

GRAFFITI DIGITAL
NEVARIBI JUMI SARMIENTO

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO

FACULTAD DE DISEÑO

GESTIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO

MEDELLIN ANTIOQUIA

2022

GRAFFITI DIGITAL

NEVARIBI JUMI SARMIENTO

TRABAJO DE GRADO

ANDRES ADRIAN MARTINEZ CARMONA

DOCENTE DE PROYECTO DE GRADO

INSTITUCION EDUCATIVA PASCUAL BRAVO

FACULTAD DE DISEÑO

GESTION DEL DISEÑO GRAFICO

MEDELLIN-ANTIOQUIA

2022

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Medellin (18, 11, 2022)

Dedicado al profesor César por
su paciencia y esfuerzo para
ayudar en la culminación de este
proyecto.

CONTENIDO

	Pág.
1.INTRODUCCION	13
2.OBJETIVOS	15
2.1 .OBJETIVO GENERAL	15
2.2 . OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
3.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
3.1.DEFINICION DEL PROBLEMA	16
3.2.JUSTIFICACION	18
4. MARCO TEORICO	20
5.2.DESARROLLO DEL PROYECTO	29
6. ANÁLISIS DEL DESARROLLO DEL PROYECTO	32
6.1.CRONOGRAMA	35
6.2 BIBLIOGRAFIA	39

LISTA DE TABLAS

	Pág
Tabla 1. Tabla comparativa de técnicas 1	27
Tabla 2. Tabla comparativa de técnicas 2	28
Tabla 3. Tabla comparativa de técnicas 3	29
Tabla 4. CRONOGRAMA	39

LISTA DE FIGURAS

	Pág
Figura 1. <i>Fotografía</i> de graffiti en Medellín-la milagrosa	21
Figura 2. <i>Fotografía</i> de graffiti de toxicómano en Bogotá	22
Figura 3. <i>Fotografía</i> diferentes técnicas	23
Figura 4. <i>Fotografía</i> baño vandalizado	24
Figura 5. Arte mexicano	26
Figura 6. Logo marca BOMBA con planimetría	33
Figura 7. Prototipo de público objetivo	38
Figura 8. Diseño para camiseta de la marca BOMBA 1	38
Figura 9. Diseño para camiseta de la marca BOMBA 2	36
Figura 10. Diseño para camiseta de la marca BOMBA 3	37
Figura 11. Diseño para camiseta de la marca BOMBA 4	37

GLOSARIO

-Graffiti: El graffiti es una forma de expresión artística que forma parte del arte urbano o arte callejero, a menudo relacionado con vandalismo o actos ilegales

-Street art: Hace referencia a todo el arte de las calles.

-Muralismo: Es una técnica artística aplicada sobre un muro o pared.

-Expresión: Representación con palabras o con otros signos externos, de un pensamiento, una idea o un sentimiento, etc.

-Pintura:

1. Sustancia o producto de textura líquida o espesa con que se da color a una cosa

2. Técnica o procedimiento usado para pintar o elaborar una obra pictórica.

-Intervención: Arte creado especialmente para su interacción con un espacio, situación.

-Estética:

1. Disciplina filosófica que estudia las condiciones de lo bello en el arte y en la naturaleza.

2. Modo particular de entender el arte o la belleza.

-Abstracto:

1. Concepto, cualidad, que se obtiene de abstracción

2. Que resulta difícil por tener el carácter esquemático y poco concreto propio de lo que se obtiene por abstracción.

-Moda:

1. Gusto, costumbre o uso, o conjunto de ellos, propio de un grupo, periodo de tiempo o lugar determinado.

2. Conjunto de prendas de vestir, adornos y complementos que se basan en esos gustos, usos y costumbres, y que se usan durante un periodo de tiempo determinado.

-Caligrafía: Conjunto de rasgos característicos de la escritura de una persona, de un documento o de una época.

-Writer: Significa escritor de graffiti y , aunque es común escucharla para referirse a un graffitero, la palabra graffer ahora está sustituyéndola.

-Artista: Persona que practica algunas de las bellas artes (música, pintura , escultura, arquitectura, danza, poesía), en especial si se dedica a ello profesionalmente.

-Cultura urbana: Podemos inferir que cultura urbana es aquella cultura que engloba expresiones que determinados grupos que surgen en las ciudades.

-Hip hop:

Estilo de música de baile nacido en estados unidos de américa en la década de 1970 con una derivación del funk y que se caracteriza por su base electrónica y por estar asociado a manifestaciones alternativas como el break dance y el graffiti.

