituales, culturales, religiosos, lingüísticos, políticos y sociales y a ser protegidos contra cualquier tipo de interferencia que tenga por objeto sustituir, alterar o disminuir estos valores”(Art. 34); y Reconoce el respeto a “su Libertad (... y) su dignidad, autoestima, honra, reputación e imagen propia. Deberá proporcionarles relaciones de calidez y buen trato fundamentadas en el reconocimiento de su dignidad y el respeto a las diferencias”(Art. 51).(Código de la niñez y Adolescencia, 2002 )

A pesar de estar protegidos legalmente dentro de el marco constitucional, las culturas urbanas sido presa de prejuicios y discriminaciones, que como ya mencionamos con anterioridad no han permitido que sus necesidades y derechos sean atendidos desembo-cando en problemas mayores y en sucesos lamentables, citamos como muestra de ello un caso en particular de gran importancia por su impacto en la sociedad y los medios, y la polémica desarrollada alrededor del tema: el caso “Factory” acontecido en la ciudad de Quito el 19 de Abril del 2008.

“Un concierto de rock que terminó en un incendio dejó al menos trece muertos en Quito. Autoridades de Policía confirmaron la cifra, aunque se especulaba que el número de víctimas sería mayor.

En la discoteca Factory, ubicada al sur de la capital se desarrollaba el evento ayer en la tarde cuando, según testigos, una bengala provocó el fuego.

En el lugar de diversión había 300 personas, entre adultos y menores de edad, revelaron los bomberos. Los heridos llegan a 45 y fueron trasladados a diferentes casas de salud.

Un miembro de los organismos de socorro dijo que la discoteca es un lugar bastante cerrado, de alrededor de 800 metros cuadrados. Sus paredes son de latón (zinc) y fue cercado para investigaciones y por seguridad.”(<http://www.eluniverso.com>, 2008)

Entre los aspectos más importantes para nuestro tema de estudio frente a este hecho, más allá de demostrar la falta de acceso que tiene la juventud a espacios idóneos para ejercer su vida cultural (considerando que todo espacio idóneo para un evento público contempla dentro de sus medidas preventivas de seguridad la posibilidad de que se oca-sione un siniestro y como actuar frente al caso), está la polémica que se armó alrededor del tema. El concierto de metal gótico del caso Factory manejaba en su publicidad el nombre de Ultratumba, lo cual fue interpretado de varias maneras, algunas muy nega-tivas, incluso llegando a asumir que el hecho se suscitó por que en sí esta subcultura buscaba la muerte y que ello se reflejaba en el nombre del evento, tachándolos como formas de cultura incorrecta desde una perceptiva basada más en prejuicios y estereoti-pos que en un conocimiento real acerca de esta subcultura urbana.

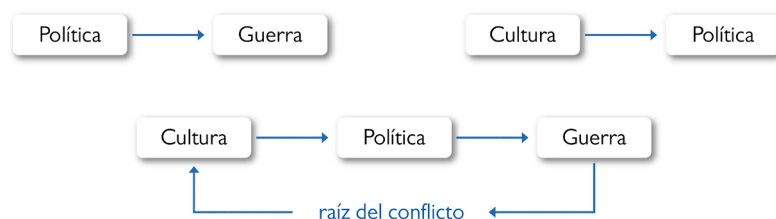
# Definición del Problema

**S**ocialmente hay un gran conflicto en tanto a lo que se refiere a diferencias culturales, y a la identidad individual de cada persona, el cual ha sido abordado desde diferentes disciplinas. Siendo los elementos visuales que conforman la identidad de cada persona uno de los componentes más importantes y a su vez más conflictivos, será este el punto de partida que tomaremos para abordar el tema dentro de la disciplina del Diseño y la Comunicación visual.

Definimos entonces la problemática: **La identidad visual de una tribu urbana o comunidad específica, en este caso en particular la comunidad Punk, crea un conflicto en la sociedad que a dado como resultado la marginación de este grupo.**

La Cultura como Conflicto, partimos de la premisa establecida por Luis Brito Gracia (1994), doctor en derecho con estudios avanzados sobre América Latina, escritor y profesor de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Central de Venezuela, “La guerra como continuación de la política, y la política como continuación de la cultura”(Brito García, 1994 p.15). La cultura da las primeras pautas de conducta necesarias para regir las relaciones entre los integrantes de un grupo, la sociedad. Así como la guerra estalla cuando el aparato político no encuentra forma de alcanzar sus propósitos y encuentra en la intervención armada el último medio para alcanzarlos, de la misma manera la política nace para definir leyes que dictan normativas para todo lo que la cultura no abarca como forma de estructuración social. A partir de este análisis podemos determinar que en si la raíz de los conflictos puede detectarse en la cultura, siendo esta cultura dominante y sus regímenes operados por sistemas políticos y económicos, a través de medios másivos y parámetros ideológicos, para proteger los sistemas sociales que responden a los propósitos del aparato político.

La Cultura como Conflicto:



Brito García (1994) indica que los conflictos culturales nacen cuando ante la cultura dominante surge una subcultura que la contradice abiertamente, si esta subcultura esta compuesta por una cantidad importante de cultores la cultura dominante no puede deshacerse de ellos mediante el aislamiento o la aniquilación, ya que esto no es sostenible desde un punto de vista político-económico, por lo cual debe coexistir con esta subcultura manejando una defensiva ideológica que la desvalore con el objetivo de absorberla, negando así su propia capacidad de adaptación y evolución.

Encontramos así, a estas formas de cultura manejadas por la juventud en mayor o menor medida contestatarias frente a la cultura dominante, amenazadas y forzadas a sumarse a la misma y su régimen, que las discrimina y reprime comprometiendo sus Derechos de Identidad y Vida Cultural a pesar de la obligatoriedad que tiene el estado para hacer respetar los mismos, estos han sido violentados a causa de su desconocimiento, de estereotipos y de prejuicios. Los cuales nacen a partir de sus diferencias culturales y sus manifestaciones, muchas de ellas netamente visuales y plasmadas en sus estéticas o “fachas” como medios de identificación.

Este conflicto cultural desemboca en la represión a la identidad visual de las personas y grupos que comprenden estas subculturas forzándolos a someter su identidad para poder desenvolverse dentro de la cultura dominante o en el caso contrario condenándolas a la marginación (automarginación) obligada de coexistir en términos espaciales de una manera conflictiva en la que se irrespeta su dignidad, autoestima, honra, reputación e imagen propia, en un espacio de continua agresión mutua.



En una sociedad con una cultura dominante bastante conservadora como es la nuestra, que todavía no se maneja enteramente en una dinámica global, estas nuevas formas de cultura no son aceptadas creando una brecha entre estas juventudes continuamente crecientes y la sociedad que establece la cultura dominante.

La Comunidad Punk (de la cual más adelante profundizaremos), de origen contracultural, se ha establecido como una de las Tribus urbanas más controversiales, manejando

estéticas que chocan contra toda convención, a sentido con mayor fuerza este conflicto social y es una de las más mitificadas con prejuicios y estereotipos.

”La estética Punk buscaba rehuir de todas las convenciones aceptadas, por lo que los Punks adoptaron elementos tales como cortes de pelo intencionalmente mal hechos (que derivaron en las típicas crestas), teñidos capilares en colores inusuales (rojo, verde, azul), botas demasiado grandes y sin atar, collares y muñequeras de pinchos y ropa rota, pintada y con parches” (García Pirela, Ensayista, Mgs. en Ciencias Penales y Criminológicas y, Profesora Asistente de Cátedra de Derecho Penal en la Universidad del Zulia. <http://www.insumisos.com>).

# Problema central y elementos del problema

La necesidad inmediata que pretendemos resolver refiere a la necesidad de identificación que presentan los movimientos juveniles, la cual se ve comprometida por una defensiva ideológica que desvaloriza y tacha como negativas a estas formas de cultura. Es necesario entender como se originan sus prejuicios.

Pere-Oriol Costa (1996), Catedrático de Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona, plantea que a partir del surgimiento de la posmodernidad nacen dentro de las grandes ciudades grupos juveniles que presentan rasgos comunes, entre estos se identifica como más llamativo el situarse al margen de lo que se considere oficial en una cultura. Según Él, las formas de agrupación ancestrales consisten en el establecer un limite territorial que une a los que están dentro y separan a los que están fuera de el, esta forma de agrupación corresponde a la formación de las ciudades, las cuales distinguen al espacio interior como seguro y al exterior como inseguro.

A partir del surgir de la posmodernidad y la globalización de la información a través de los medios de comunicación (Internet como elemento protagonista que rompe las barreras físicas para la circulación de la información), el espacio y sus limites pierden sentido y funcionalidad como elemento que define las agrupaciones sociales. Es decir las personas ya no se limitan a lo cercano inmediato y su identidad ya no responde a una localización geográfica reducida, perdiendo entonces el sentido cultural del espacio, convirtiéndose este tan solo en el ámbito en el cual circulan, sin ofrecerle un referente de identidad. A este fenómeno se lo denomina “vaciamiento cultural del lugar”(Costa, Pérez, Tropea, 1996 p.29), y como indica Costa (1996) los individuos pertenecen cada vez menos a un lugar y así como la cultura, estos se han globalizado.

El autor también explica que este vaciamiento cultural del lugar provoca una sensación de vacío psicológico dado por la pérdida de seguridad que ofrecían las antiguas barreras territoriales. Al ya no existir los limites externos de la sociedad conformados por las fronteras, estos tienen que hacerse internos, buscando el reconstruir esta forma de crear identidad. Estas barreras internas se vuelven simbólicas, al mismo tiempo el peligro que antes se encontraba fuera de las fronteras, se vuelve simbólico y una sociedad urbana que ya no distingue claramente lo interior de lo exterior no puede disolver barreras, por lo cual tiende a fragmentarse a partir de estas.

“El racismo, la xenofobia, el radicalismo étnico y los mecanismos de marginación de determinados grupos sociales son el resultado del desplazamiento de las fronteras físicas a las fronteras físico-simbólica espacial a la frontera simbólica interior” (Costa et al. 1996 p.30). Es decir lo que antes fue rechazo a lo exterior se transforma en rechazo a lo diferente, este rechazo a lo diferente y a lo diverso es uno de los elementos que conforman la base del conflicto que compromete la necesidad de identificación juvenil dentro del cual se pretende intervenir.

Este rechazo a provocado una automarginación por parte de los cultores de la comunidad punk quiteña, realizando gran parte de actos relacionados con su vida cultural de la forma más desapegada posible a la cultura dominante, impidiendo así el existir de un diálogo continuo entre estas, el mismo que como más adelante explicaremos, es necesario para que se desarrollen los procesos dialécticos de los cuales necesita todo aparato cultural para su continua evolución.

Elementos y aspectos principales que deberán ser tomados en cuenta por el proyecto



Pareja punk en una casa ocupa en un sector alejado de los comúnmente transitados por los habitantes de Quito

Dentro de los factores claves para entender el proyecto destaca la necesidad de definir aspectos conceptuales que nos ayuden a entender la problemática a partir del funcionamiento de los aparatos culturales y entender como funciona la dialéctica como propuesta de solución a las posiciones opuestas manejadas por los dos sectores de usuarios identificados, para trabajar en una propuesta de diseño que proponga un clima expresivo dentro del espacio con objetivo de lograr activar el diálogo entre estos opuestos, dando la oportunidad de generar respeto y creando un mayor grado de tolerancia entre la diferentes formas de cultura.

Es necesario además estudiar de que manera se va a desarrollar el proyecto desde la óptica del diseño y la comunicación visual, y como van a ser estos los que jueguen el

papel protagonista al momento de definir la imagen del entorno que proponga el clima expresivo deseado y necesario para la solución a la problemática. Para ello debemos identificar y analizar los elementos visuales que conforman la identidad de la comunidad Punk, a partir de los cuales se desarrolle la propuesta gráfica buscando la identificación de esta con la comunidad estudiada.

También es necesario entender fenómenos y elementos que forman parte del problema, entre ellos la conformación de las tribus urbanas como movimientos culturales, el funcionamiento de la cultura y el papel que juegan las subculturas o contra culturas dentro de esta.

#### Aspectos funcionales (ergonómicos y mecanismos)

Para un correcto funcionamiento del proyecto es necesario determinar el lugar dentro del que se intervendría y realizar su esquematización, con medidas del espacio tridimensional y de sitios destinados al público.

Para definir donde vamos a intervenir es necesario tomar en cuenta ciertos parámetros, principalmente el que sea un espacio de uso cotidiano tanto para cultores de la cultura dominante como la comunidad punk. Se identifican en primera instancia los lugares dentro de Quito en los que se reúnen o desarrollan su vida cultural la comunidad Punk, encontrando a “la zona” (como la llaman los ellos además de otros) como unos de los principales lugares de reunión de la comunidad que es en si un espacio público dentro de la ciudad, además de este existen varios sitios de reunión, por ejemplo: casas, bares y locales utilizados para eventos o conciertos. En si aquellos son considerados como espacios para conocer la cultura Punk mas no de intervención para el proyecto por el hecho de que en ellos no hay inter-relación entre los Punks y el resto de la sociedad.

A partir de este análisis se buscan otras opciones, dentro de las cuales destacan los sitios donde se desenvuelven cotidianamente y comparten con la cultura dominante como trabajos, lugares de estudio, centros comerciales, entre otros de los cuales se plantea a los espacios destinados para el transporte como una opción favorable a ser tomada en cuenta.

Para dicha intervención se deberá analizar como operan estos espacios de transporte, como circula la gente en ellos, el mobiliario presente, manejo de la iluminación natural durante día y tarde, y artificial durante la noche, e identificar a partir de estos parámetros cuales son los espacios idóneos para la implantación de imágenes, tamaño y altura necesarios para su visibilidad, y el manejo de la gráfica preexistente dentro de ellos.

#### Aspectos tecnológicos (materiales, procesos, costos)

Es necesario tomar en cuenta que al ser un espacio público no es factible el uso permanente de este para el proyecto por lo cual se deberá optar por opciones en cuando a materiales y procesos que faciliten su implantación de manera itinerante, considerando además su exposición al sol, smog entre otros agentes y usar métodos de impresión resistentes al medio además de otras técnicas que puedan adaptarse de mejor manera al entorno urbano, como stencils u otras.

### Aspectos expresivos (preceptuales y simbólicos)

Hay que analizar cual debe ser el clima expresivo óptimo para la implantación, tratando simbólicamente los elementos de la identidad Punk para producir este clima expresivo que permita invitar al diálogo y la tolerancia. Al ser estos elementos de identidad Punk opuestos y críticos frente a la cultura dominante con un tratamiento visual que expresa bastante agresividad se debe tener mucho cuidado en el análisis y en el trabajo con los mismos buscando el transmitirlos al público de la manera más amistosa posible.

### Incidencia Social

Frente al contexto de acción el Diseño puede mantener una relación “autorreferencial, sociocultural o económica” (Arfuch et al, 1997 p.72), apuntando este proyecto a realizar un aporte sociocultural por encima de los aspectos económicos o autorreferenciales.

Hay que tener en cuenta que estamos tratando con movimientos juveniles y por ello una intervención con un aporte sociocultural repercute también en aspectos económicos. Se calcula que en Quito aproximadamente uno de cada cuatro habitantes es joven y a su vez se establece que la economía familiar en el Ecuador esta sustentada por el aporte juvenil en promedio del 52% de ingresos al hogar (datos tomados del Sistema Nacional de Indicadores), a partir de estos datos se puede asumir en sí que la integración de estas formas de cultura manejadas por la juventud pueden manejar beneficios tanto culturales como económicos para varios sectores a pesar de que estos no sean inmediatamente tangibles o no puedan ser expresados en cifras que muestren una rentabilidad directa del proyecto a partir de generar ganancias a quien lo implante.

# Objetivos

## Objetivo General

Hacer saber a la sociedad sobre la tribu urbana Punk local y sus características visuales de identidad, generando así mayor conocimiento sobre su cultura.

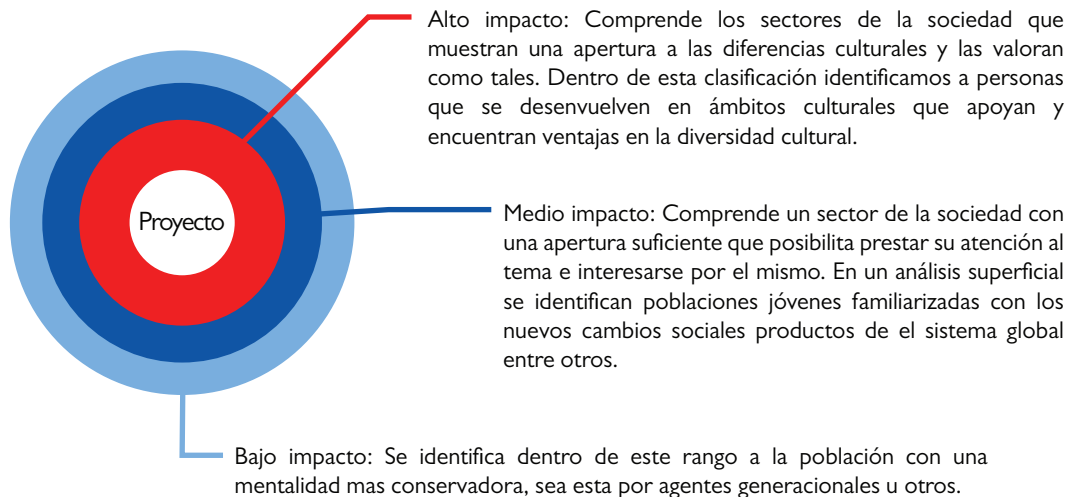
## Objetivos Específicos

- Recopilar los datos y conocimientos necesarios para entender y trabajar a partir de la cultura Punk.
- Identificar y analizar los elementos de identidad visual que definen a la comunidad Punk.
- Clasificar los elementos visuales que se servirán de referentes para el desarrollo de productos gráficos.
- Elaborar una propuesta de diseño orientada a promover el diálogo entre las diferentes formas de cultura.
- Establecer una estrategia de exhibición que permita llegar al público de una manera efectiva e interactuar con su entorno.

# Usuario

## Público Objetivo

Se establece como público objetivo al sector de la sociedad que opere en el espacio a intervenir, dentro de la cual identificamos diferentes niveles de impacto que se definen por las diferencias en apertura y tolerancia que muestran las personas integrantes de la comunidad Quiteña. Para clasificar el nivel de impacto que se puede generar se ha dividido el mismo en tres niveles:



## Beneficiarios

En principal instancia sería beneficiada la comunidad que se tiene como objeto de estudio, la comunidad Punk local, ya que se estaría aportando a la desmitificación de la misma. Además es de beneficio social ya que se eliminan brechas que son causas de conflictos y aporta a compartir diferencias culturales, las mismas que pueden enriquecer a sectores muy diversos de la sociedad.

# Justificación

Algunos de los motivos de más importancia que justifica el porqué de la realización de este proyecto están dados por las formas en que se construyen y evolucionan los aparatos culturales y la necesidad de la creación de subculturas y contraculturas para dicho proceso.

En nuestra comunidad cada día son más los jóvenes que participan de la vida cultural dentro de subculturas o contraculturas y en una sociedad en la que el modelo de cultura dominante se ha establecido desde el punto de vista de la sociedad adulta, que descalifica e incluso llega a catalogar como una falta de cultura las formas de vida cultural que manejan las juventudes, se ven obligados a vivir en un espacio que continuamente los desvaloriza como agentes culturales dentro de la sociedad y que interfiere con la formación de una personalidad propia.

Es por eso que considero de suma importancia el aporte social que realiza este proyecto, mucho más desde el punto de vista de la comunicación visual, puesto que es un problema social que atenta contra las formas de expresión de las personas, muchas de las cuales son elementos de identidad de la juventud y han sido mitificados y cargados de un sinnúmero de prejuicios atentando contra sus derechos a la vida cultural y obligándolos a adoptar modas y elementos de identidad que aparecen como estándares de lo correcto dentro de la sociedad.

La comunidad Punk sin duda alguna es una de las más mitificadas dentro de la sociedad teniendo que violentar su identidad visual para poder desenvolverse dentro de la comunidad. Siendo unas de las tribus urbanas más expresivas culturalmente se presenta como necesario el desarrollo de una propuesta que comunique e informe a la comunidad sobre ella y aporte en los procesos de desmitificación de las misma.

Desde un punto de vista personal, habiendo participado en algunos momentos de mi vida como cultor de estos movimientos juveniles, considero que como comunicadores visuales no se puede pasar por alto el hecho de que estas formas de expresión están constituidas por un sin número de elementos gráficos que conforman la identidad visual de las personas y les otorga la facultad de comunicar visualmente sus ideologías y ponencias. Sumándose a este hecho, los fenómenos neo-tribales se han constituido como un motor generador de una gran producción en espacios artísticos, deportivos y culturales entre otros, producción que es necesario sea valorizada como tal, especialmente naciendo esta de una pasión por la misma mas que de motivaciones externas.

# Alcance

El estudio y análisis de todos los elementos de realidad que constituyen el problema esta delimitado en un espacio territorial que abarca la ciudad de Quito, se delimita principalmente porque como lo menciona Oriol Costa estos fenómenos neotribales tienen lugar en espacios urbanos, en ciudades y grandes metrópolis como lo es Quito dentro del Ecuador.

La ciudad y su funcionamiento presentan necesidades comunes para todos quienes habitan en ella, entre estas encontramos la necesidad del transporte, la cual crea espacios de uso cotidiano a los que atienden la gran mayoría de quienes circulan por la ciudad, son estos los identificados como espacios óptimos de intervención para el proyecto, limitándonos a escoger un sistema de transporte que presente las condiciones más beneficiosas para intervenir, La Ecovía.

La línea de transporte Ecovía tiene una participación del 6.9% dentro del transporte urbano local transportando a 151,892 pasajeros por día en su circuito “Troncal 6 de Diciembre”, de los cuales se pretende alcanzar a un 10% de ellos interviniendo 3 de sus 18 estaciones durante un periodo de 30 días que se mantendría instalada la exhibición.

En el alcance de la investigación, se estudiará en primera instancia las subculturas y contraculturas, su relación con la cultura dominante y la forma en que estas circulan dentro de ella. A partir de este estudio nos adentraremos en los fenómenos juveniles neo-tribales urbanos para desde allí estudiar el caso de la tribu urbana Punk.

En el desarrollo de productos finales, se llegará a trabajar la incursión dentro de espacio a través de el uso de elementos que muestren como sería la aplicación física del proyecto, se considera entre estos la utilización de imágenes demostrativas o el uso de maquetas que permitan comprender como funcionaria la implementación del proyecto.

# Análisis del contexto

Quito, ciudad capital del Ecuador es a su vez el centro político de la República, sede de los principales organismos gubernamentales, culturales, financieros, administrativos y comerciales del país. Fue la primera ciudad declarada, junto a Cracovia en Polonia, como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, y en el 2008, Quito fue nombrada sede de la Unión de Naciones Suramericanas (Unasur). (www.quito.gov.ec 2010)

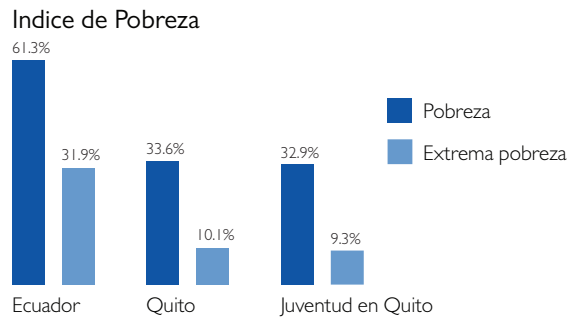
Cuenta con una extensión de 12 000 kilómetros cuadrados y una altura sobre el nivel del mar de 2 800 metros, alberga a 1.842.201 habitantes de los cuales 1,640,478 habitan en el área urbana. La población de la ciudad es en su mayoría de aspecto mestizo, existiendo en menor cantidad otras razas como negros, indígenas y matices extranjeras, debido al constante incremento de residentes extranjeros.

En el análisis social de Quito nos centramos en la situación de la juventud, sector de la población en el cual surgen las tribus urbanas que son nuestro objeto de estudio. Se procurará trabajar en su mayoría con indicadores que muestren la realidad de Quito pero en el caso de no contar con los mismos se hará referencia a indicadores a nivel nacional. (Todos los indicadores tomados de SIISE 2008)

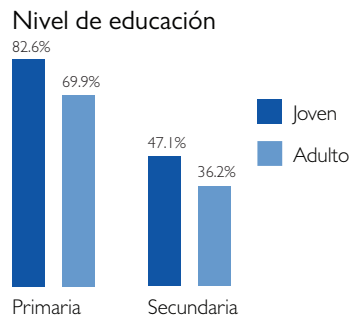
Como punto de partida observamos que aproximadamente uno de cada cuatro habitantes de Quito es joven (se considera población joven a la que se encuentra entre 15 y 29 años de edad) con una total de 543 161 habitantes jóvenes (a partir del censo realizado en el año del 2001).

La situación económica de la población es uno de los elementos que inciden en la aparición de esta formas de cultura, muchas de ellas provenientes de sectores económicamente no muy favorecidos, en una entrevista realizada a Luis Auz (comunicación personal, 16 de mayo de 2012), *grafitero*, gestor cultural y tallerista perteneciente a Neural Industrias Creativas y organizador de uno de los festivales más importantes de arte urbano en la ciudad “Detonarte”, este indica que es justamente en los sectores económicamente menos favorecidos del espacio urbano en los cuales proliferan estas formas de expresión cultural lo cual se ve altamente reflejado en la producción de gráfica urbana.

Con respecto a la ciudad de Quito observamos altos índices de pobreza, a pesar de estar por debajo de los niveles que se manejan a nivel nacional.



Otro punto de importancia a analizar es el nivel de educación que maneja la población, dentro del cual se aprecia que la población joven tiene un mayor acceso a la misma que la que tuvieron generaciones anteriores, hoy población adulta.



Al tratar un fenómeno global como son las subculturas juveniles en el contexto actual, el acceso a la información específica mediante un ordenador y el acceso a Internet son puntos importantes a conocer. Existe una brecha generacional la cual se ve ampliamente reflejada en el manejo de la tecnología, gran parte de la población joven, corresponden a la llamada “Generación Y” o “Generación Nintendo” que se caracteriza por ser la primera generación que creció rodeado de tecnología y que vivió en sí el auge de los medios de comunicación (Internet, SMS, teléfono móvil, etc...), prácticamente crecieron en un medio digital, muy diferente del medio en el que se desarrollaron las generaciones anteriores. Este entorno tecnológico a dado a esta generación características particulares que las diferencian de la generaciones anteriores:

- Los representantes de esta generación buscan de forma más activa la experiencia internacional.
- Presentan una baja resistencia al cambio y una mayor tolerancia a la diferencia que facilita la diversidad.
- La información no es poder como para generaciones anteriores, sino que el compartir conocimiento genera más conocimiento.
- Comunican diferente, comparten diferente; compran, venden e intercambian de forma dispar.
- A los nativos digitales les gusta crear y desean crear.
- La generación Y es además la primera de la historia en la que el conocimiento técnico no ha sido aprendido de la generación

anterior, lo que cambia el concepto de autoridad, prestigio y respeto.  
(Fernández, 2008).

Estas características han dado a los jóvenes de hoy la capacidad de desarrollarse, incluso culturalmente, en entornos que no están ligados necesariamente a espacios físicos. Pudiendo encontrar sus referentes culturales en entornos tecnológicos completamente ajenos a las generaciones que los anteceden, lo que genera choque entre las poblaciones jóvenes y la población adulta en Quito, y a su vez, deshabilita a los adultos como uno de los principales referentes de identidad dejando de adquirir su cultura de manera hereditaria, lo cual da la oportunidad a que surjan y se mantengan activas en la actualidad los movimientos neotribales.

En cuanto a la cultura dentro de Quito resulta difícil definir una forma única cultural ya que goza de una gran diversidad pero se mantienen referentes de tradición con un gran peso dentro de la cultura dominante. Un elemento que nos acerca a comprender la cultura quiteña son las fiestas patronales de la ciudad, caracterizadas por la presencia de bandas de pueblo y otras formas de expresión artística, dentro de las cuales resalta la celebración de La Feria de Quito “Jesús del Gran Poder”, feria taurina que se ha establecido como una celebración cultural a pesar de que el mayor porcentaje de ciudadanos no se siente identificada con la misma, incluyendo varios movimientos juveniles y tribus urbanas que muestran oposición.

Analizamos la opinión que mantiene la población joven frente a la sociedad, frente al País y sus sistemas de gobierno, política, justicia, sus derechos y espacios de participación, de los valores que encuentran agradables y desagradables de esta. Se identifican elementos que definen y marcan su identidad. Es esta opinión de las juventudes la que sirve de motor para el nacimiento de subculturas o contraculturas que generan conflicto y choque a partir de su posición frente a la cultura dominante.

# Propuesta Metodológica

Se plantea un plan desarrollado a partir de tres modelos metodológicos de trabajo, como referente principal la metodología proyectual de Bruno Munari y metodología fundamentadas en esta, Munari (1983) define la estructura general del proceso metodológico a seguir y establece tres procesos principales de desarrollo:

- 1 Input o fase lógica, la cual se enfoca a plantear la problemática.
- 2 Caja negra o etapa intuitiva, fase creativa en la cual se plantea una posible solución de diseño
- 3 Output o verificación, la misma que contempla la verificación de la propuesta con objetivo de retro-alimentar la misma.

Esta se complementa con dos modelos metodológicos planteados dentro de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Granada: Metodología proyectual para espacio escénico y Método de tratamiento de imagen. (<http://www.bellasartesgranada.org/2010>), las cuales aportan con procesos útiles al proyecto manejando así un plan acorde a las necesidades específicas para el desarrollo del TFC.

En la fase lógica se realiza toda la recolección de datos e información necesarios para identificar y plantear el problema que se pretende resolver, a continuación se recopila toda la información teórica y conceptual que sirvan de sustento para el desarrollo de una propuesta y posible solución de diseño para dicho problema. Para este proceso se plantea trabajar usando como referente metodológico de análisis de información al método analítico-deductivo, el cual comprende el distinguir los elementos del fenómeno y analizar cada una de ellas de forma ordenada, haciendo uso del método deductivo que plantea el análisis dichas partes partiendo de parámetros generales hacia lo particular.

En el desarrollo de la etapa intuitiva, de la cual nacen las diferentes posibles soluciones de diseño, la metodología de Brunari plantea el que a partir de las posibles soluciones planteadas inicia el proceso creativo, contemplando los análisis de aspectos indispensables dentro del proceso de diseño como son los procesos técnicos, análisis de materiales y la experimentación de los mismo. Nuestro proyecto al trabajar la gráfica de un entorno presenta necesidades particulares a incorporar dentro del plan metodológico a seguir, relacionadas directamente con el entorno y el espacio a intervenir, para ello se incorporan dentro del proceso creativo etapas para el análisis del espacio y los climas expresivos a manejar en los mismos, así como etapas adicionales de planificación de piezas a desarrollar y evaluación de bocetos, procesos planteados para el diseño escénico y

visual en las metodologías de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Granada.

Finalmente la etapa de verificación consiste en el análisis de la propuesta a través de muestras visuales y productos finales, y la retroalimentación a partir de este análisis que se concreta en el planteamiento de las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

## Plan Metodológico

A partir de estos parámetros se plantea el siguiente plan metodológico:

- 1 Input o fase lógica, la cual se enfoca a plantear la problemática.
  - 1.1 Definición del problema
  - 1.2 Distinción de elementos que conforman la problemática y aportan al planteamiento de una posible solución
  - 1.3 Análisis general de elemento y datos
  - 1.4 Acercamiento de datos a la problemática y análisis de aspectos particulares
- 2 Caja negra o etapa intuitiva, fase creativa en la cual se plantea una posible solución de diseño
  - 2.1 Creatividad
    - 2.1.1 Análisis del espacio  
Esquematación del espacio real destinado para la representación, con medidas del espacio tridimensional y de espacios destinados al público.
    - 2.1.2 Deducción de clima expresivo a evocar
    - 2.1.3 Listar los elementos visuales a desarrollar
    - 2.1.4 Bocetos
    - 2.1.5 Evaluación bocetos: Selección de las propuestas más viables, indicando elementos positivos y negativos
    - 2.1.6 Integración bocetos: Introducciones de elementos carentes y eliminación de elementos
    - 2.1.7 Modificación de bocetos iniciales
  - 2.2 Experimentación
  - 2.3 Desarrollo de artes finales
- 3 Output o verificación, la misma que contempla la verificación de la propuesta con objetivo de retro-alimentar la misma.
  - 3.1 Desarrollo de muestras gráficas y modelos constructivos (prototipos)
  - 3.2 Montaje virtual mediante el uso de ilustración y foto-montaje, e implantación de prototipos en un espacio real.
  - 3.3 Verificación

Se plantea este modelo metodológico no como una norma rígida a seguir, sino como una herramienta de orden estratégico de trabajo, el mismo que puede no aplicarse a procesos de desarrollo del proyecto que requieran otro tratamiento.

# Aspectos conceptuales y teóricos fundamentales del proyecto.

## Capítulo 2

Para intervenir en una problemática social y cultural como la que concierne a nuestro tema de estudio a partir del diseño es necesario justificar y entender el ser y la función de estos movimientos culturales, así como analizar su incidencia dentro del espacio urbano como de intervención para el diseñador.

Además es necesario definir los fundamentos teóricos que se aplicará al presente proyecto se trabajará como eje central el entender la identidad visual. Desde el punto de vista del diseño gráfico, comúnmente se a relacionado a la identidad visual directamente con la identidad corporativa, para este proyecto se entiende a la identidad visual como el elemento de comunicación visual que define a cada persona y expresa su identidad.

# La Cultura

Según la real academia de la lengua española la cultura se define como “Conjunto de modos de vida (*lifestyles*) y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”

Para definir el concepto de cultura es necesario conocer cual es su función dentro de la sociedad, “todo ser viviente debe organizar sus relaciones con el medio donde existe” (Brito García, 1994 p.16) y presenta tres categorías de organización:

En primer lugar, el ser viviente tiene un código genético que organiza, preserva y transmite la estructura somática hereditaria del organismo.

Los animales superiores tienen, además, una memoria que conserva la información necesaria para regir la conducta del individuo.

Y por último, los organismos sociales desarrollan una cultura, una memoria colectiva, que contienen los datos esenciales relativos a la propia estructura del grupo social, al ambiente donde está establecido, y a las pautas de conductas necesarias para regir las relaciones entre los integrantes del grupo, y entre este y el ambiente. (Brito García, 1994 p.16)

Brito (1994) además presenta a la política como continuación de la cultura, es decir que el aparato político solo existe para condicionar representativamente aquellos aspectos de la conducta que los mecanismos culturales no han podido inculcar en el hombre.

A partir de estas afirmaciones se entiende como cultura a más del conjunto de modos de vida, costumbres y conocimientos, como la primera forma de establecer una normativa a las conductas de los individuos dentro de un grupo social con el objetivo de preservar su estructura básica.

Brito (1994) establece además que esta no es la función única de la cultura, expone que a más de preservar la información anterior, su función radica también en auto modificarse para incorporar nueva información, permitiendo al grupo social una mejor adaptación a nuevas condiciones. Y establece como forma de transformación o auto modificación de la cultura la progresiva generación de subculturas, que constituyan intentos de registrar cambios del ambiente o nuevas diferenciaciones del organismo social.

## La Subcultura

Una subcultura es un término que define a un grupo de personas con un conjunto distintivo de modos de vida (*lifestyles*), costumbres y comportamientos que les diferencia del grupo social y la cultura que los engloba, a la que llamaremos Cultura Dominante.

Brito (1994) presenta a la subcultura como un instrumento de adaptación y de supervivencia de la cultura dominante, explicándola a través de este ejemplo, “una cultura de pastores que llega la mar puede desarrollar una subcultura de marineros, que a su vez puede generar una de mercaderes, la cual, finalmente, podría convertirse en dominante si el pastoreo termina por hacerse improductivo” (1994 p.18).

Se define entonces a la Subcultura como un “análisis de un aspecto nuevo y parcial de la realidad ambiental o social, y un conjunto de proposiciones para relacionarse con el mismo” (Brito García, 1994 p.18), estas serán adoptadas por un grupo o clase y se impondrán a medida que el grupo las adopta, hasta llegar a una posición hegemónica convirtiéndose a su vez en la cultura dominante, usualmente con aspiraciones de someter a la cultura dominante predecesora a las restantes parciales culturales.

Acercando esta conceptualización de subcultura y cultura dominante a nuestra realidad y tema de estudio entendemos a la sociedad quiteña en general como cultura dominante, dentro de la cual nacen movimientos juveniles en busca de una identidad que los identifique y diferencie de esta, las cuales supondrían ser subculturas.

Pere-Oriol Costa (1996) presenta a las subculturas juveniles, como formas culturales con carácter evolucionista, rescatando a su vez una idea “ciclista”, citando en su libro “Tribus urbanas” al autor Hebdige, que sostiene que los estilos juveniles siempre constituyen desafíos que acaban estableciendo nuevas convenciones, en las que luego se inspiran otros estilos, a partir de esta idea ciclista de las subculturas entendemos que muchas de estas nacerán y circularán hasta desaparecer dentro de la cultura dominante, sin llegar a convertirse en la predominante, pero sí estableciendo nuevas convenciones que aportan en la evolución del modelo cultural dominante. Ahora, estos desafíos constituidos por los estilos juveniles, pueden presentarse como una contradicción directa, lo cual puede producir un conflicto entre la cultura dominante y la subcultura, Brito García (1994) nos dice que “cuando una subcultura llega a un grado de conflicto inconciliable con la cultura dominante, se produce una contracultura: una batalla entre modelos, una guerra entre concepciones del mundo”. (1994, p.18)

## La Contracultura

A partir de las afirmaciones de Brito García (1994) una contracultura se establece como una guerra entre diferentes concepciones del mundo dentro del aparato cultural dominante y las subculturas que en este se generan, afirma también que este conflicto “no es más que la expresión de la discordia entre grupos que ya no se encuentran integrados ni protegidos dentro del cuerpo social” (1994, p.18), esta desintegración de los grupos sociales inhabilita la función de la subcultura como herramienta de evolución de la cultura dominante, impidiendo el desarrollo del proceso adaptativo.

El proceso adaptativo de las culturas, según Brito (1994), puede adoptar tres estilos:

El primero, la Cultura mantiene su capacidad de modificarse de manera oportuna para adaptarse a los desafíos constituidos por el medio y la diversidad de quienes conforman su cuerpo social. A lo que se entiende como Evolución de una cultura.

El segundo estilo se da cuando el aparato cultural dominante pierde su capacidad de auto modificarse oportunamente a los nuevos desafíos y opta por una actuación tardía y catastrófica frente a ellos destruyendo instituciones e ideologías que se vuelven inadecuadas. A este Brito lo entiende como Revolución

El último estilo plantea el falsificar los mecanismos perceptivos de los cambios y nuevos desafíos para inhabilitar los mecanismos de respuesta, esto es a lo que llama Decadencia, cuando una cultura a adoptado este estilo esta se vuelve incapaz de asimilar nueva información perdiendo así la facultad de mutar o evolucionar, y se enfrenta como destino, a ser barrida cuando ocurra una modificación de grandes proporciones del medio o de quienes conforman su estructura social (Brito García, 1994 p.18).