-Rap: Se caracteriza por su ritmo monótono y muy sincopado, letras explícitas y composición de verdades de la vida casi de manera monológica y sus letras radicales sobre temas como la violencia , la lucha contra el sistema establecido, el sexo, el machismo o el trabajo.

-Aprendiz: Persona que aprende algo , especialmente un oficio manual,

practicándolo con alguien que ya lo domina.

-Creativo: Que tiene creatividad.

Que tiene relación, con la creación o es resultado de ella.

-Dibujo: Arte y técnica de dibujar.

-Expresionismo: Movimiento artístico y literario de origen europeo surgido a principios de siglo xx que se caracteriza por la intensidad de la expresión de los sentimientos y las sensaciones.

-Ilustración: Fotografía, dibujo o lamina que se coloca en un texto o impreso para representar gráficamente lo expuesto, ejemplificarlo o hacer más atractivo el resultado.

-Interpretación: Consiste en reconstruir la realidad material a la que se refiere una representación de la realidad.

-Lienzo: Tela preparada para pintar sobre ella

-Moda: Costumbre o uso, o conjunto de ellos, propios de un grupo, un periodo de tiempo o un lugar determinados.

-Moderno: Pertenece al presente, al tiempo actual.

-Maestro: El que enseña un arte mecánico o una labor material a quien quiere aprenderla para su ejercicio profesional,

-Retrato: Representación de una persona en dibujo, pintura, escultura o fotografía.

-Realismo:

Tendencia artística y literaria que consiste en representar fielmente la realidad y crear cierta tensión emocional sin llevar a cabo ninguna idealización.

-Ilegal:

Que está en una situación que va en contra de la ley.

1. INTRODUCCIÓN

El graffiti digital es una fusión de estilos de diseño que está inspirado por la diversidad de las artes callejeras, como lo son el graffiti (se llama graffiti a una modalidad de pintura libre , destacada por su ilegalidad) el Street art (hace referencia a todo el arte de las calles y el muralismo(es una técnica artística aplicada sobre un muro o pared); incluyendo la parte tecnológica, para proyectar y transmitir la esencia de las calles a los diseños digitales.

Esta idea parte de una mixtura de conocimientos y gustos por los colores y la forma que se aplica a un diseño, sea desde un boceto en un cuaderno hasta en una pared con pintura y concluyendo en la nueva era tecnológica con diseños gráficos.

En este proyecto se propondrán diferentes métodos de diseño a partir de lo mencionado que tendrán un enfoque amplio para creaciones audiovisuales, mercancía, ropa, emprendimientos y productos digitales, entre otros.

RESUMEN

Este proyecto nace del deseo de visualizar las expresiones artísticas que se observan en el espacio público que manifiestan el sentir de una sociedad. Las expresiones artísticas que hoy en día componen paisajes urbanos de grandes ciudades bajo el nombre de arte callejero y que ahora pretende proyectarse en la representación de una marca inspirado por la estética de las artes callejeras.

Por lo dicho, se considera que el graffiti digital como arte público y comercial, permitirá que los habitantes de la ciudad de Medellín, identifiquen las prácticas artísticas y de diseño como una posibilidad de apreciar las artes callejeras en diferentes formatos, en este caso prendas de vestir y poder entender cuáles son los métodos más efectivos y de menor costo para elaborar las prendas de la marca con la propuesta de graffiti digital.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Crear una propuesta de signo distintivo que transmita el grafiti en diferentes formatos digitales, ejemplificando diferentes formatos y líneas gráficas propias del arte callejero.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Analizar diferentes técnicas que se relacionan con la aplicación en prenda de vestir para proyectar la esencia del grafiti.

Clasificar las diferentes técnicas de impresión o estampación que se pueden utilizar para plasmar o proyectar el lineamiento gráfico de las artes callejeras (street art, muralismo, grafiti)

Desarrollar una propuesta de marca que proyecta los estilos gráficos que usan las artes callejeras (graffiti, muralismo , street art)

3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cómo crear o desarrollar una marca, con productos de vestuario, que represente y sintetice los elementos de identidad y cultura a través de productos de vestuario caracterizados por la implementación del graffiti como medio de expresión?

¿Cuáles son los materiales más óptimos para la elaboración de prendas de vestir aplicando graffiti digital??

Graffiti digital es una iniciativa de carácter cultural y comercial que quiere reconocer el graffiti como arte público y comercial, a través de creaciones artísticas y tecnológicas que hacen favorable la elaboración de dicha propuesta.

implementar el uso de las herramientas digitales para la elaboración de propuestas diferentes a través del arte, la cultura y el diseño gráfico.