Brito (1994) explica que esta decadencia nace cuando los poderes de dominio cultural se perfeccionan a tal grado que inhabilitan las subculturas y contraculturas que constituyen el mecanismo adaptativo de una cultura, cerrando así el camino al cambio y dirigiéndose a la esterilidad, el estancamiento o la destrucción. Y establece que la capacidad de sobrevivir de una cultura se define por la habilidad de aprender de sus subculturas y contraculturas sin ser destruida y sin destruirlas a estas.

Este estancamiento de la cultura lo apreciamos en el texto de Theodor Adorno, filósofo alemán y uno de los máximos representantes de la Escuela de Fráncfort y de la teoría crítica de inspiración marxista, Las Industrias Culturales, en el que indica que estos poderes del dominio cultural consisten en la exclusión de lo nuevo, “la maquina rueda sobre el mismo lugar” (Adorno, 1998 p.180) y determina el consumo para las masas. Esta exclusión de lo nuevo se evidencia en las producción de arte, Theodor presenta dos conceptos de arte dentro de los aparatos culturales:

- El arte de alta o arte serio que pertenece a la burguesía, indica que “la opresión y la miseria convierten a la seriedad en burla” por lo cual el arte serio es excluido de las clases inferiores económicamente
- El arte de baja o arte ligero que se presenta como la mala conciencia del arte serio y burgués, presente por lo tanto en las masas oprimidas como una forma de arte autónomo.

Ante esta dos formas de arte las industrias culturales trata de conciliarlas “acogiendo el arte ligero al arte serio y viceversa” (Adorno, 1998 p.180), restringiéndolas a la totalidad de ella, que consiste en la repetición y la reducción de los elementos de innovación únicamente a mejoras técnicas manejando contenidos estereotipadamente repetidos y vaciados de significados.

# El fenómeno neo-tribal

Costa (1996) en sus análisis de las fronteras, establece un círculo que une a quienes están dentro y separa a los que quedan fuera, marcando un espacio interior de seguridad y cobijo, y un exterior de peligro y sobresalto. En estas sociedades pre-industriales, el espacio y sus fronteras se establecían como elementos decisivos en la conformación de una cultura.

Como Costa (1996) explica al citar a Giddens:

El advenimiento de la modernidad separa paulatinamente el espacio del lugar al fomentar las relaciones entre los “ausentes” localizados a distancia de cualquier interacción cara a cara. En las condiciones de la modernidad el lugar se hace crecientemente fantasmagórico, es decir los aspectos locales son penetrados en profundidad y configurados por influencias sociales que se generan a distancias de ellos.. Lo que estructura lo local no es simplemente eso que está en escena, sino que la forma visible de lo local encubre las distantes relaciones que determinan su naturaleza. (Giddens, 1993)

Es decir que en una sociedad de la información globalizada como la que vivimos hoy en día, con el auge del Internet y medios de comunicación de todo tipo, el espacio y sus límites pierden su sentido y ya no funcionan como elementos decisivos en la conformación de una cultura.

Al perder este sentido cultural del espacio, este solo sirve ya como un ámbito por el cual circular, los individuos son cada vez menos de un lugar o un espacio en concreto, en cierta manera los individuos, así como los grupos sociales y la cultura en si se han globalizado afirma Costa(1996), a lo que agrega que esta pérdida de sentido y función de las barreras lo que debilita, es la forma tradicional de construir la identidad. El debilitamiento crea un vacío psicológico por la pérdida de seguridad que ofrecían estas antiguas fronteras, a lo que responde una necesidad de crear límites pero ya no externos, esta vez los límites son internos y tienen la potencia de ser simbólicos y al mismo tiempo operativos de modo muy activo en el imaginario social, de la misma manera este peligro o amenaza que existió a lo exterior, a lo que estaba fuera de las fronteras físicas deja de depender del espacio para hacerse simbólico, transformándose en un rechazo y miedo a lo diverso y es la base a partir de la cual nacen los prejuicios.(Costa et al, 1996)

## La identidad, necesidad de una identidad social y expresión de esta.

Según “La Real Academia Española de la Lengua” se define identidad al conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás, la conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás y, el hecho de ser alguien o algo el mismo que se supone o se busca. Es decir, desde un punto de vista filosófico la identidad es la respuesta a las preguntas quién soy, qué soy, de dónde vengo, hacia dónde voy. Apuntado como concepto también al que quiero ser. (Diccionario de la Lengua Española - Vigésimo segunda edición)

Brito (1994) nos indica que la industria de la modernidad crea mercancías uniformes, siendo esta la condición primaria de la producción en masa, “la técnica de la industria cultural ha llevado sólo a la estandarización y producción en serie y ha sacrificado aquello por lo cual la lógica de la obra se diferenciaba de la lógica del sistema social” (Adorno, 1998 p.166).

El dotarle de individualidad a cada producto impediría su producción de forma masiva, esta condición obliga a los habitantes de la colectividad industrial a adquirir conductas y hábitos de consumo uniformes que “des-dibujan o hacen ilusoria su identidad”(Brito, 1994, p.138) dotando a las personas de una “falsa identidad universal y particular” puesto que “toda cultura de masas bajo el monopolio es idéntica” (Adorno, 1998 p.166). Brito indica dos formas de reacción contra esta uniformidad, una actitud de desprecio al objeto anónimo de producción en masa y la adopción de modas, estilos o formas de consumo que presenten algún rasgo distintivo frente a la cultura de consumo dominante, a su vez una búsqueda de re-dibujar su identidad. Esta búsqueda de identidad se establece como el elemento que empuja a los jóvenes a agruparse.

Pere-Oriol Costa (1996) anota este agrupamiento en los jóvenes como una construcción de identidad e indica que profesionales en campos psicológicos y psiquiátricos coinciden en considerarla “como la condición normal para la construcción de la identidad personal e individual” (1996, p.74), y la establece a su vez como necesaria, apoyándose en el trabajo de análisis de sicología aplicada de Valeria Sinason, poeta, escritor, psicoanalista y psicoterapeuta británica, Director de la Clínica de Estudios di-sociativos, quien en su trabajo constata también que “la mayoría de adolescentes o jóvenes son conscientes del carácter temporal de la etapa de la vida en la que son miembros de un grupo” e indica que los jóvenes al parecer son conscientes de que su pertenencia a las subculturas revela una cierta “inferioridad emocional” (Sinason, 1985). Diciéndonos que estos sienten su tiempo a solas como una forma de aislamiento negativa encontrando en el grupo una forma de evasión a esta soledad y a su vez un antídoto para esta tendencia depresiva. Y apoyado en Brake, autor independiente, locutor y profesor en ciencias de la comunicación, nos indica que esta pertenencia a las subculturas por parte de los jóvenes cumple cinco funciones para ellos:

- Se presentan como soluciones a nivel mágico de las contradicciones presentadas a nivel clase/ generación.

- El estilo proporciona una identidad definida a sus miembros.
- Constituyen una forma de solidaridad.
- Ofrecen la posibilidad de aportar una forma de vida expresiva.
- Aportan elemento para resolver dilemas existenciales.

(Costa et al, 1996, p.76)

En esta búsqueda de identidad que establece a su vez un proceso de diferenciación de las masas por parte de cada individuo, surge como expresión y forma de comunicación. El uso del cuerpo a través del vestido, el estilo o la moda, como indica el semiólogo francés Roland Barthes (1972), juega con el tema más grave de la conciencia humana, el “Quién soy?” (Barthes 1972 p.23). Barthes establece un modelo de comunicación del vestido haciendo referencia a la distinción clásica de lengua y habla. “La lengua esta constituida por las opciones de piezas, aplicaciones o detalles cuya variación provoca un cambio de sentido y por las reglas que presiden la asociación de estas entre sí, ya sea a lo largo del cuerpo o ya sea en el sentido de espesor, y el habla comprende todos los hechos de una fabricación no se ajusta a las normas sociales establecidas o por parte individual (tamaño de la prenda, grado de limpieza, de uso, manías personales, asociaciones libres de las piezas), entendiendo como lengua vestuaria al vestido y como habla vestuaria al modo de vestirse”(Barthes 1972).

Es decir, como mencionamos con anterioridad a partir de las afirmaciones expuestas por el SIISE y el SIJOVEN, “adolescentes y jóvenes, a través del lenguaje, el vestuario, los tatuajes, el cabello –elementos característicos de culturas juveniles–, disponen de un juego imaginario de producir la diferencia que los identifique” (Cevallos et al. 2006 p.34), y son estos a su vez los medios a través de los cuales comunican sus ponencias frente a la sociedad y cultura dominante. Concluyendo en la necesidad de una identidad grupal o social de los jóvenes para diferenciarse de la cultura dominante y su identidad social como elemento para formar una identidad personal de los mismos.

## Tribus Urbanas

Según el Diccionario de la Lengua Española se define a tribu, del latín *tribus*, como un grupo social primitivo de un mismo origen, real o supuesto, cuyos miembros suelen tener en común usos y costumbres. En una definición más acercada a nuestro tema se la describe como grupo grande de personas con alguna característica común, especialmente las pandillas juveniles violentas (Las tribus urbanas). En una rápida definición de urbano (na), del latín *urbānus*, entendemos se refiere a un calificativo que indica ser perteneciente o relativo a la ciudad.

Pere Oriol Costa (1996) resume esquemáticamente lo que se entiende por tribu urbana, indicando que:

- Una tribu urbana se constituye como un conjunto de reglas específicas y a su vez diferenciadoras, a las que los jóvenes deciden confiar su imagen con diferentes niveles de implicación personal.

- En las tribus urbanas sus miembros pueden construir con relativa claridad una imagen, un esquema de actitudes o comportamientos mediante los cuales salen del anonimato con un sentido de la identidad reforzado.
- En una tribu se da lugar a juegos de representaciones que están vetados a un individuo Normal, pertenecer a estas se hace llamativo por ser excesivas, queriendo superar las limitaciones establecidas por la sociedad dominante y uniformada, romper sus reglas.
- La tribalización reafirma la contradictoria operación de un identidad que quiere escapar de la uniformidad, sin dudar en el uso de un uniforme que los identifique como grupalidad.
- Las tribus urbanas constituyen un factor de desorden y agitación social contra la sociedad adulta de la que, de alguna forma, no quieren formar parte
- El look o vestido más extremado y menos convencional revela una actitud auto expresiva más intensa de lo habitual.
- La relación de pertenencia al grupo es intensa, globalizada y como lo mencionamos con anterioridad aporta un sentido existencial.

(Costa, 1996, p.91)

Además José Manuel Valenzuela, doctor en sociología e investigador en temas de cultura e identidad, añade una característica importante, por un lado anota su dimensión internacionalizada pero indica que “adquieren verdadero sentido en la relación y apropiación específica que realizan los jóvenes de diversos países”(Feixa, 2002, p.19), por lo que dice resulta simplista quererlo explicar todo mediante la globalización, a lo que podemos entender como una forma de adaptación o re-interpretación de estas subculturas que a pesar de conformar una misma tribu urbana nacen en diferentes espacios o contextos.

Entenderemos a las tribus urbanas como un grupo social que se establece como subcultura o contracultura presentando rasgos neo-tribales, ya mencionados, desarrollándose y adaptándose dentro del entorno urbano.

Es necesario aclarar el porqué de considerar a estos grupos sociales como subculturas o contraculturas, y no como uno de los modos de vida que conforman el aparato cultural dominante. De las diferencias entre estos conceptos resalta el que la motivación principal al ser participe de una tribu urbana responde a la búsqueda de identidad por parte de los jóvenes para diferenciarse entre ellos y principalmente del aparato cultural dominante, mientras que, como indica el profesor emérito de sociología de la Universidad de Pensilvania, Diana Crane-Herve, “la motivación a la hora de escoger un *lifestyle* o modo de vida se basa en la identificación a través de los bienes de consumo”(Crane, 2007), además del hecho de que los modos de vida juegan dentro de la cotidianidad de los individuos a diferencia de los fenómenos neo tribales que se desarrollan mayormente en el tiempo de ocio y recreación.

Por otro lado hay que tomar en cuenta que las tribus urbanas como subculturas conjugan dentro de ellas diversos modos de vida así como comportamientos y costumbres, muchos de estos compartidos con la cultura donante y otros, los que las definen como una subcultura o contracultura, diferentes y contrarios a esta.

Costa (1996) en su resumen esquemático además de los puntos antes enunciados, establece dos puntos que nos acercan y se hacen sumamente notorios en la tribu urbana punk, siendo esta la que nos concierne:

- Cuando se busca aclarar en que canales y con que modalidades expresan sus actitudes vitalistas y a veces agresivas, resulta muy evidente en especial en la tribu urbana Punk la música como canal de expresión.
- A diferencia de las pandillas juveniles tradicionales, en donde los hechos delictivos tratan de ocultarse en estas tribus la violencia no se disimula, al contrario, se manifiesta y exhibe como sistema de provocación.

(Costa, 1996, p.91)

Sustentándonos en las afirmaciones de Costa que califica a la tribu urbana Punk, como una de las que realizan de manera más activa su vida cultural, y que responde de mejor manera o nos muestra de manera más evidente el fenómeno de la neotribalización, además de identificarla como la más importante, pasamos a profundizar en la definición de el Punk, como tribu urbana y contracultura que compone una de las masas importantes de público objetivo y beneficiario del presente proyecto.

# La contracultura



El Diccionario de la Lengua Española define la palabra punk como: movimiento musical aparecido en Inglaterra a fines de la década de 1970, que surge con carácter de protesta juvenil y cuyos seguidores adoptan atuendos y comportamientos no convencionales. Encontramos una definición más literal del significado de la palabra punk traduciéndola del idioma inglés, el cual lo define como: “Persona sin valor, de mala calidad”, Costa indica que este significado de la palabra marca los horizontes sociales y estéticos de dicha subcultura.

La tribu urbana punk se origina a mediados de la década del 70, Costa menciona el nacer de esta subcultura, por segunda vez, en los años 1976 – 1977 en Inglaterra. Decimos que nace por segunda vez ya que sus orígenes primarios como movimiento musical se sitúan en los Estados Unidos con el aparecer de las primeras bandas que darían origen al género musical Punk, siendo “The Ramones” nacidos en 1974 la banda musical a quien se le atribuye como pionera y líder del género musical Punk Rock. A pesar de nacer musicalmente en Nueva York, sería en Inglaterra donde se establece como movimiento de contracultura, en palabras de Costa (1996) como “la más importante de las subculturas históricas y en cierto sentido más que una simple tribu urbana”(1996, p.116) adicionando que sería el “fenómeno *Sex Pistols*”, como el lo llama, lo que determinó “la resonancia social y la persistente presencia de los punks a lo largo de dos décadas sucesivas” (1996, p.116).

Brito García (1994) describe, el nacer de esta contra cultura a partir de un hecho aparentemente insignificante, realizado por quienes posteriormente serían los Sex Pistols, resumidamente nos dice “durante 1976 un grupo de jóvenes se paseó diariamente por *King’s Road* para ir a emborracharse al pub de la *Belfort Street*, un hecho tan insignificante no merecería mención, de no ser por que el grupo lo hizo con la finalidad de ostentar símbolos, más aun lo que convertía en insólito este hecho fue la exhibición de símbolos de lo indeseable” (1994, p.171). El autor compara este hecho con una exhibición de modas, encontrándolas como su exacta inversión. En vez del almacén consumista donde encontraría espacio un desfile de modas, indica que el acto se realiza en la gratuita calle. En lugar del buen gusto, lo bonito, establecido por la cultura dominante, se busca la disonancia hacia este, lo feo. En lugar de buscar la atracción se busca provocar y transmitir repulsión. En lugar de lo nuevo y lo caro, lo desechado y barato. Es decir se exhibe todo lo rechazado por la cultura dominante, “contrariando los valores tradicionales de la moda” en palabras de Oriol Costa (1996, p.116).

A esta actitud, “caracterizada más por lo que rechaza que por lo que propone” (García 1994, p.175), y esta peculiar estética que los distingue rápidamente “recargada hasta el exceso en su modo extremo de parodiar la sociedad de consumo” (Costa et al.1996, p.69), se suma el fenómeno Sex Pistols.

Brito (1994) nos indica que así como en otros movimientos, la fuerza de la subcultura Punk se mide por la capacidad de atraer la atención de los medios de comunicación masiva, indicando que el punk obtiene esta fuerza a través de la manipulación de estos medios y un ataque simbólico a lo sagrado. Nace así el éxito de los Sex Pistols “cuando sus canciones son prohibidas por contener ataques a la reina” (1994, p.175), éxito en el cual la sociedad de consumo encontraría una fuente de ingreso, convirtiendo al punk en la solución a como ser subversivo en una cultura de mercancías.

Encontramos pues en esta actitud y estética de rechazo a todos los valores impuestos por la cultura dominante y a su relación con los Sex Pistols los elementos que le dan singularidad a esta subcultura frente a las otras.

Entre otras características importantes de esta subcultura podemos destacar, apoyados en Brito García (1994), el ser la generación de la crisis económica del sistema capitalista en Inglaterra, motivo por el cual irradia y se hace notoria posteriormente en situaciones de crisis de otros países, y el que al igual que la mayoría de contraculturas, el punk surge de los sectores marginados de la sociedad. Costa resalta que en sí la marginalidad parece ser el interés existencial de esta subcultura, una auto marginación que responde al rechazo de todas las pautas establecidas por la cultura dominante.



Punk participando de una manifestación en la ciudad de Quito

En cuanto a la ideología Costa (1996) resalta el Anarquismo, el antimilitarismo, el pesimismo, además se encuentran plasmados en canciones la oposición a la religión, al fascismo, al racismo y a todo lo que esta subcultura podría calificar como formas de control social. Uno de las agrupaciones que presentan una ideología claramente definida exhibiendo una intencionalidad política en sus letras de protesta contra la monarquía y la aristocracia, presentándose como una de los principales referentes ideológicos de esta comunidad es la banda británica The Clash, quienes contrastaron con los Sex Pistols al rechazar el nihilismo que estos manejaban pero encontraron gran acogida en movimientos liberales con una acción política mucho más definida.

La banda española Eskorbuto, más cercana a la propuesta nihilista de los Sex Pistols, resume la ideología punk en el antídoto, el antídoto social, lo cual concuerda con lo ya mencionado del punk como movimiento caracterizado más por lo que rechaza que por lo que propone.

El auge del Internet y medios de comunicación de todo tipo, da cabida a que nuevas formas de conformar los grupos culturales aparezcan, el fenómeno neotribal se establece como una de esas formas de conformación de la cultura y es así como podemos encontrar comunidades punk en todo el mundo, entre estas la comunidad punk quiteña que tendría sus inicios en los 80 con el aparecer de algunas bandas musicales punk en el Ecuador, destacando entre ellas la banda guayaquileña Descontrolados, llegando a través del tiempo a ganar cultores conformando el grupo contracultural de hoy en día dentro del que destacan algunas agrupaciones como Los Puntas o Los Antipáticos según la revista Soho (Barrt, 2007).

# Diseño Gráfico y Comunicación Visual

Carlos carpintero (2007), diseñador, docente e investigador de Florida (Buenos Aires) establece que “no se puede hablar de diseño sin hablar de comunicación” (2007, p.18), además anota el acto de comunicación como una lucha por el sentido, des-validando la idea simplista de comunicación como “la transmisión de un mensaje a partir de un código común” (2007, p.18) y haciéndonos entender a esta como un fenómeno complejo.

María Ledesma (1997), diseñadora y catedrática de la comunicación, hace un análisis de modo general para comprender la comunicación, anotando a la comunicación como un fenómeno complejo en el que el hombre se puede comunicar de varias maneras identifica tres campos presentes en las diferentes formas de la comunicación, “el canal, el medio y el carácter” (Arfuch et al. 1997, p.42), combinándose de distinta forma en cada intercambio comunicativo.

Los canales de la comunicación según Ledesma (1997) son y han sido permanentes en la historia del hombre y pueden ser del tipo visual, oral, gestual entre otros. A diferencia de estos el medio y el carácter protagonizan “los cambios más importantes de la historia de la comunicación” (1997, p.42), entendiendo como medio al elemento intermediario de la comunicación como pueden ser el teléfono, la TV, los medios impresos, el contacto físico; y al carácter como la condición de quienes intervienen que puede ser de carácter masivo o interpersonal. Este proyecto profundizará la comunicación a partir del canal visual y su relación con el diseño gráfico.

Jorge Frascara, Diseñador Gráfico argentino y profesor de Diseño en Comunicación Visual de la Universidad de Alberta (Canadá), indica que “la comunicación comienza por la percepción” (2006, p.69), como un acto para buscar significados, lo que Carpintero describe como “una lucha por el sentido” (2007, p.48). Según Frascara (2006) la función biológica de la percepción visual consiste en proveernos de información sobre nuestro entorno con el fin de ayudarnos a subsistir en el, indica que la percepción visual se a desarrollado para entender el entorno a partir de la interpretación de los datos percibidos en busca de “construir significados” (2006, p.70) respondiendo al instinto de conservación. A partir de esta información y sumando el considerar al

hombre como un ser visual se entiende claramente porque los mensajes visuales tienen tanta fuerza.

Además anota, a partir de los avances de la Gestalt, a la percepción como un fenómeno estructural orientándonos a ver los aspectos organizacionales de esta como estrategias de búsqueda de significado reconociendo dos componentes fundamentales en el acto perceptual: La búsqueda de significado y la construcción del significado, ambos a partir de la organización de los estímulos visuales. Esta búsqueda de significado y la organización de estímulos visuales son un proceso de interpretación, no se limita a recibir información de forma pasiva, implica procesos de segregación en interacción como seleccionar, recordar, relacionar, jerarquizar, evaluar entre otras. Procesos que pueden responder tanto a una respuesta racional como a una emocional, y según Frascada (2006), es aquí donde destaca “la importancia del control que ejerce el diseñador sobre el aspecto significativo de los componentes que selecciona para sus diseños y sobre las configuraciones que usa para organizar esos componentes” (2006, p.70), tornándose más fácil la interpretación de los mensajes visuales a partir de cuanto más se considere el modo habitual de procesar la información para la organización de los estímulos visuales.

En este punto es importante definir el concepto de diseño gráfico que se maneja en el proyecto, no podemos hablar de diseño sin hablar de comunicación, y es que en si el diseño gráfico es una forma de comunicación, Carpintero (2007) anota que la comunicación no se puede diseñar, y que lo que se diseña es “una propuesta de lectura”(2007, p.47), es decir el diseño gráfico conjuga el canal, el medio y el carácter; apelando al “canal visual a través de medios que establecen una distancia entre emisor y receptor manejando un carácter colectivo”(Arfuch et al. 1997, p.47), para crear una propuesta de lectura que le es propia. El diseño gráfico puede circular en los distintos medios que utiliza el canal visual, tales como periódicos, revistas, libros, televisión, Internet o las mismas calles entre otras; con un arraigamiento urbano y manteniendo su carácter colectivo y social que según Ledesma es su objetivo, proporcionar “la comunicación visual necesaria para la vida social” (1997, p.41).

A que se refiere Ledesma (1997) con la comunicación visual necesaria para la vida social?, El Sistema cultural de las sociedades está constituido por comunicaciones que se entrecruzan y entrelazan de manera compleja, sistemas de proceso y transmisión de significados que se complementan continuamente entre sí a los que llamamos procesos comunicacionales. Ledesma (1997) indica que en la cultura mediática estos procesos comunicacionales están en manos de los medios, de ahí que adquiere su nombre, quienes son los responsables de comunicar la información social, y sumándose a esto nos indica que el Diseño Gráfico es uno de los mecanismos que tiene la cultura para procesar y comunicar esta información, organizándola de manera legible y visible, y “regulando ciertos comportamientos” (1997, p.54).

El Diseño Gráfico crea su propio sistema de significaciones produciendo tanto efectos de percepción y recepción, como comportamientos y conductas relacionadas con este, modificando la visión de los receptores hacia el mismo. Es decir a través de sus expresiones nos proveen de información que nos indica, informa o persuade hacia un

comportamiento que “busca establecer un orden necesario para el desarrollo de la vida social” (Arfuch et al. 1997, p55), orden que esta establecido a partir de las necesidades sociales que reconoce cada grupo social.

Ledesma (1997) indica que esta función del diseño como regulador puede tomar dos actitudes: la primera consiste en indicar, identificar o guiar, es decir mostrar un estado de las cosas con condición de verdad y establece un fuerte lazo de coordinación con el emisor respondiendo a una necesidad concreta de este, y la segunda se basa en el crear una necesidad, influir frente a las conductas económicas, políticas, religiosas o ideológicas entre otras, y su éxito como regulador de comportamientos dependerá del éxito del efecto persuasivo y de la comunicación en si.

La importancia de entender el objetivo del Diseño Gráfico de proporcionar una comunicación visual necesaria para la vida social y su función como regulador está en que: “Acota el amplio campo de la comunicación visual y sitúa al diseño dentro de un tipo de acto comunicacional y el dejar clara que en el acto comunicacional el receptor tiene tanta importancia para determinar la comunicación como el emisor” (Arfuch et al. 1997, p.57).

## Modos de comunicar

Ledesma (1997) indica que la función del diseño como regulador frente al receptor se enfoca en generar 3 actitudes: Hacer leer, hacer saber y hacer hacer, la cuales se pueden interpretar como organizar, informar y persuadir.

El Hacer leer implica organizar la comunicación, es decir estructurar los mensajes a partir de elementos gráficos buscando la eficacia de estos hacia su destinatario facilitando su comprensión, “El diseño jerarquiza partes de texto y determina un modo de lectura, por ende, el de aprehensión” (Arfuch et al. 1997, p.62).

Hacer saber o informar dentro del diseño implica “poner a disposición de los receptores un saber de no poseen” (Arfuch et al. 1997, p.63) al cual se le impone una condición de verdad, según Ledesma se establecen dos niveles de información a comunicar, uno que implica indicaciones generales sobre el comportamiento social y otro indicaciones puntuales sobre hechos específicos diferenciándose entre ellos por: la generalidad de la información, la expectativa frente a esta y súper duración.

El hacer hacer “son los textos que plantean una modificación de la conducta del destinatario, y buscan una nueva adhesión o un reforzamiento de la existente” (Arfuch et al. 1997, p.66) busca persuadir ocupándose de las opiniones sociales si relación con lo verdadero o lo falso a diferencia de el hacer saber, Ledesma (1997) además indica que este tipo de diseño constituye una síntesis de los discursos sociales opinables.

En el presente proyecto se abarcan dos de los modos de comunicación, el hacer ver y el hacer saber, el hacer saber como respuesta al objetivo principal del proyecto que es el de brindar información acerca de la tribus urbanas y el hacer ver desarrollando una propuesta de diseño que cumpla con esta función primaria.

# Identidad Visual

El concepto de identidad visual para este proyecto no se limita a la identidad corporativa o institucional, campo frecuentemente abarcado en el diseño gráfico, sino que define la identidad visual a partir de los conceptos de identidad, comunicación y diseño anteriormente desarrollados.

Es así que al hablar de identidad visual estamos hablando de todo los elementos gráficos a través de los cuales un individuo o una colectividad se caracterizan y diferencian del resto, respaldándonos en las ponencias de Leonor Arfuch (1996), quien en su análisis del diseño en relación a la cultura indica que el diseño no maneja una pregnancia únicamente en los objetos, sino que también la maneja en los sujetos la cual la observamos en “cuerpos diseñados al detalle, gestualidades, ritos cotidianos, estilos, identificaciones e identidades” como el autor dice “no hay espacio significante sin la huella del diseño” (Arfuch et al. 1997, p.137).

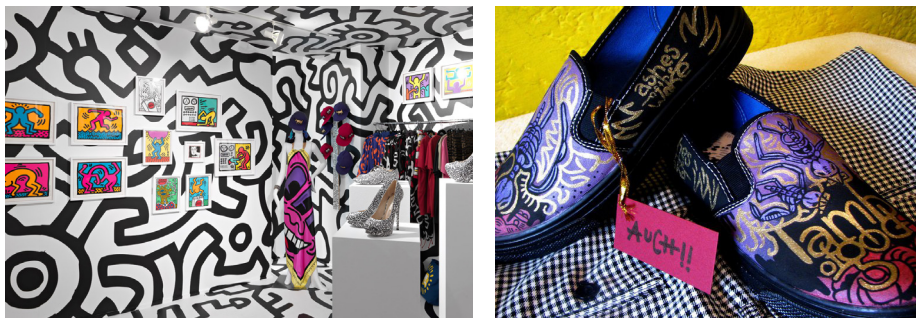
Desde un punto de vista sociológico Rossana Reguillo (2002), Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara, nos habla del hacer hablar los cuerpos, e indica que los jóvenes son peligrosos para los centros de poder cultural porque sus manifestaciones crean nuevos lenguajes y a través de sus cuerpos colectivos de-sacralizan y logran abolir las estrategias de normalización (2002, p.162), como indican los textos del SIISE, “Adolescentes y jóvenes usan el cuerpo como forma de politicidad desde lo cotidiano, buscan signos para su visibilidad y reconocimiento” (Cevallos et al. 2006 p.33), es decir usan el cuerpo como una forma de comunicación, la cual es netamente visual.



Derecha: punk exhibiendo sus tatuajes, izquierda: grupo de punks en bailando lo que ellos llaman pogo.

# Diseño Gráfico en el espacio y los objetos

Uno de los objetivos de nuestro proyecto busca el analizar como pueden ser las imágenes el elemento que defina un espacio o un objeto, entendiendo al espacio como área de trabajo para la arquitectura y a los objetos por parte del diseño de productos, frente a esto encontramos una reflexión planteada por Reinaldo Leiro, diseñador industrial, docente universitario, en uno de sus artículos publicados en Foroalfa, la que indica “Lo que distingue al diseño y la arquitectura, del arte y las ingenierías, no debe buscarse en sus procedimientos técnicos sino en los fines de cada actividad” (2006), a partir de esta reflexión, y tomando en cuenta que el diseño puede circular sobre la arquitectura y/o los objetos, podemos plantearnos la idea de que tanto el diseño gráfico como el diseño de productos y la arquitectura pueden encontrar su elemento distintivo en el fin que maneja cada actividad más que es sus procedimientos técnicos o creativos, y adicionar el que la relación que maneje el diseño gráfico con el medio que lo soporta aporta a su capacidad de comunicar.



Izquierda: elementos visuales soportados sobre un espacio arquitectónico de Keith Haring, derecha: línea gráfica de la banda musical Lamb of god sobre un objeto por Mister Auch

En un análisis previo sobre el graffiti y el stencil que se realizó rápidamente buscando puntos que aporten hacia este proyecto, establecíamos a estos, a partir de las publicaciones en foro alfa del docente, investigador y profesional del diseño, Daniel Wolkowicz, como una forma de comunicación que como tal puede ser diseñada tomando en cuenta sus características formales y tecnológicas que condicionan el mensaje. Uno de los aspectos de más interés que presenta el stencil es la relación que mantiene con su contexto, siendo esta uno de los elementos que pueden potenciar su capacidad de transmitir el mensaje, “El signo del stencil no es autónomo, juega permanentemente con su contexto

de imposición, con los mensajes aledaños, con la significación de la arquitectura que lo soporta y con la cantidad de transeúntes que por allí circulen.” (Wolkowicz, 2006), entonces llega a ser la imagen la que define a un espacio o a un objeto, utilizándolos como medio para su comunicación, como Wolkowicz (2006) indica “establece vínculos semánticos y retóricos en el hallazgo del lugar, re-significa el entorno o el objeto donde interviene”.



Izquierda: fotografía de un stencil realizada por un punk, derecha: muestra de arte urbano en Quito por parte de Alsurich

Otro de los aspectos que se tornan de interés, en cuanto a el stencil como forma de comunicación visual, es la virtud de la repetición, “Uno más uno no es igual a dos” (Wolkowicz, 2006), virtud que encontramos también en el Pop Art, y que consigue dar fuerza al mensaje a través de la insistencia.



Fotografía de Keith Haring, junto a algunos de sus trabajos en el metro de Nueva York tomada del sitio web del artista.

El Pop Art es uno de los movimientos artísticos más arraigados a la cultura popular (por no decir el más) y con más intervención en el espacio público. Keith Haring, uno de los exponentes del Pop Art con mayor éxito comercial, trabaja gran parte de su obra sobre las paredes del metro de Nueva York, en el espacio público urbano. Tras realizar sus estudios en la Universidad de Artes de Nueva York y la presentación de una obra tipo performance en

Manhattan, Haring se dedicó a la gráfica urbana, dibujando imágenes similares a dibujos animados con un rotulador directamente sobre anuncios en el metro de Nueva York, posteriormente trabajó una serie de historietas, hechas con tiza blanca sobre los paneles negros del metro reservados para publicidad. Gracias a su formación y a su “actividad frenética de graffittista” que lo “llevó a hacer pinturas en prácticamente todas las estaciones de metro de Nueva York” (Haring), Haring se convirtió en un nexo entre los artistas del graffiti autodidactas y la corriente principal de artistas jóvenes impulsando un sinnúmero de formas de expresión artístico-urbanas. Sumado a lo anterior destaca el gran éxito que tuvo su trabajo no solo desde el punto de vista artístico, entre los aspectos particulares de su obra resalta el desarrollo de un lenguaje gráfico propio y su aplicación en el tratamiento visual de una serie de productos y espacios, prendas de vestir, artículos promocionales y tiendas, desarrollados para la promoción y comercialización de su obra, lo cual muestra un aporte y paso del artista desde el arte hacia el diseño gráfico. En uno de sus ensayos Haring dice que uno de los mayores incentivos para su obra fue el contacto con la gente indicando a su parecer el sentir fenomenal el número de personas que pasaban frente a su obra al estar en un espacio público, Haring indica que “a veces, los anuncios en el lado de los paneles vacíos servir de inspiración para los dibujos y con frecuencia crean asociaciones irónicas” (Haring) lo cual hace referencia a lo ya dicho, al usar la ciudad como escenario sus piezas gráficas juegan con su contexto y con los mensajes aledaños re-significando su entorno.

### La ciudad como escenario

La imagen del entorno se puede referir a los elementos urbanos, naturales y objetuales que conforman el contexto visual de un espacio determinado y como menciona Jodi Llovet, catedrático de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada, “los objetos nos hacen vida y sociedad, determinando así, en alto grado, la iconicidad de nuestro entorno” (Llovet). Recordando al diseño como una forma de comunicación de arraigue netamente urbano se entiende como su soporte o escenario a la ciudad, esta es la idea planteada por Carpintero (2007) a manera de respuesta con la pregunta “En que escenario se lleva a cabo la lucha de los signos visuales, si no en la ciudad? (Carpintero 2007, p.51), esta idea de la ciudad como un ágora expresada también por Leonor Arfuch (1997) quien describe a las calles como “el corazón de la ciudad” (Arfuch et al. 1997, p.207), y el sitio donde se expresan las transformaciones y contradicciones de la sociedad así como su diversidad social y las redes de la socialidad cotidiana que configuran la identidad de cada persona, también planteada en los análisis del stencil o las obras de Haring nos ayuda a entender como funciona la ciudad como soporte. Carpintero (2007) establece dos puntos que deben ser tomados en cuenta al tomar a la ciudad como soporte, el replicar de los discursos visuales similares y los efectos que el ambiente puede causar sobre las imágenes. Explica que en esta identidad visual en las ciudades existe una heterogeneidad y riqueza recurrente mental atávica, es decir encontramos una constante repetición e imitación de formas, símbolos y mensajes, en palabras de carpintero “lo dicho es cíclica-mente dicho por otros” (2007, p.52) e indica que en esta lucha de símbolos el diseño gráfico corre el riesgo de caer en el espectáculo colaborando con el replicar de los discursos visuales y obteniendo una identidad atávica. Y por otra parte esta la corrosión dada por la exposición a la intemperie que puede afectar a la imagen y alterar sus significados, limitando la vigencia que puedan tener los productos gráficos al perder su significado, pero acrecentando a veces su sentido.

# Análisis de elementos visuales

Es necesario identificar los elementos que conforman la identidad visual de la comunidad Punk, para el análisis de estos elementos, imágenes, símbolos, iconos, en si signos, es necesario el uso de la semiótica, mas que como un referente teórico del proyecto, utilizaremos a la semiótica como herramienta o guía que nos permita identificar estos elementos visuales.

Definimos entonces el concepto de semiótica, de una manera bastante breve, a partir del autor Daniel Chandler (1998), semiólogo británico catedrático del departamento de Estudios de Teatro, Cine y Televisión en la Universidad de Aberystwyth, y Paul Copley, Coordinador del Grupo de Comunicaciones y la subjetividad de Investigación, y Copresidente del Comité de CCMS de la Universidad metropolitana de Londres, quienes a partir de otros autores como Barthes, Saussure, Pierce y Eco, entre otros, explican de una manera muy concisa los conceptos necesarios para entender la semiótica y sus métodos en el análisis de los signos.

Partimos entonces del análisis de la palabra *semiótica* de Copley (2004, p.4) quien indica que viene de la raíz griega *seme*, semióticos, que se traduce como interprete de signos, Este la describe como la disciplina que abarca el análisis de los signos o el estudio de sistemas de signos. De la misma manera en los textos de Chandler se establece al “estudio de los signos” (1998, p.15) como la definición más breve de semiótica y se indica que involucra tanto a los signos cotidianos del idioma como a cualquier cosa que pueda representar algo. Chandler (1998) indica que estos signos pueden ser palabras, textos, sonidos, etc, así como imágenes y elementos visuales, y que estos no se estudian de manera aislada, sino que se estudia dentro de un sistema de signos semióticos ampliando la definición de semiótica a “el estudio de los signos, los significados y los significantes” (1998, p.15) siendo su preocupación central la relación entre estos 3 conceptos y la manera en que se combinan los signos. A partir de estos intereses o preocupaciones se divide la disciplina en 3 ramas: la semántica encargada de estudiar el significado de los signos, la sintáctica que estudia sus relaciones y la pragmática enfocada a su interpretación.

## Los Signos

Chandler (1998) indica que en la semiótica los signos son “unidades significativas” (1998, p.21), y que las imágenes, formas, gestos o palabras se convierten en signos cuando se les agrega un significado, este nos indica que según Saussure cada signo tiene un significado

y un significante, interpretándose al significante como la forma material del signo y al significado como la construcción mental del signo, a la relación entre este significante y significado la llamamos significación. Frente a la díada de Saussure se plantea la idea de Pierce considera que el signo esta formado por una relación triple en la que hay un representamen el cual mantiene con un objeto, implicando esta relación a un interpretante (Cobley 2004, p.21), de esta relación entre representamen, objeto e interpretante deriva la que se conoce como el “triángulo semiótico” en el cual el Signo se compone de un Signo vehículo (Significante según Saussure y representamen según Pierce), el sentido (interpretante) y el referente (objeto), diferenciándose de la díada auto suficiente de Saussure en la que el significado es abstracto por tener como referente un objeto en el mundo.

A partir del triángulo semiótico basado en las ideas de Pierce y por cuanto difieren los signos a si son arbitrarios o convencionales, Chandler (1998) indica que los semióticos han establecido tres modos de relación entre el signo vehículo y referente: El Simbólico, en el que el signo no se parece al significado, y este es puramente convencional; el Icono, que es un signo que se parece al significado; y el índice que es un signo que nos conecta directamente al significado de alguna manera. Añadiendo que un signo puede ser un ícono, un símbolo y un índice a la vez.