3.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Es necesario en el ámbito de la moda y la ropa, desarrollar productos originales y diferentes, ya que los jóvenes busquen este tipo de productos que refleja parte su

identidad y personalidad.

¿Cuáles son los métodos más efectivos y de menor costo para elaborar las prendas de la marca con la propuesta de graffiti digital?

¿Cómo Crear estrategias comunicativas que promuevan la apropiación, formación y creación del arte callejero y digital como elementos de identidad cultural y comercial?

El graffiti se toma como un arte con diversidad de colores, formas y texturas, siendo un elemento que pasa a ser un concepto para desarrollar una marca que desea ser original y crear un estilo diferente y propio.

3. JUSTIFICACIÓN

Graffiti y su aplicación en la ropa. Con respecto a su relevancia social, es transcendental debido al lineamiento artístico que se le da al graffiti de las calles, el cual aún no es bien visto por la sociedad. De esta manera, se analiza la experimentación con los colores y formas del graffiti dentro de la moda con la finalidad de exponer a la sociedad una nueva forma de aplicación del graffiti, diferente de su común entorno de las calles. En consecuencia, el gremio del graffiti, que es un grupo reducido y no suele ser considerado dentro de la moda, pero será beneficiada mediante la aplicación del graffiti como una expresión artística relacionada con culturas urbanas que puede ser aplicada al diseño de prendas de vestir, la creación de estampados y texturas. Es decir, se busca resaltar el arte callejero, con el fin de relacionarlo con la creación de estampados o texturas y su aplicación a la ropa y a la moda.

El concepto de graffiti digital se asocia a dos aspectos fundamentales:

el primero conectado con el arte callejero que se refleja en las calles de las ciudades que representan e identifican esta comunidad (artistas, escritores, muralistas, graffiteros).

La segunda se refleja en aplicar las texturas, diseños, efectos y composiciones se enfoca en estudiar la identidad visual y tendencias que se manejan en el

movimiento artístico de las calles (graffiti, muralismo, Street art) como punto clave de desarrollo aplicados en diseños digitales.

Es decir que, para este proyecto de investigación, el sujeto de estudio se representa en las artes callejeras (Street art, graffiti, muralismo) como imagen simbólica que resulta de la comunicación con el entorno de la ciudad, y las prácticas de Street art que representan cierto grupo de la sociedad.

4. MARCO TEÓRICO

El concepto de graffiti digital se asocia a dos aspectos fundamentales:

el primero conectado con el arte callejero que se refleja en las calles de las ciudades que representan e identifican esta comunidad (artistas, escritores, muralistas, graffiteros).

La segunda se refleja en aplicar las texturas, diseños, efectos y composiciones se enfoca en estudiar la identidad visual y tendencias que se manejan en el movimiento artístico de las calles (graffiti, muralismo, Street art) como punto clave de desarrollo aplicados en diseños digitales.

Es decir que, para este proyecto de investigación, el sujeto de estudio se representa en las artes callejeras (Street art, graffiti, muralismo) como imagen simbólica que resulta de la comunicación con el entorno de la ciudad, y las prácticas de Street art que representan cierto grupo de la sociedad.



Figura 1 – Fotografía de graffiti en medellin-la milagrosa

La cultura urbana puede considerarse actualmente como una mezcla de estilos y géneros que sintetizaron el conjunto de rasgos, gustos, disgustos que representan una sociedad o un grupo social, además de su desarrollo en letras, colores, estilos y diseños.



Figura 2 – Fotografía de gaffiti artista toxicomano Bogotá.

ARTE URBANO



Figura 3 – Fotografía de graffiti, diferentes técnicas.

La práctica del Graffiti es un referente de acción social que evidencia una postura frente a diversos temas, tanto de manera individual, desde la espontaneidad de la práctica, como en la colectiva a partir de una ideología contestataria bajo un movimiento social. Un ejemplo de ello lo evidencia el licenciado colombiano en ciencias sociales Edwin Cabrera, el cual desarrolla en su tesis la idea de cómo este arte urbano es una influencia social que se enmarca dentro un imaginario colectivo, y que está dentro de un campo social y cultural, el cual produce elaboraciones simbólicas demostrando en sus inscripciones sentimientos o fantasías que se exponen al público, no buscando su aceptación si no apropiarse de lo prohibido generando dentro de la ciudadanía puntos de vista, que crean una constante interacción entre lo pintado y quien lo observa” (Cabrera, 2018, pág. 18).

Todas estas expresiones de protesta y anarquía, demuestran esos ámbitos culturales y esas perspectivas tan variadas con las que puede estar luchando constantemente el graffiti, tratando en la actualidad, cambiar esas perspectivas de pensamiento trabajando a partir del contacto con la comunidad, a través de trabajos sociales y culturales. Esto a su vez, ayuda a que la gente del común.