## Los Paradigmas y los Sintagmas

Chandler (1998) establece que los signos son significativos cuando se interpretan en relación los unos con otros, y que cuando la relación entre un significado y un significante es altamente arbitraria su interpretación requiere de un conjunto de convenciones, a partir de estas convenciones los signos se organizan en sistemas significativos llamados códigos. Hay dos maneras de organizar los signos en códigos, a través de los paradigmas y los sintagmas, e indica que la distinción entre estos es la clave para el análisis semiótico estructuralista.

Los sintagmas refieren a la combinación de signos, y el análisis sintagmático involucra el estudio de la estructura y la relación de sus partes. Entre las formas de estructura sintagmáticas encontramos a la narrativa basada en la secuencia como la forma dominante, además de esta podemos encontrar formas sintagmáticas basadas en las relaciones espaciales y en las relaciones conceptuales.

Por otro lado el plano del paradigma es el plano de la selección, en un análisis paradigmático se estudia en particular a la significancia del uso de un significante en lugar de otro, y se fundamenta a los paradigmas temáticos en su forma de oposición binaria. El uso de un paradigma en lugar de otro se basa en factores como las convenciones, los códigos, las connotaciones, los estilos, los propósitos retóricos y los constreñimientos del repertorio del mismo individuo. Chandler indica el uso de el “test de la conmutación” (1998,p.52) como un método empleado para identificar paradigmas distintivos y determinar su significación, para aplicar este test se debe seleccionar un paradigma dentro de un texto u otro medio y luego se lo sustituye por significantes alternos para este, considerando a los efectos de esta sustitución en los términos de como podrían afectar al sentido hecho del signo.

Esta prueba de la conmutación puede involucrar a cuatro transformaciones básicas, involucrando algunas de estas la modificación del sintagma, las transformaciones paradigmáticas son la sustitución y la transposición mientras que las sintagmáticas son la adición y la borrada. Estos cuatro procesos básicos son también anotados como rasgos de la percepción y la revocación.

También se puede involucrar el estudio del paradigma como oposición binaria, en la semiótica saussuriana estas oposiciones binarias son fundamentales para crear el significado del signo, dependiendo este de la diferencia con otros signos. Chandler (1998) indica que según Claude Levi-Strauss “estas oposiciones binarias son la base para fundamentar los sistemas clasificatorios de la cultura” (1998,p.53) y describe a estas oposiciones como contrastes pareados.

## La Connotación y la Denotación

Chandler (1998) indica que la connotación y la denotación describen la relación entre un signo y su referente, entendiendo a la denotación como el significado literal de un signo y a la connotación como a las socioculturales y personales. (1998,p.61)

Barthes establece que “la significación del signo necesita de la actividad del lector para tener lugar” (Cobley 2004,p.51), e indica que existen diferentes niveles de significación de los signos dados por la función del lector. El primer orden de significación es el de la denotación, Barthes establece al signo formado por un significante y significado como signo denotativo y que en un segundo orden de significación este signo denotativo puede ser empleado como el significante del signo connotativo y le añade a este un significado adicional, derivando las connotaciones no del propio signo, sino de la manera en la que la sociedad usa y valora al significado y significante de este (Cobley 2004).

A partir de esta breve introducción a la semiótica Chandler (1998) propone una serie de consejos que pueden ser tomados en cuenta al momento de realizar un análisis semiótico, de los cuales tomamos algunos considerados como útiles para el identificar y analizar los elementos visuales que conforman la imagen de la tribu urbana Punk.

Primero el identificar al signo incluyendo una copia del mismo de ser posible y una de una descripción clara de este que permita a quien sea reconocerlo brevemente, tener en cuenta el si se repite de manera notoria o es una pieza única y como afecta esto, e identificar sus significantes importantes y que significan.

Frente a la estructura sintagmática, identificar y describir la estructura sintagmática, en este caso el argumento y analizar como se relacionan los significantes utilizados. E identificar que pares opuestos parecen estar comprendidos, y el porque de la elección de cada paradigma en cuanto al análisis pragmático.

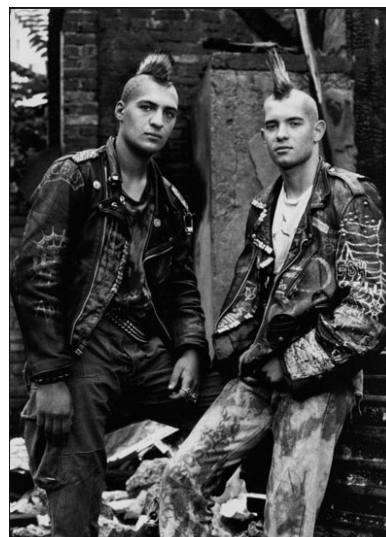
Además de estos el identificar si hay algún código, las suposiciones culturales que se utilizan y hasta que punto refleja o se aparta de los valores culturales dominantes.

# Identificación y análisis de los elementos visuales de la comunidad **PUNK**

Para la identificación de los símbolos y signos que forman la identidad visual de esta contracultura, partimos de recordar algunas características ya mencionadas sobre esta en su definición.

Mencionábamos el encontrar a esta comunidad caracterizada más por lo que rechaza que por lo que propone, y por el manejar una peculiar estética que los distingue rápidamente “recargada hasta el exceso en su modo extremo de parodiar la sociedad de consumo” (Costa 1996, p.69), comparábamos el paseo diario por parte de los Punk y el utilizar esta estética con la finalidad de exhibir símbolos de lo indeseable con una exhibición de modas a manera de pares opuestos exhibiendo todo lo rechazado por la cultura dominante, contrariando los valores tradicionales de la moda según Costa (1996).

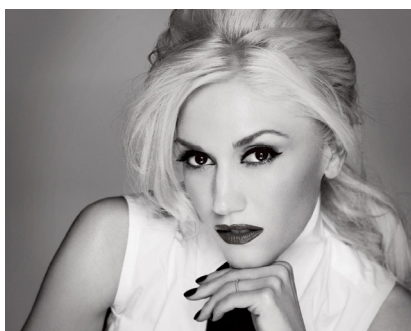
A partir de estos datos comparamos visualmente la estética Punk frente a la estética tradicional establecida por la moda dentro de la cultura dominante.



Izquierda: fotografía tomada del catalogo de moda 2012 De Praty, derecha: fotografía de dos punks estadounidenses tomada de Flickr.

En los textos de Costa (1996) se indica el usar por parte de los Punks ropas sucias, rotas, deshilachadas... Todas contrariando los valores tradicionales de la moda, y define a estos a partir de Yves Delaporte como un “acto enunciativo” (1996, p.68).

El las imágenes presentadas observamos como contrasta fuertemente la estética punk a la establecida por la moda, destacan brevemente frente a los cortes de cabello considerados correctos dentro de la sociedad el uso de las llamadas “crestas” por parte de los punks, cabellos mal peinados, teñidos con colores vivos, disparados en puntas mediante el uso de goma, pinturas en aerosol, jabón, entre otros. Dentro del espacio urbano de Quito observamos también el uso de las llamadas crestas así como de cortes intencionalmente mal echos, cabezas a medio afeitar y cabellos largos marcando una franja que cruza la cabeza desde el frente hacia atrás listos para ser *disparados*, cabe resaltar el no usar permanentemente el cabello en punta por parte de los punks.



Arriba: fotografías publicitarias de hombre y mujer utilizadas para la promoción de productos capilares de la marca L'Oreal, Abajo: chicho y chica pertenecientes a la comunidad punk quiteña llevando cortes de pelo punk.

En cuanto al vestido, frente a una vestimenta poco expresiva y estandarizada al máximo por responder a los requerimientos del sistema de mercancías, se distingue una estética saturada de objetos, símbolos, parches y botones colgados de chompas de cuero de aspecto viejo y desgastado adornadas con miles de remaches y *spikes*, con imágenes impresas a mano mediante tintes o similares; camisetas con estampados de bandas de punk o simplemente con una frase impresa mediante marcador o pintura aerosol, rotas a propósito, y utilizadas una sobre otra; pantalones jeans apretados y desgastados con cierres y pedazos de tela cosidos manualmente, bastas estrechas en ocasiones recogidas para mostrar sus botas de aspecto militar, todo esto acompañado de pulseras, cinturones o gargantillas con *spikes*, entre otros objetos de aspecto fetichista o sadomasoquista, y de utensilios en ocasio-

nes completamente disfuncionales como: gafas de sol sin lunas, medias de nylon, espejos, hojas de afeitar, e imperdibles entre otras. El imperdible “que constituía la munición de los comediantes de la edad media” (Costa 1996, p.69), apareciendo en los punk clavado en cejas, orejas, labio, y vestido a manera de pendiente o utilizado para sostener parches y trozos de tela. Delaporte describe esta peculiar manera de vestir por parte de los punks como “una re-invencción de la técnica dadaísta del *détournement*” (Costa 1996, p.68).



Punks a la entrada de un concierto en la ciudad de Quito.

Esta técnica del *détournement* a la que Delaporte describe como dadaísta, sería uno de los conceptos importantes del movimiento *situacionista*, Guy Debord (1956), unos de sus principales representantes habla de la “Situación construida” como una de las definiciones de trabajo establecidas por este movimiento y que lo caracterizan, definiéndola como “un momento de la vida construido concreta y deliberadamente para la organización colectiva de un ambiente unitario y de un juego de acontecimientos”. Además anota al *détournement* como un método de tergiversación que toma un objeto creado por el sistema político mercantil y distorsiona su significado y uso original para producir un efecto crítico.



Dos ejemplos de *détournement* tomados de nohaycomolodeuno.blogspot.com: A la izquierda una obra *détournement* de la fotografía tomada en Vietnam por Eddie Adams en 1968, realizada por el caricaturista brasileño Carlos Latuff; y a la derecha fotografía de un stencil *détournement* en Hungría.

La técnica del *détournement* aparece tanto en el desarrollo de elementos visuales como en escritos, música y otras manifestaciones, muchas veces con fines comerciales y otras con

tintes mas cercanos a la política. En relación al movimiento Punk encontramos muchas formas de expresión que hacen referencia a esta técnica situacionista, letras y ritmos de temas musicales, el uso de un sinnúmero de símbolos y elementos visuales que conforman su estética y, de forma mas evidente, el desarrollada a partir de estos métodos de trabajo de la gráfica Punk.

Estas ideas y definiciones de trabajo sería adoptadas por el promotor de los Sex Pistols, Malcolm McLaren a través de quien sería el diseñador de la gráfica de la banda, Jamie Reid, aportando McLaren junto a su esposa Vivienne Westwood en la contrucción de la estética manejada por la banda.

Al comparar el vestido de la comunidad Punk quiteña frente a la imagen arquetípica de los punks generada en Europa no se encuentran grandes diferencias, en si es prácticamente la misma con ciertas variables como el uso de imágenes con contenido político local, bandas locales, entre otras.

Recopilación de algunos elementos estéticos y símbolos distinguidos:



Cabello en punta o Cresta.



Cabello tinturado.



Chica punk cantando con cabello en forma de cresta.



Punk vistiendo chaqueta de cuero decorada con remaches metálicos, pintura roja y trozos de tela.



Parches con motivos Misfits e ideológicos sostenidos mediante imperdibles.



Parches con motivos de una banda local, entre otros, cosidos con poco cuidado en los detalles.



Punk vistiendo pantalón a cuadros decorado con cadenas, anillos y spikes.



Jóvenes punk parte de una marcha en contra del fascismo.



Pantalón a cuadros, cinturón de púas y botas militares.



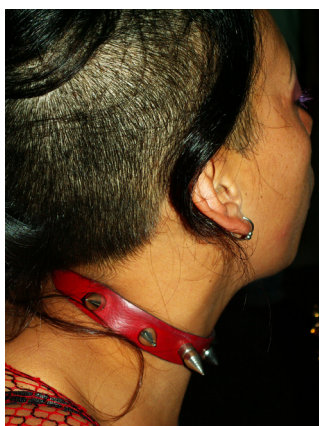
Parche cosida a un pantalón y cadena usada como cinturón.



Jean roto con bastas arremangadas y botas militares.



Mallas viejas y descastas con botas militares.



Gargantilla fetichista con spikes.



Imperdible usado como pendiente.



Pulsera con spikes.

Diseño de la imagen del entorno a partir de los elementos de identidad de una Tribu urbana  
Caso: Comunidad **PUNK**



Guante y pulsera decorados con cadenas, anillos y spikes.



Parche con motivo anti-nazi.



Camiseta con motivo anti-nazi.



Parche de rechazo a la policía.



Parche de rechazo a la religión.



Punk con bandera anarquista.



Compa de cuero con parches y spikes.

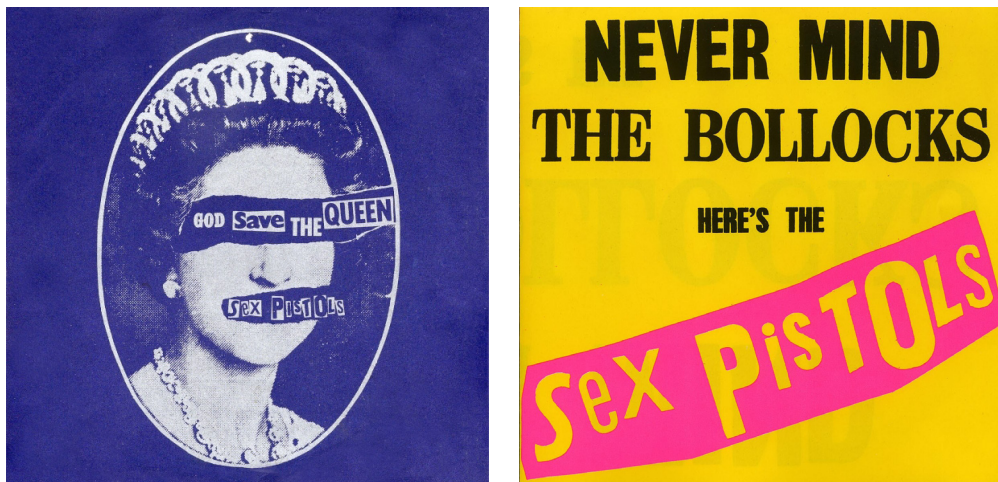


Parche de un imperdible sobre chompa de cuero y camiseta con marcas de tinta.



Guitarra eléctrica con diversas pegantinas de bandas musicales punk.

Otro elemento visual necesario de analizar y muy representativo es el cartel Punk, que tendría sus orígenes en los trabajos de Jaime Reid, artista gráfico de la Croydon Art School de Londres creador de algunas de las más reconocidas obras de esta corriente. Reid quien habría tenido gran cercanía al movimiento situacionista durante un periodo de su juventud en la universidad de París “aprendió numerosas técnicas experimentando con una multicopista de oficina” y “buscó la manera de simplificar sus ideas en un grafismo agresivo” (Poynor 2003, p.39) en el 76 McLaren, mánager de los Sex Pistols a quien había conocido en la Croydon Art School, ofrece a Reid la oportunidad de aplicar sus ideas colaborando con la gráfica para los Sex Pistols, para la cual realiza la portada del álbum “God Save the Queen”, su propuesta consiste en una imagen de la reina en la que “unas tiras de papel tapan la boca y los ojos de la reina formando un hueco en el que inscribe el título y nombre del grupo con letras recortadas que recuerdan una carta de chantaje” (Poynor 2003, p.40). Luego trabajaría la portada de “Nevermind the Bollocks Here’s the Sex Pistols”, en la que emplea una tipografía tosca en letras magenta sobre un fondo amarillo ácido, siendo esta la línea con la que continuó el desarrollo de los siguientes discos, afiches, pegantes para la banda. Es importante destacar que a diferencia de hoy en día en la que esta gráfica es familiar para nosotros en ese entonces “constituía la antítesis del Diseño armónico, estético y Profesional, y fue considerada una imperdonable ofensa estética por muchos diseñadores establecidos” (Poynor 2003, p.40).

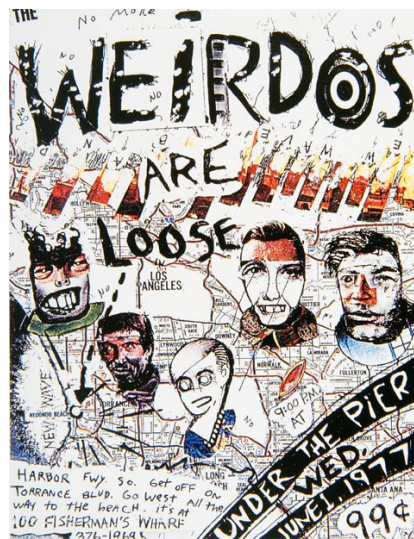


Portadas de los álbum “God Save the Queen” y “Nevermind the Bollocks Here’s the Sex Pistols” realizadas por Jaime Reid para los Sex Pistols (1977)

En Estados Unidos, con una emergente escena Punk, el cartel callejero se volvió esencial al ser el único medio para anunciar un concierto, estos en su mayoría eran realizados por miembros de las bandas o por amigos de estos para luego ser fotocopiados o serigrafados de manera casera. Entre estos destaca Frank Edie con un cartel tipográfico compuesto por un “rompecabezas de textos que forman un fondo confuso surgiendo entre estos los titulares” (Poynor 2003, p.41) con una gran claridad, esta misma tensión entre orden y desorden la encontramos en un trabajo de Cliff Roman, estudiante del California Institute of Arts y miembro de la agrupación “The Weirdor” quien realiza un cartel para anunciar un concierto de su banda compuesto por “un collage distorsionado de los miembros del grupo y una tipografía dibujada a mano” (Poynor 2003, p.41).



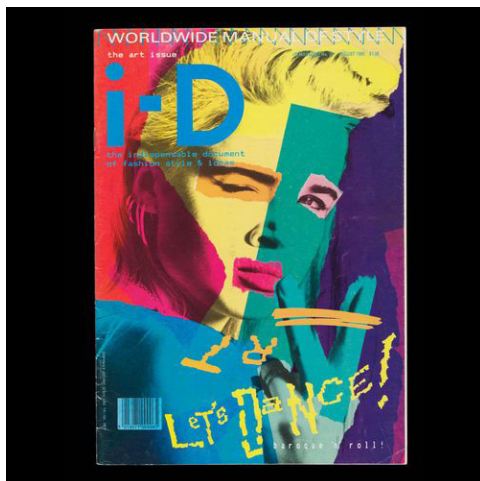
Cartel de concierto de Frank Edie (1978)



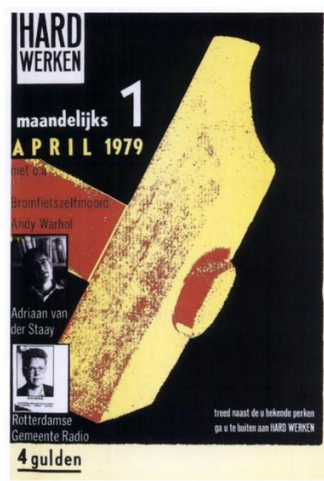
Cartel de concierto de Cliff Roman (1977)

Esta gráfica adoptada por los Punk, que reflejaba una creencia de que “cualquier persona podía diseñar y que cualquier estilo gráfico o nivel técnico era aceptado” (Poynor 2003, p.40), responde a la practica del “do it yourself” o “hazlo tu mismo”, una forma de autoproducción sin esperar la voluntad de otros para realizar las convicciones propias, relegada en la estética desarrollada por Westwood, no fue aceptada como una forma válida de diseño hasta principios de los ochenta cuando algunos diseñadores utilizaron estos recursos, entre ellos Terry Jones, ex director de la edición inglesa de *Vogue*, quien lanza su revista i-D para documentar estos “estilos de moda en las calles” haciendo uso de todos estos recursos en i-D, y declarando estar atravesando por “una fase antiestilo” (Poynor 2003, p.42).

De la misma manera los editores de la revista *Hard Werken* rechazaron la tradición racionalista con un estilo “eclectico y supuestamente antitipográfico” (Poynor 2003, p.42) declarando el no estar preocupados por seguir las normas o el grafismo que se suponía correcto, “nuestra preocupación no se centra en la legibilidad o en la funcionalidad, sino en la imagen total, aunque algunas veces esta sea ilegible” (Poynor 2003, p.42)



Portada de la revista i-D de Terry Jones. (1985)



Portada de la revista *Hard Werken* de Hard Werken. (1985)

Hay que tener en cuenta que el cartel punk no fue un ataque deliberado contra el diseño como profesión, “el punk trataba la forma visual con la misma libertad con la que abordaba la música” y su público era la sociedad en general, mas no los diseñadores. Más tarde todas las convenciones del diseño gráfico serían cuestionadas a parte de un movimiento que de alguna manera deriva del cartel Punk al que se denomina el Deconstructivismo.

Al acercarnos, a partir de las obras descritas de Reid o Edi, a la gráfica desarrollada dentro de la comunidad Punk quiteña, encontramos una clara influencia de estos estilos reflejada altamente en el manejo tipográfico, composición y demás aspectos formales, pero con un aporte generado a partir del manejo tecnológico. Como ya mencionamos las generaciones actuales son considerados nativos tecnológicos y gracias a ellos encontramos a estas subculturas en nuestro país, si bien la comunidad Punk quiteña recrea la grafica desarrollada inicialmente por esta contracultura, lo hace mediante el manejo de herramientas tecnologicas actuales, la letra dibujada a mano, los collages, fotografías mal recortadas y demas técnicas utilizadas iniciamente para el cartel Punk son reinterpretados dentro de entornos tecnológicos que facilitan la practica del “do it yourself” o “hazlo tu mismo” en la actualidad.



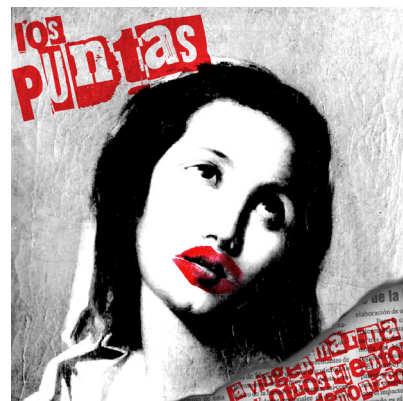
Cartel de concierto realizado por miembros de la banda "Ratas de ciudad" (Quito, 2011)



Cartel de un concierto local realizado por la banda "69 Segundos" (Guayaquil, 2011).



Cartel de un concierto local (Quito, 2012).



Portada del disco "La virgen marina y otros cuentos demoniacos" de la banda "Los Puntas" (Quito, 2008).



# Desarrollo de la propuesta de diseño.

## Capítulo 3



# Planteamiento de una solución de Diseño

A partir de la definición del problema y el análisis de los aspectos teóricos y conceptuales que facilitan entender a este, procedemos a plantear una posible solución de diseño a través de la propuesta de intervención gráfica del proyecto y al desarrollo del mismo.

A la solución de diseño planteada como aporte a resolver la problemática que enfrenta la comunidad punk y su relación frente a la cultura dominante, se le da el nombre de “Esas otras culturas” y consiste en el desarrollo de una intervención gráfica dentro de un espacio público de uso cotidiano que lleva a sus usuarios a sentir la presencia de esta contracultura e invitarlos a conocerla.

En los alcances definidos para el proyecto se limita su intervención en los espacios destinados a servir de paradas para una de las líneas de transporte municipal, proponiendo a la Ecovía por su cercanía a puntos de encuentro de la comunidad Punk. Dentro de estas se procederá a intervenir visualmente re diseñando la imagen del entorno que perciben los usuarios del transporte para convertir sus paradas en un espacio de exposición tanto de los elementos identificativos y las expresiones culturales de esta tribu urbana como su importancia desde el punto de vista del funcionamiento del aparato cultural analizado anteriormente.

La intervención visual dentro de estos espacios considera el rediseño de la gráfica presente en los mismos así como el diseño de nuevos elementos y su implantación a través del uso de impresos sobre sus muros o ventanas y los objetos presentes, en pos de re significar el espacio e invitar a los usuarios a interactuar con la propuesta, para ello se plantea el uso de sonidos y de música como apoyo, y el trabajo mediante el uso de objetos y texturas en algunos de las piezas a desarrollar, además es necesario considerar el desarrollo de elementos de apoyo como el cartel, parches y material informativo para repartir.

### Estrategia de intervención.

Buscando tener la presencia en el funcionar cotidiano de la ciudad se plantea el intervenir dentro de tres paradas de la línea de transporte Ecovía: Naciones Unidas, Casa de la Cultura y Manuela Cañizares; mostrando el transitar de estas culturas tanto al desenvolverse en sus actividades diarias como en sus espacios de ocio.

Se plantea intervenir dentro de la parada Naciones Unidas por su ubicación geográfica cercana a centros comerciales, parques, espacios de entretenimiento, sectores laborales y lugares de estudio, además de su alta afluencia de gente, mostrando a la comunidad punk como si transitara en su que hacer diario, cuando van a estudiar, trabajar o a pasear por un parque.

La intervención en la parada Casa de la Cultura, muestra otra faceta de esta comunidad en la cual se exhibe de forma más notoria los elementos identificativos de esta cultura, tal cual asistieran a un evento en el que sus expresiones culturales se muestran como tratándose de una ocasión especial.

Y la parada Manuela Cañizares, escogida de igual manera por su situación geográfica cercana a centros de estudio y a uno de los espacios de encuentro de la comunidad punk como es el sector de la mariscal, dentro de la cual se toma un poco de las facetas antes mencionadas combinándolas.

Sumándose a ello está el apoyo mediante elementos de promoción, un díptico o parche y la musicalización del espacio. Para ello se han escogido los siguientes temas musicales considerados como representativos de esta comunidad por la revista “Colección Imágenes de Rock” (Villanueva M. 1997) y por la comunidad Punk local:

- Sex Pistols - God save the queen (Inglaterra 1977)
- Ramones - Sheena is a punk rocker (Estados Unidos 1977)
- Eskorbuto - Antitodo (España 1985)
- Doscontrolados - Represión Policial (Ecuador 1985)

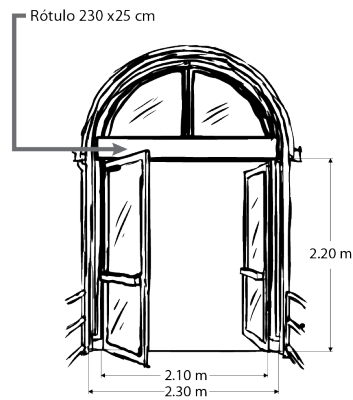
# Desarrollo de la propuesta

## Análisis y esquematización del espacio.

La línea de transporte Ecovía cuenta con un recorrido de 17 paradas entre 2 de sus estaciones principales (Río Coca y Marín Central), todas estas construidas mediante estructura metálica y vidrio a partir de un mismo diseño arquitectónico variando de manera mínima en la adaptación de estas al lugar en el que se encuentran. Con excepción de 2 paradas todas funcionan para los recorridos de norte-sur y sur-norte, contando con accesos en un extremo de la parada y salidas al extremo contrario.



(De arriba hacia abajo) Paradas Naciones Unidas, Manuela Cañizares y Casa de la Cultura de la línea de transporte Ecovía, escogidas para la intervención.



Esquematación de la fachada de ingreso de una parada.

El acceso está constituido por gráfica de señalización, puertas de ingreso, estación de servicio para cambio de monedas con su respectivo personal, máquinas cobradoras para ingresar y la presencia de personal de seguridad.



Izquierda: caseta de boletería dentro de la parada, centro: señalética informativa, derecha: máquina cobradora.

Previo a este se encuentra un corredor el cual conduce desde el cruce peatonal hasta la puerta de ingreso, cuenta con dos tipos diferentes de basureros, de la misma manera hay un corredor desde la salida de la parada hacia el cruce peatonal con 2 basureros.



Izquierda: corredor exterior para el ingreso a la parada, centro: corredor exterior de salida, derecha: botes de basura exteriores.

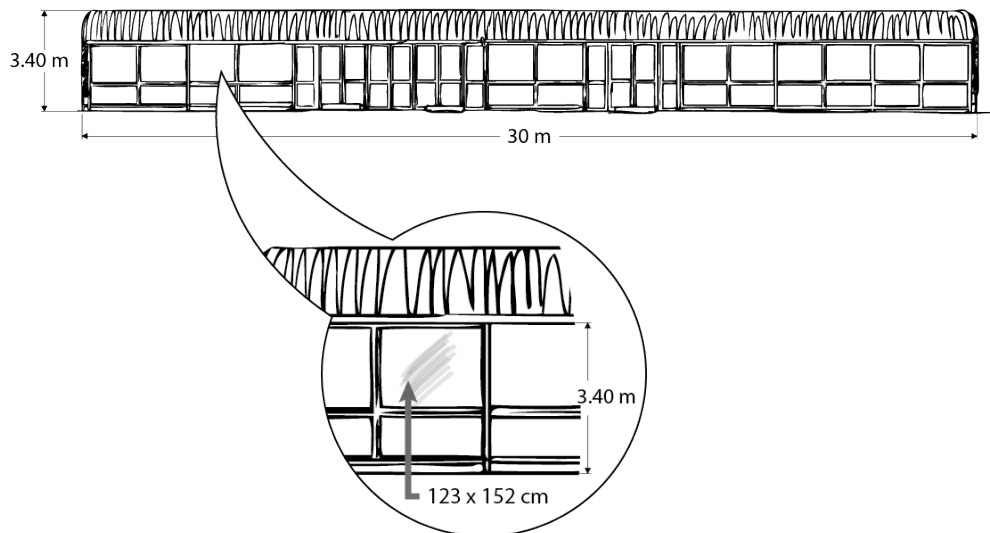
El interior está compuesto por un corredor de espera el cual cuenta con 6 puertas correderizas para acceder al transporte, 3 destinadas a la ruta norte-sur ubicadas al occidente y de la misma manera 3 para la ruta sur-norte ubicadas al oriente, y termina con barras

rotativas en un solo sentido que permiten salir de la estación, todo acompañado de la gráfica de señalización necesaria.



Izquierda: interiores de una parada, derecha: salida.

Las paradas tienen una longitud aproximada de 30 m. por 2,30 m., abarcando un espacio desde su puerta de entrada hasta la puerta de salida de 69 metros cuadrados aproximadamente dentro de una construcción que se compone de una serie de módulos, techos en forma de arco, todo en material metálico y vidrio, los módulos nos dan un espacio para intervenir sobre los vidrios que tienen una medida de 1,52 x 1.23 cm.



Esquematización y medidas aproximadas de una parada.

### Clima expresivo a evocar

La estética punk contradice las convenciones establecidas dentro de la cultura dominante, por lo cual es necesario trabajar en el desarrollar un clima expresivo que facilite el acercamiento a los elementos que se plasmarán gráficamente en los espacios y objetos mediante una intervención gráfica que muestra a los punks de una manera sutil para quienes transitan por las paradas de la EcoVía intervenidas.

## Lista de elementos visuales a desarrollar

Diseño de una imagen identificativa (logo, símbolo o isologo).

Rediseño de la gráfica presente compuesta por:

- Imagen para la identificación de la parada ubicada en los exteriores sobre las puertas de ingreso y salida.
- Rótulos prohibitivos para el ingreso de alimentos y mascotas, así como para la prohibición de botar basura y fumar.
- Vinilo sobre vidrio con indicaciones sobre tarifas y billetes aceptados.
- Adhesivo con indicaciones para el uso de las máquinas cobradoras.
- Rótulo de acceso a las unidades con imagen identificativa de la parada e indicaciones de prioridad para discapacitados.
- Rótulo de acceso a las unidades con destino a la estación Río Coca como a la estación La Marín.
- Rótulo de señalización para la salida.
- Indicativos de ingreso para personas en silla de ruedas.
- Imagen identificativa de la parada en vinilo sobre vidrio para ser visto desde los exteriores.
- Rótulos de ingreso y salida de la parada ubicados en sentido vertical.

Gráficas para implantar sobre los vidrios de las estaciones de servicio ilustrando la imagen de un punk en el puesto de trabajo.

Gráficas de punks transitando para implantar dentro del espacio interno de las paradas simulando los diferentes estilos y grados de exhibir sus expresiones culturales.

Gráfica a aplicar sobre el mobiliario, máquinas para cobrar, basureros y puertas giratorias para salir.

Carteles informativos sobre esta subcultura, y la importancia de estas en relación con el aparato cultural dominante, considerando los elementos para exhibirlo.

Gráfica para implantar sobre los vidrios de puertas, ilustrando a los punks como usuarios en las unidades de transporte de la Ecovía (3 pares)

Material promocional: Díptico, *parches*, *pinns* o botones, camisetas y *stickers*.

## Logotipo identificativo para “Esas otras culturas”

A partir de unos rápidos esbozos a mano se trabajan bocetos para diseño de la imagen identificativa del proyecto Esas otras culturas, buscando plasmar en la gráfica la relación entre cultura dominante y subculturas, con una estética que relacione directamente a la imagen con la subcultura a la cual se ha estudiado tomando como referencia las líneas gráficas de Raid y Edy.

Bocetos iniciales:



En la primera propuesta se trabaja tipografía sobre un fondo a manera de recorte; La segunda una propuesta tipográfica bastante limpia dentro de la cual interviene un elemento contrastando por manejo tipográfico y formal; y la tercera repite el concepto trabajado en la segunda propuesta dando énfasis en el manejo de un elemento que refleje la gráfica punk a manera de recorte.

Al analizar los bocetos iniciales se descarta la primera propuesta ya que su gráfica no muestra una relación entre las dos partes a diferencia de las propuestas que la prosiguen.

Se procede a desarrollar bocetos de las 2 propuestas más viables:



esas otras  
**CULTURAS**



esas otras  
**CULTURAS**



esas otras  
**CULTURAS**

Tres diferentes tratamientos visuales desarrollados para la tercera propuesta inicial: En la primera una transición de sobrio a sucio en manejo tipográfico, en la segunda un tratamiento similar apegándonos un poco a la línea gráfica de raid: la tercera una propuesta más sobria buscando contrastes entre la sobriedad y la gráfica punk.

Siendo el tercer boceto de la propuesta que se muestra el que más se acerca a la idea inicial planteada, este no llega a mostrar mucha relación ni contraste a la ser “esas otras” pronombres, identificándonos al igual que la anterior propuesta descartada únicamente con la gráfica punk.

Descartando estas dos ideas iniciales desarrollamos la gráfica a partir de la propuesta más viable.



ESAS OTRAS  
**KULTURAS**



esas otras  
**kultureas**

Bocetos iniciales para la propuesta.

En el desarrollo de la propuesta se visualiza el manejo tipográfico en caja alta y baja, se escoge la propuesta en mayúsculas para resaltar en contraste con la letra “k” que se mantiene en minúscula.

esas otras  
**k**ulturas

ESAS OTRAS  
**K**ULTURAS

Visualización de la propuesta manejando tipografía en cajas alta y baja.

En cuanto a la fuente tipográfica se busca que sea limpia y sobria en contraste a la usada en la letra “k” optando por una del tipo *Sans Serif* muy geométrica.

ESAS OTRAS  
**K**ULTURAS

ESAS OTRAS  
**K**ULTURAS

ESAS OTRAS  
**K**ULTURAS

Visualización de la propuesta manejando tres fuentes tipográficas distintas: Helvética, Futura y Avant Garde



ESAS OTRAS  
CULTURAS



ESAS OTRAS  
CULTURAS

Visualización en relación a otras líneas gráficas: fuentes gótico y hip hop.

Se escoge la fuente Avant Garde Book por sus formas muy geométricas al igual que la fuente futura pero diferenciándose de esta por ser un poco más estilizada y manejar ángulos menos agudos volviéndola un poco más amigable.



ESAS OTRAS  
KULTURAS

En cuanto a la cromática se tomaron 2 gamas de color, la primera en colores ácidos amarillos y rosas haciendo referencia a Raid, y la segunda en negros, blancos y rojos, la cual se encuentra repetidamente en el manejo cromático de los carteles locales.



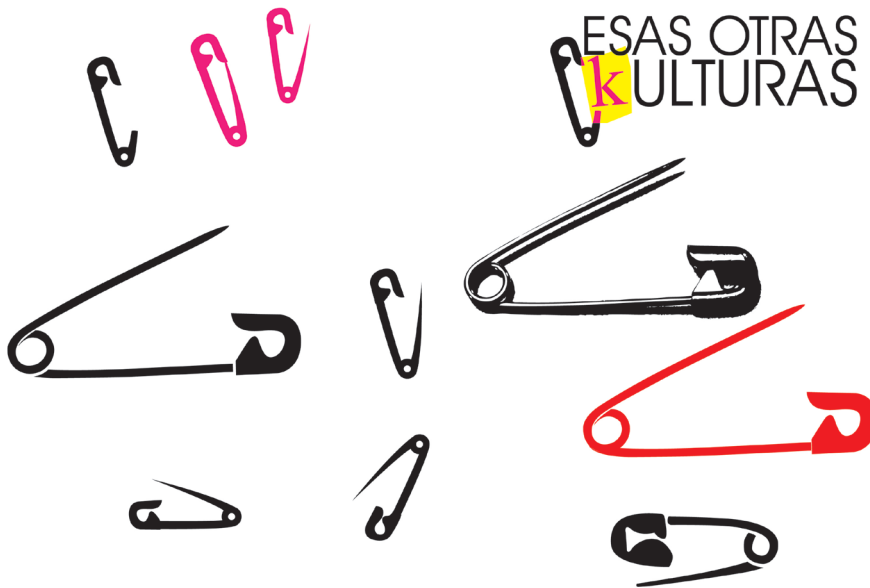
ESAS OTRAS  
KULTURAS



ESAS OTRAS  
KULTURAS

Propuestas de color: la primera haciendo referencia a los colores usados en el cartel punk local y la segunda a la línea gráfica desarrollada por Raid.

En el análisis de la propuesta inicial realizada para el logotipo se evidenció la falta de un símbolo que identifique directamente a la imagen con el grupo punk, siendo el manejo tipográfico y la variante en la letra “k” correctos pero no suficientes, para ello se toma como símbolo el imperdible, aparece en los punks clavado en cejas, orejas, labios, vestido a manera de pendiente o utilizado para remendar prendas y sostener parches y trozos de tela, volviéndose uno de los elementos estéticos más identificativos de esta subcultura.



Bocetos para diseño de símbolo para el logotipo "Esas Otras KULTURAS"

A partir de la abstracción de el símbolo se desarrolla la propuesta gráfica que integra todos estos elementos visuales:



Primeras propuestas: (de izquierda arriba hacia derecha abajo) Primera uso del símbolo para enmarcar en la cual la proporción no favorece visualmente a la propuesta, siguiente; mejora la relación de los elementos pero se encuentra dispersos; siguiente: integra los elementos de mejor manera; ultima integra los elementos dando agregando valor visual al elemento tipográfico identitario de la subcultura punk.

Se revisa nuevamente la propuesta de color para la imagen a partir de las propuestas anteriores:



Propuestas de color: (de arriba hacia abajo) primera una propuesta en colores ácidos amarillos y rosas, con negro haciendo referencia a Raid, y la segunda elimina el amarillo buscando el trabajar una propuesta a 2 colores que haga referencia a las formas de producción que maneja el cartel punk y la tercera propone la gama cromática en negros y rojos, muy identitarios de la comunidad punk local.

Se considera a esta tercera propuesta como la mejor lograda, sin embargo en el análisis de la misma se tiene en cuenta el revisar el estilo gráfico trabajado en el símbolo y la forma en que este se vincula con el resto de elementos puesto que se encuentra a la imagen muy lineal y geométrica, y es necesario el transmitir de esta una sensación no tan limpia con trazos más naturales, además de 2 elementos huecos elaborados para no perder las formas del imperdible pero que no favorecen a este visualmente.



Elementos a corregir.

Diseño de la imagen del entorno a partir de los elementos de identidad de una Tribu urbana  
Caso: Comunidad **PUNK**

Para la modificación del imperdible se plantea el manejo de este con un nivel menor de abstracción y trazos más libres y menos geométricos conservando el manejo de la silueta de este a un solo color.



Bocetos de imperdible abierto y cerrado.

Igualmente se integra este símbolo al resto de la imagen eliminando los elementos antes mencionados, contrastando en color lo cual genera un juego de elementos más rico y una mejor apreciación de los detalles.



Propuesta para la imagen Isologo de "Esas otras kultureas"

Finalmente se realiza un trabajo en los trazos de la fuente tipográfica unificando esta con el resto de la propuesta, acercándola un poco más a la grafica punk y alejándonos sutilmente de su limpieza originalmente presentada.



Propuesta final para la imagen Isologo de "Esas otras kultureas"

## Propuesta de logotipo para “Esas otras culturas”

Descripción general:




Fuentes tipográficas y color:

**E** Avant Garde Book

**k** Times New Roman

 C:0 M:100 Y:100 K:0

 C:0 M:0 Y:0 K:100

Manejo del Isologo sobre fondos oscuros:



Isologo en color sobre fondo claro y oscuro.



Isologo en blanco y negro monocromo sobre fondo claro y oscuro.

Desarrollo de los elementos visuales para la intervención dentro de las paradas planificadas



Bocetos generales.

Bocetaje rápido de las piezas de señalización a diseñar:

A partir de unos sencillos esbozos a mano se trabajaron bocetos para el re-diseño de la imagen de señalética presente, desarrollados a partir de las líneas gráficas de Raid y Edy.



Bocetos iniciales para diseño de piezas de señalización: Rótulo prohibitivo para ingreso de mascotas, comida, fumar y botar basura; Rótulo para la identificación de la parada; señalética interna para el ingreso a unidades de transporte.

Para desarrollar la línea gráfica a partir de la cual se trabajará en el rediseño de la imagen de señalización presente en el sitio a intervenir se escogieron 3 piezas para el proceso de bocetaje: Rótulo de identificación de la parada situado en la parte superior del ingreso a la misma, un rótulo de señalización interna que indica el destino de la unidad a tomar y el rótulo de elementos prohibidos dentro de la parada.



Propuestas del manejo de las líneas gráficas de Edy trabajando fondos a partir de textos de periódico y pictogramas dibujados a pulso y de recorte en las primeras, la tercera incluye la cromática y simplicidad influenciada por Raid.

En las propuestas desarrolladas se trabajaron diferentes líneas gráficas, en la primera con un trazo que simula el dibujo a pulso pero sin conseguir el producir una imagen que nos relacione directamente con la gráfica punk.



En las propuestas 2 y 3 se trabaja a diferencia de la primera con íconos vectoriales, simulando en la segunda el que sean pictogramas recortados y pegados a manera de collage.



Es importante el observar cuales son los elementos punk que pueden intervenir tanto en los pictogramas como en la configuración del rótulo en sí.

Dentro de las propuestas planteadas se encuentran algunos elementos factibles de trabajar como es la integración a la gráfica del imperdible en el primer caso como elemento

identitario del punk, las crestas en los pictogramas humanos y un signo de prohibición al signo de prohibición de manera irónica haciendo referencia a la anarquía y a algunas ideologías liberales presentes en los grupos punk.



Al considerar la cromática observamos que los colores trabajados en el logo a partir de Raid son los más identitarios, tanto con la comunidad punk como con el logotipo planteado además de conseguir un mayor impacto visual tanto por la luminosidad de los colores como por el contraste que manejan.



Para el desarrollo del rótulo que indica el destino de las unidades se trabajaron distintas variables cromáticas de una propuesta, encontrando a la tercera como una opción viable por la simulación de texturas que presenta y una mayor síntesis visual que resulta en una imagen más limpia y legible conservando los rasgos identitarios de la gráfica punk.



Propuestas del manejo de las líneas gráficas a partir del trabajo de Raid, arriba: influencia en cromática con una imagen un poco más "sucia", centro: una versión que simula el trabajo mediante fotocopiadora, abajo: una re-interpretación de esta aplicando texturas y variante de color en negro y rojo trabajada en los carteles locales.

Entre los bocetos iniciales para el desarrollo de la línea gráfica de los rótulos internos de las paradas de la Ecovía se distingue el manejo tipográfico de una de las propuestas como un elemento factible a desarrollar así como el manejo del ícono de cada parada a manera de recorte haciendo referencia a Raid o como parche entre otras ideas, como elemento a descartar está el manejo del logotipo de Ecovía.



Propuestas para carteles de identificación de las paradas a partir de la grafica punk con una influencia notable del trabajo de Raid en las 2 inferiores.

Tomando los elementos más viables a desarrollar de estos bocetos iniciales se busca unificar las ideas en una solo propuesta, manejando paralelamente al desarrollo del logotipo 2 gamas cromáticas.



Propuestas para carteles internos de las paradas a partir de la gráfica punk con variantes cromáticas.

En las presentes propuestas se introduce dentro del manejo tipográfico algunos símbolos políticos, los mismos que por su carácter simbólico vuelven muy dispersa la línea gráfica planteada cuando lo que buscamos es el unificar toda la propuesta, tachándolas como una propuesta errónea además de sumar a la imagen significados no buscados.



Propuestas para carteles internos de las paradas, 2 propuestas.

Entre los elementos factibles de manejar se identifican el Isologo de “Esas otras kultureas” en una superposición sobre el logo de Ecovía, así como aplicaciones similares de elementos tipográficos dentro de los rótulos unificando la propuesta gráfica y fortaleciendo las relaciones con el isologo.



De Arriba hacia abajo: 2 propuestas para rótulo de identificación de la parada Naciones Unidas, 2 propuestas para rótulo de identificación de la parada Casa de la cultura; y 2 propuestas para rotulo de identificación para indicar la salida de las paradas.

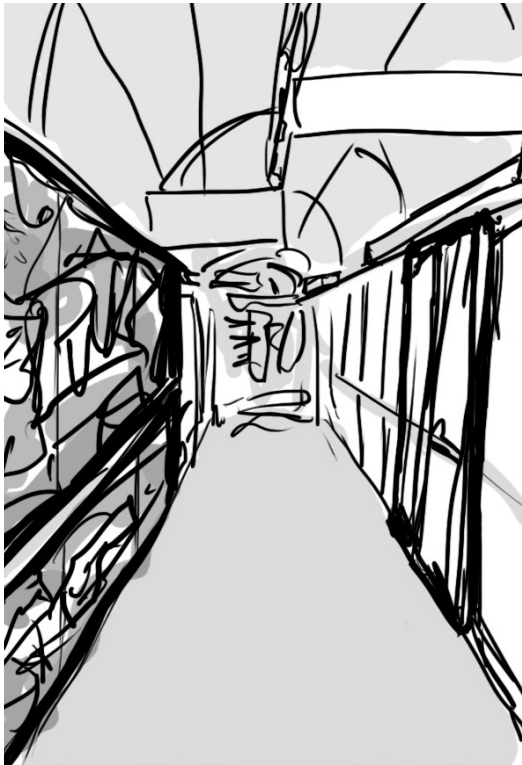
A partir de todo el proceso de bocetaje se plantea la propuesta de línea gráfica para el diseño de los rotulos de las paradas Ecovía.

La propuesta planteada consiste en el re-diseño de las piezas de rotulación internas mediante la superposición de los elementos gráficos desarrollados, unificando las piezas en manejo tipográfico, se aplica el mismo tratamiento del isologo en ciertas letras del texto haciendo uso de algunas exclusiones ortográficas manejadas por los Punks u resaltando una letra que favorezca estéticamente a la gráfica, uso del isologo superpuesto sobre la marca original de Ecovía, y se define conjuntamente con el isologo la propuesta cromática para las piezas.



De Arriba hacia abajo: Propuestas para rótulo de identificación de la parada Naciones Unidas, rótulo de identificación de la parada Casa de la cultura; rótulo de identificación de la parada Manuela Cañizares; Rótulo de identificación para indicar la salida de las paradas; rótulo de identificación para unidades destino a La Marín; rótulo de identificación para unidades destino a Río Coca.

Ambientación de espacios y visualización de las imágenes sobre estos.



Bocetos de ambientación en los interiores de una parada, 2 propuestas.



Visualización de las ideas sobre el espacio, 2 propuestas distintas, la primera mucho más cargada y agresiva en el uso del espacio, la segundo más sutil y diversa.

Bocetaje para diseño de imágenes de punks:

De la misma manera se realizan esbozos a mano para el trabajo de bocetos de las imágenes a implantar en la boletería o estación de servicio y en puertas de las unidades.

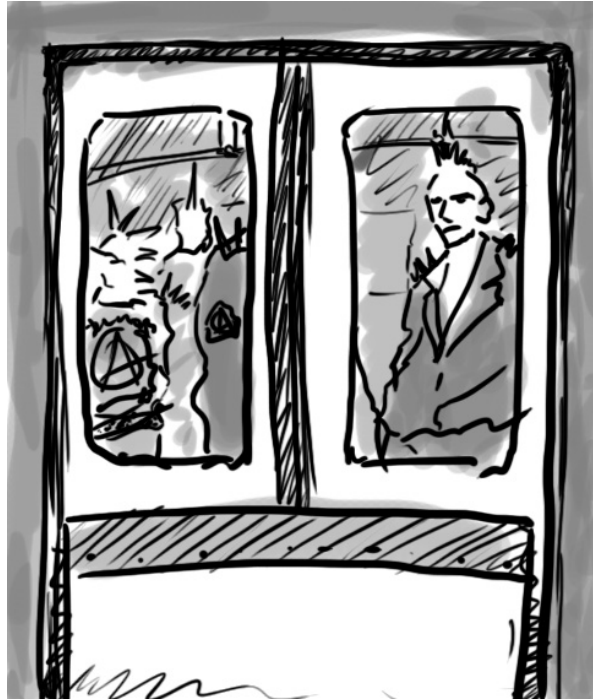


Imagen de punk dentro de una unidad de transporte (aplicaciones sobre vidrios de puertas en unidades)



Boceto para aplicaciones sobre vidrios en boleterías.

Diseño de la imagen del entorno a partir de los elementos de identidad de una Tribu urbana  
Caso: Comunidad **PUNK**

Se tomó como referencia algunas imágenes tomadas de internet simulando diferentes técnicas y niveles de abstracción para el desarrollo de las piezas, entre estas fotografías e ilustraciones con un bajo y medio nivel de abstracción.



Imágenes tomadas de internet para la representación de ideas: <http://gearbluesrevolver.deviantart.com>, <http://blackpurpleredpink.deviantart.com>, Young punk de <http://commons.wikimedia.org>.



Visualización de ideas

Para una mejor apreciación de la propuesta visualizamos su puesta en escena a través del foto montaje.

En la primera propuesta se trabajan imágenes de fotografía con y sin aplicaciones de fondo para las mismas, si bien la propuesta maneja más realismo en la imagen por ser fotografía maneja una estética muy elaborada opuesta a la manejada en el cartel punk y en el resto de la propuesta.



Puesta en escena, a la izquierda: fotografía sobre vidrio sin fondo buscando una impresión realista, centro: aplicación de un marco que da la idea de recorte sobre el vidrio, derecha: aplicación de un fondo a la imagen.

Luego trabajamos una propuesta con imágenes ilustradas, si bien la propuesta da la oportunidad de trabajar un nivel de abstracción mayor con estética más libre esta se desapega de la gráfica Punk, tomando una estética comic muy ajena a lo deseado y poco identificativa del la comunidad.



Puesta en escena, se repite el trabajo superior utilizando una ilustracion con un bajo nivel de abstracción.

Para la siguiente propuesta se toma como referencia la gráfica desarrollada para el manejo de stencil, esta se presenta mucho más identificativa con los punk tanto en sus aspectos estéticos como en formas de producción y su concepto en sí.

Tanto en esta propuesta como en las anteriores se visualiza claramente que para transmitir la sensación de presencia de un punk en el espacio es necesario prescindir del fondo consiguiendo el que las imágenes interactúen con el espacio en el cual serán posicionadas.



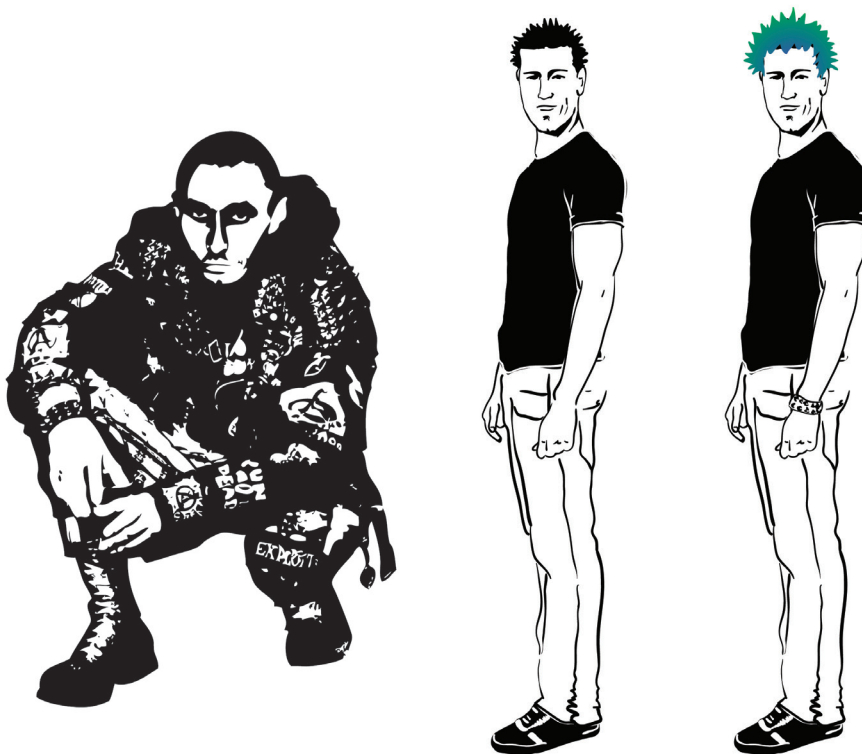
Puesta en escena, se repite el trabajo superior utilizando una ilustracion con un nivel de abstracción mayor adaptado a las técnicas del stencil.

Uno de los intereses principales de la propuesta es el producir una sensación de presencia por parte de los punks en dicho espacio, si bien la imágenes de fotografía dan más realismo a la propuesta a ser vistas frontalmente, la perspectiva causada por los ángulos de visión que en su mayoría no frontales afectan al realismo que estas producen. Por otro lado una gráfica a partir del stencil con una estética más urbana produce la misma sensación al ilustrarlos a través de la técnica y estética que maneja, además se relaciona directamente con el resto de la propuesta fortaleciendo la comunicación visual de todo el proyecto.

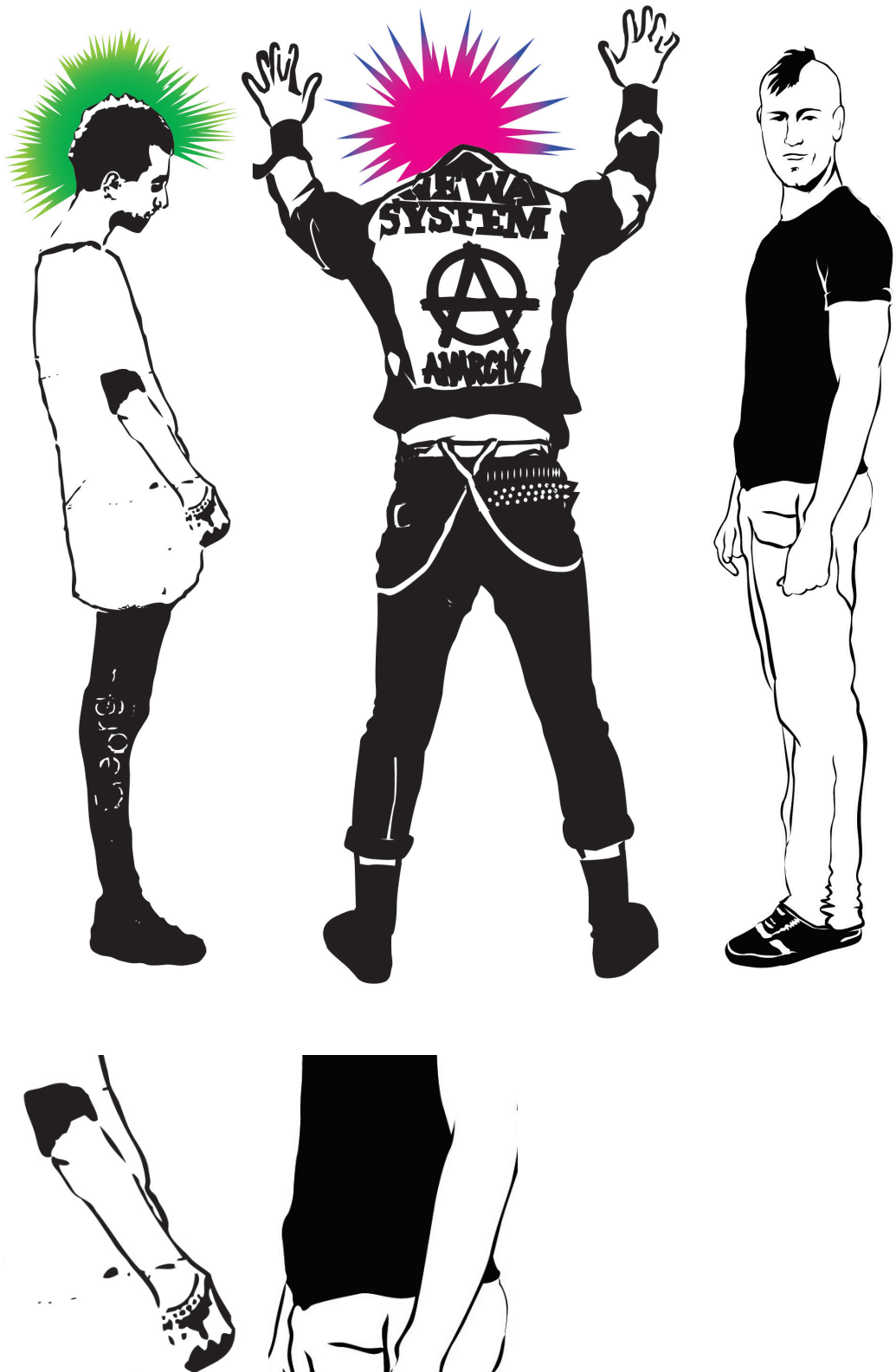


Puesta en escena, aplicacion sobre puertas de las unidades con, en primera buscando el realismo y en segunda trabajando a partir de la grafica punk pero tramsmitiendo la misma sensacion de presencia por parte de los punk.

A partir del análisis de estas primeras ideas se desarrolla la propuesta para el desarrollo de las imágenes de punks a implantar en los espacios:



Tomando como referencia la idea más viable se desarrollan los bocetos iniciales de los punk en el espacio, brevemente identificamos el que es necesario trabajar trazos toscos para que la imagen maneje la estética deseada así como el unificar cromáticamente con el resto de la propuesta.



Definido el estilo de los trazos y el manejo cromático finalmente se inserta la imagen isologo de Esas otras culturas jugando con la gráfica diseñada buscando que sea parte de esta como si se tratara de un parche o un impreso en la vestimenta.



Aplicación de elementos visuales sobre los objetos:

Se definen cuales son las imágenes y símbolos punks aplicados al mobiliario, primero mediante un breve esbozo y luego con manejo de fotografía y recorte.



Izquierda: Boceto rapido de aplicaciones sobre una maquina para cobrar, Derecha previsualizacion mediante fotografía y recortes.

A partir de la idea planteada para la intervención en las maquinas monederas se trabaja el diseño de las piezas gráficas que se utilizaran sobre estas.



Izquierda: boceto inicial para indicaciones sobre el monedero, Derecha: propuesta desarrollada a partir de la linea gráfica general del proyecto.



Izquierda: imagen referencial de pins utilizados por los punks, Derecha: propuesta de diseño para pins a aplicar sobre el inmobiliario

Desarrollo de carteles con estética punk:



Bocetos iniciales para el cartel punk.

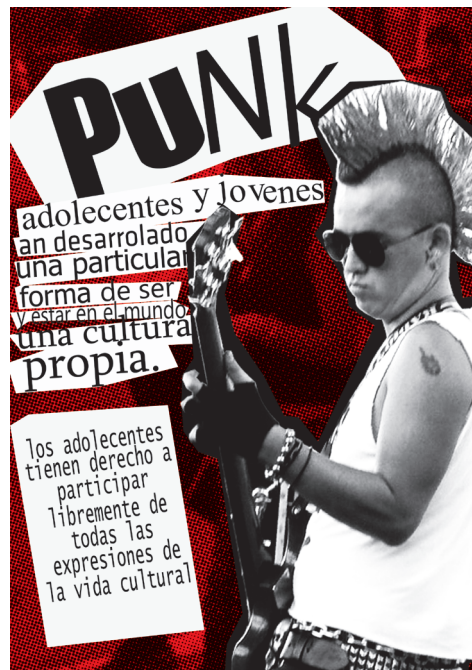
En el proceso inicial de bocetaje para el diseño de los carteles a utilizar se identifican brevemente la necesidad de definir su tamaño el cual se lo establece como A3, puesto que se toma en cuenta los procesos de producción que manejan los punk, en su mayoría reproduciendo sus carteles mediante fotocopiadoras o serigrafía rudimentaria por lo cual manejan formatos adecuados para esos medios, y como otra necesidad esta el definir el texto que contendrá cada cartel, se determinan tres contenidos para dichos carteles tomados de las ponencias presentadas en el texto La Situación de la Juventud del SIJOVEN (Castellanos 2006):



Adolescentes y jóvenes han desarrollado una particular forma de ser y estar en el mundo, una cultura propia, los adolescentes tienen derecho a participar libremente de todas las expresiones de la vida cultural

No existe una sola vida cultural, tampoco esta responde únicamente a rasgos étnicos, los adolescentes tienen derecho a participar libremente de todas las expresiones de la vida cultural.

Adolescentes y jóvenes usan el cuerpo para producir la diferencia que los identifique y singularice desde lo cotidiano, los adolescentes tienen derecho a participar libremente de todas las expresiones de la vida cultural.



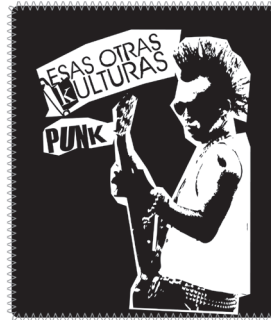
Propuestas de diseño para el cartel punk.

Diseño de la imagen del entorno a partir de los elementos de identidad de una Tribu urbana  
Caso: Comunidad **PUNK**

Finalmente se plantean propuestas de diseño para material promocional como son: camisetas, dípticos, *parches*, *pines* y *stickers*.



Propuestas y bocetos iniciales para diseño de un díptico, camisetas y parches.





# Propuesta de diseño.

A continuación se presentan todas las piezas diseñadas para la intervención gráfica dentro de las paradas de la Ecovía.

Punks:





Gráfica de señalización:



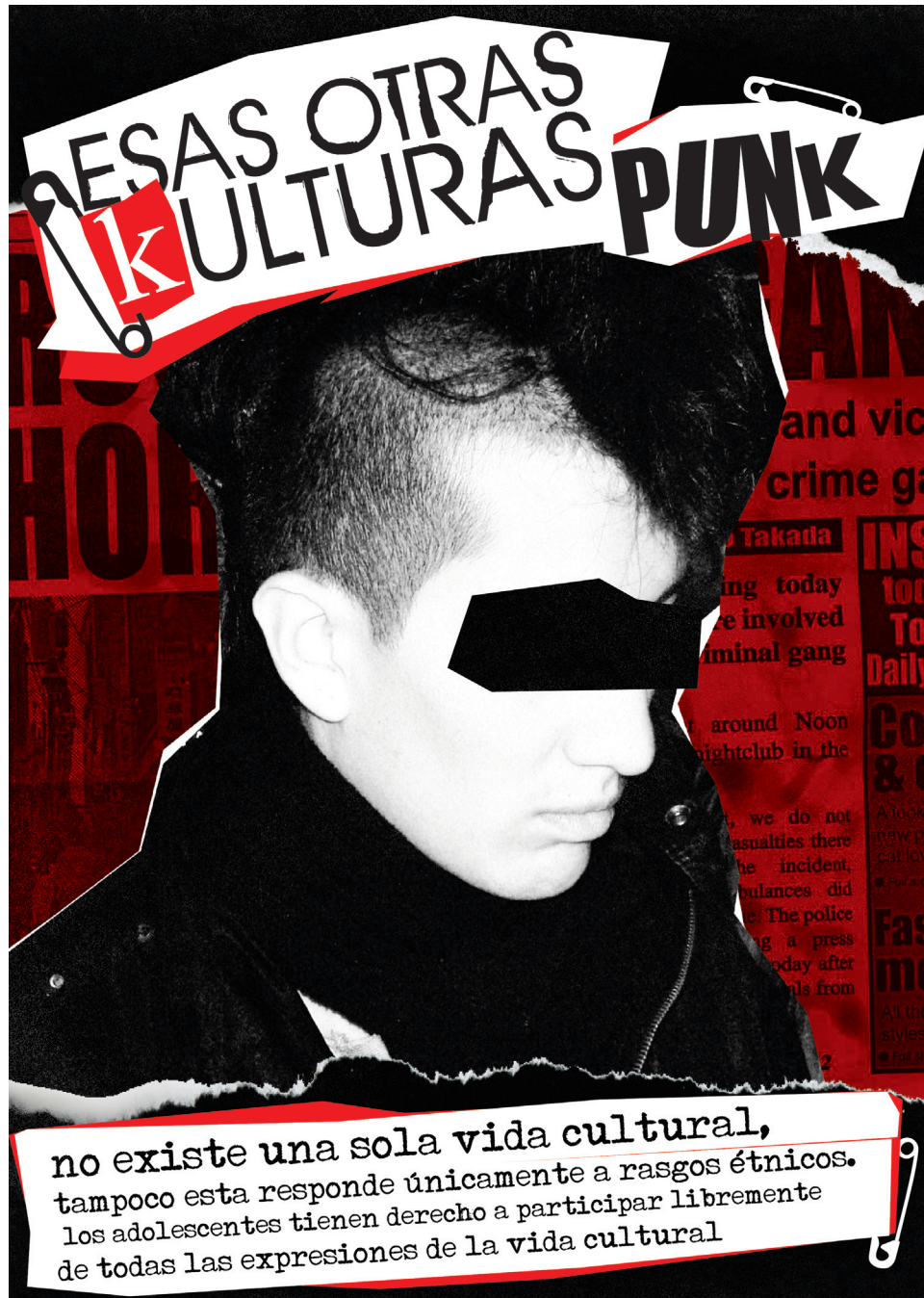


Elementos gráficos y aplicación sobre un objeto:



Carteles:







adolescentes y jóvenes  
**usan el cuerpo**  
para producir la  
diferencia que los  
**identifique y**  
singularize desde lo  
cotidiano.

Los adolescentes  
tienen derecho a  
**participar**  
libremente de  
**todas las**  
expresiones  
de la vida  
cultural

**PUNK**

**DESAS OTRAS**  
**KULTURAS**

Material promocional:





# Presentación.

Como se establece en los alcances de desarrollo del proyecto su implementación sería representada mediante láminas e imágenes demostrativas, para ello se plantea el diseñar un producto editorial a manera de folleto, que exponga la propuesta de una manera altamente visual.

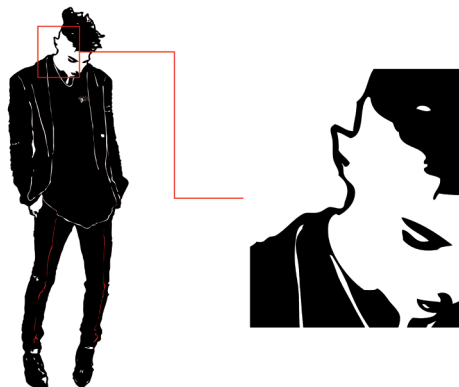


Propuesta inicial para la diagramación interna del folleto.

Para el desarrollo de el folleto de presentación fue necesario el desarrollar algunas gráficas demostrativas que muestren la implantación del proyecto, así como su representación mediante el fotomontaje.



Gráfica de la implantación de la propuesta en uno de los espacios escogidos.



Uso de los elementos de gráficos de la propuesta dentro la diagramación del folleto.



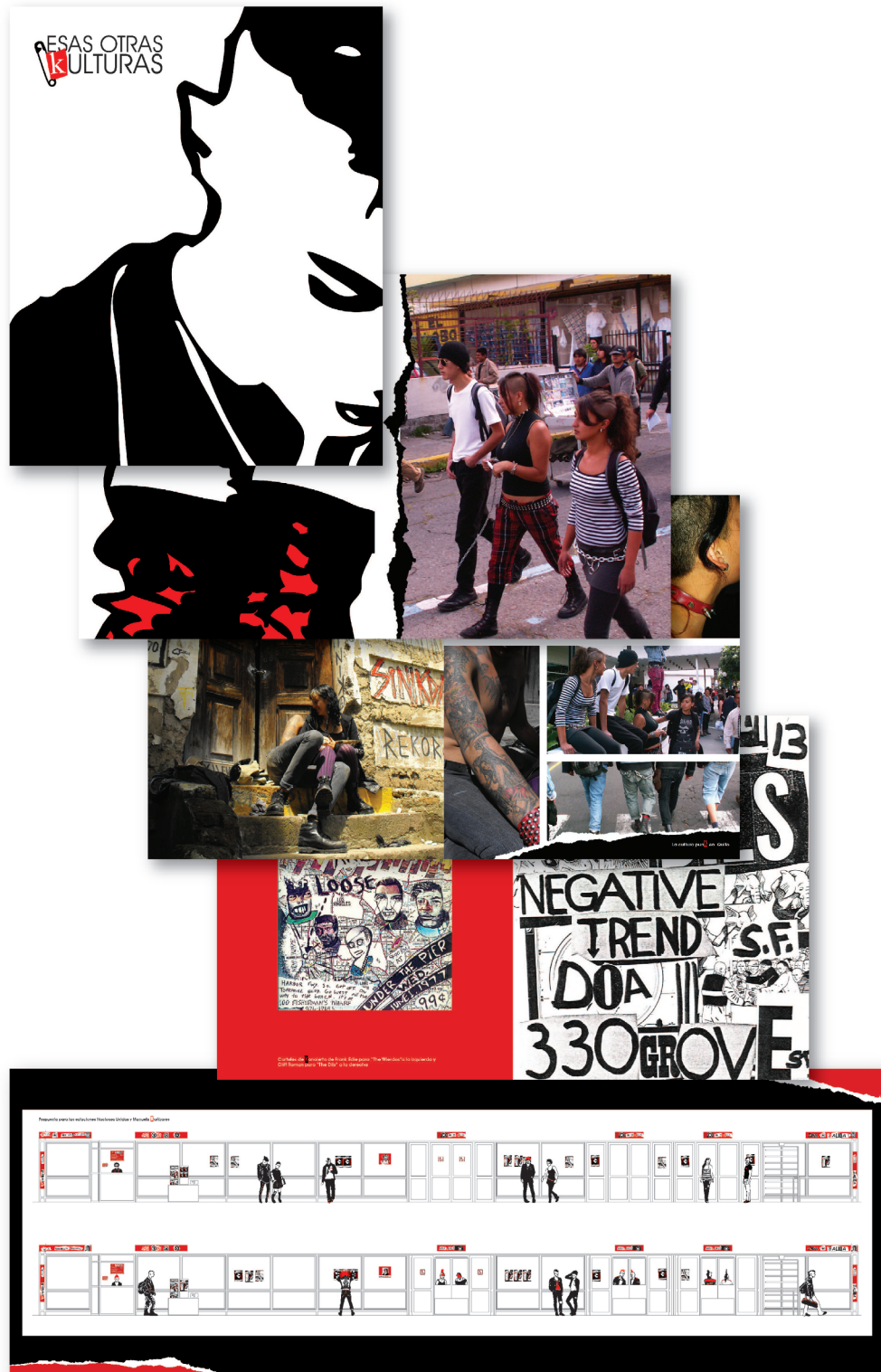
Fotomontaje para la pre visualización de la propuesta.

A partir de los elementos diseñados y siguiendo la línea gráfica de todo el proyecto se desarrolla la propuesta, la cual en el proceso de revisión muestra la necesidad de establecer un hilo conductor que permita al lector entender brevemente la propuesta.



Muestra de la propuesta inicial para el folleto Esas Otras Kultas.

Propuesta final para el folleto.



# Conclusiones y recomendaciones.

A partir del estudio y la propuesta de diseño realizada se llega a las siguientes conclusiones:

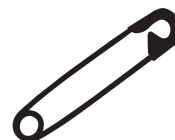
El Diseño Gráfico y la Comunicación Visual pueden desarrollar propuestas de lectura que re-signifiquen el entorno y el soporte en el cual circulan.

La propuesta de diseño realizada cumple con el hacer informativo manejando dos modos de comunicar, el hacer leer y el hacer saber.

La propuesta de comunicación unifica a través del desarrollo de una imagen propia del proyecto informa sobre la comunidad punk y su cultura de una manera afable hacia el público.

Entre los objetivos planteados se establece el desarrollo de una estrategia de exhibición del proyecto, si bien la estrategia de exhibición ha sido planteada y se a realizado un ensayo de la misma a través del fotomontaje, su implantación física no se realiza dentro del proceso de desarrollo del proyecto debido a que al tomar un espacio público y de bien común para la intervención del proyecto, demanda para su implantación un trabajo de gestión para la obtención de permisos gubernamentales de uso del espacio y de exoneración de impuestos comerciales que supera los plazos de tiempo para el desarrollo del proyecto. En un sondeo superficial se identificó la necesidad de realizar un trabajo de gestión de permisos a través de las entidades de: Empresa de Transporte Metropolitano Trolebus, Ilustre Municipio de Quito, y Ministerio de Cultura con un tiempo mínimo requerido para los mismos de aproximadamente 3 meses en el mejor de los casos.

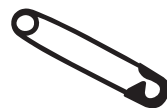
Además como recomendación se propone desarrollar sistemas de imágenes similares a partir del presente proyecto que tomen como objeto de estudio otras comunidades específicas o tribus urbanas y el establecer estrategias de intervención que las exhiba conjuntamente con este, fortaleciendo una a otra su capacidad comunicativa.





# Folleto

## (Anexo)



# Bibliografía.

ARFUCH L., CHAVES, N. LEDESMA, M. (1997). *Diseño y Comunicación Visual, Conceptos críticos*. Buenos Aires: Paidós SAICF.

BARRT C. (2007, Septiembre). 8 culturas urbanas. *Soho*, 56, 56-65.

BARTHES, R. (1972). *La Semiología*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.

BRAKE, E. (1974, diciembre) The Skinheads: An English Class Subculture. *Youth and Society*, 6, 179-200. Citado en: COSTA, P., PÉREZ, J. y TROPERA, F. (1996). *Tribus Urbanas, El Ansia de Identidad Juvenil: Entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la imagen*. Barcelona: Paidós.

BRITO, L. (1994). *El Imperio Contracultural: Del Rock a la Posmodernidad*. Venezuela: Nueva Sociedad.

CARPINTERO, C. (2007) *Sistemas de Identidad*. Buenos Aires: Argonauta.

CEVALLOS, F. y CEVALLOS, C. (2006). *La Situación de la Juventud en el Ecuador, Tomo I y Tomo II*. Ecuador: SIISE.

COBLEY, P., Jansz L. (1998). *Semiótica para principiantes*. Buenos Aires: Era Naciente SRL.

COSTA, P., PÉREZ, J. y TROPERA, F. (1996). *Tribus Urbanas, El Ansia de Identidad Juvenil: Entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la imagen*. Barcelona: Paidós.

CHANDLER, D. (1998). *Semiótica para principiantes*. Quito: Abya Yala.

CRANE, Diane. *Identidad social y distinción a través de la moda* En: GÓNZALEZ, A.M. y GARCÍA, N. (Ed.), *Distinción social y moda*, Pamplona: Eunsa, 2007, p.316. Citado en: PÉREZ, Teresa. *Lifestyle: sobre valores, gustos y preferencias*. Blogcouture. Disponible en: <http://blogcouture.info/>

- DEBORD G. y WOLMAN G. (1956, mayo). Métodos de Detournement. *Les Levres Nues*, 8. Traducción: Acción directa en el arte y la cultura (1998). Madrid. Recuperado el 19/05/2012.  
Disponible en: <http://www.sindominio.net/ash/presit02.htm>
- FRASCADA, J. (2006) *El diseño de comunicación*. Buenos Aires: Infinito.
- FEIXA, C., MOLINA, F. y ALSINET, C. (2002). *Movimientos juveniles en América latina, pachucos, malandros, punketas*. Barcelona: Ariel S.A.
- FERNÁNDEZ, T. (2008). Las empresas se plantean cómo conquistar a la 'Generación Nintendo'. *Expansión y Empleo.com*. (2008) [Revista en línea]. Recuperado el 18/02/2010.  
Disponible en: [http://www.expansionyempleo.com/2008/02/22/desarrollo\\_de\\_carrera/1092778.html](http://www.expansionyempleo.com/2008/02/22/desarrollo_de_carrera/1092778.html)
- GEERTZ, C. (1990). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- HARING K. *Haring - Art in Transit*. Haring.com  
Disponible en: [http://www.haring.com/cgi-bin/essays.cgi?essay\\_id=01](http://www.haring.com/cgi-bin/essays.cgi?essay_id=01)
- LEIRO R. (2006). *Lo específico del diseño*. Foroalfa.  
Disponible en: <http://foroalfa.org/articulos/lo-especifico-del-diseno>
- LELAND, J. (2006, abril). La leyenda del Punk, a tres décadas del temblor. *Rolling Stone*. 28, 26-35.
- MUNARI B. (1983). *Cómo nacen los objetos. Apuntes para una metodología proyectual*. México: Gustavo Gili
- POYNOR R. (2003). *No Más Normas: Diseño Gráfico Y Posmoderno* (p.39-69). Gustavo Gili
- ROBERTSON M. (2006) *Factory Records The Complete Graphic Album*. San Francisco:Chronicle Books.
- SIISE *Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador*. (2008). [CD-ROM]. Ecuador: Gobierno e la República del Ecuador.
- SINASON, V. (1985). Face Values: A Preliminary Look al One Aspect of Adolescent Subculture. *Free Associations*, 2, 75-93. Citado en: COSTA, P., PÉREZ, J. y TROPERA, F. (1996). *Tribus Urbanas, El Ansia de Identidad Juvenil: Entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la imagen*. Barcelona: Paidós.

ADORNO, T. y HORKHEIMER, M. (1998). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta.

VILLANUEVA M. (1997). *Colección Imágenes de Rock, Sex Pistols Punk Not Dead*. Valencia: La mascara.

WOLKOWICZ D. (2006). *El stencil en Buenos Aires*. Foroalfa.  
Disponible en: <http://foroalfa.org/articulos/el-stencil-en-buenos-aires>