VANDALISMO



Figura 4 Imagen baños vandalizados por firmas de graffiti.

Por otra parte, el muralismo comparado con el graffiti, es un arte relativamente nuevo, pero que en este momento tiene una implementación más académica. Esta técnica, tiene un origen mexicano, que surgió a partir de la Revolución Mexicana, teniendo una connotación de protesta y de acción política, el cual fue apoyado, en su momento por el Estado, dándole insumos y recursos a los artistas, por su trabajo. Cómo bien lo denota su palabra, está enfocado hacia “[...] la creación de pinturas murales: es decir, de obras que se realizan a lo largo de un muro o pared” (Pérez, 2019).

Esto, a comparación del graffiti, no solamente es un rayón que expresa una posición social y política, sino que enmarca toda una acción artística de una creación colectiva en una pared a través de imágenes y representaciones visuales plasmadas en un pared o muro.

En la sociedad colombiana, el arte ayuda a descifrar el papel del graffiti como expresión social de denuncia y crítica, donde lo político devela un sin fin de alternativas y posibilidades dadas por la imaginación y el ingenio humano, para enlazar la memoria y la alteridad que en ella se cimienta, facultando estrategias de formación basadas en la continua crítica y el análisis de nuestro complejo mundo, por medio de la evocación y sus alcances, sus matices, sus colores y reflejos, sus perspectivas y percepciones, destacando una baraja de opciones para una constante proposición ante los dilemas y problemáticas que claman por oportunidades y valoraciones desde los horizontes individual y colectivo. (Chacón-Cervera & Cuesta-Moreno, 2013).

MURALISMO-MEX



Figura 5 Mural arte mexicano diferentes técnicas.

Para hablar de graffiti, hay que abordarlo a partir de las diferencias que tiene como arte urbano y como muralismo. Es bien sabido que este arte urbano es un medio de expresión, pero como lo mencionan los investigadores colombianos Martha Gama y Freddy León (2016) en su investigación, citando al filósofo bogotano Armando Silva “[...] el graffiti, es una marca urbana relacionada con lo prohibido” (Silva, 2014). Este mismo autor agrega que “para ser considerado graffiti, debe violentar un orden lingüístico, estético o político. Irrumpir en contra de lo que está establecido” (Silva, 2014). El graffiti es una acción que está relacionada con la protesta, lo contestatario, lo efímero y el querer incomodar desde lo visual, a través de mensajes que irrumpen con el “orden” en el espacio público. Parte de estas mismas características, han hecho que el significado del graffiti se haya tergiversado y que se haya vuelto un medio de expresión estigmatizado y rechazado, creando diversas opiniones y reacciones acerca de si es o no arte, o

cualquier otro tipo de imaginarios colectivos y paradigmas sociales que estas acciones pueden causar.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

TECNICA	Serigrafía	Vinilo textil
DIFERENCIA	La serigrafía consiste en transferir el logo o la imagen que se desea estampar a través de una malla denominada pantalla. Por cada color que se quiera, necesitamos una pantalla adicional. Estas pantallas permiten pasar la tinta para formar el dibujo deseado.	El vinilo textil o el vinilo de corte consiste en cortar el diseño de un material termoadhesivo para luego estamparlo en la prenda escogida. Lo que necesitas para esta técnica es, un diseño, un plotter de corte, vinilo textil y termofijadora.
DURACION	De forma general le damos a las tintas de base solvente una vida útil de 5 años, y a las tintas UV 1 año. Por supuesto, hay excepciones. Por lo general es la tinta que tiene mas durabilidad. Serigrafía textil Es una técnica económica. Su efecto es duradero. No se percude con el lavado ni el tiempo. Puedes usar hasta 6 colores.	por lo general se estima que el vinil textil tiene una duración de hasta 70 lavadas, siempre siguiendo las instrucciones de lavado del producto e incluso puede llegar a durar lo que dura el uso de la prenda.
COSTO	Es rentable porque inviertes en máquinas que usarás todo el tiempo y no será necesario reemplazarlo frecuentemente. Quizás los insumo, materiales y accesorios sea de uso constante, pero se recupera en poco tiempo..	Corte con adhesivo que permite estampar camisetas con diseños Medida de medio metro (50cmx50cm) Hoja (25cmx30cm) Metro (50cmx100cm) tiene un costo aproximado entre \$25.000 y \$ 35.000

Tabla 1 – Tabla comparativa de técnicas 1.

TECNICA	Transfer digital	DTG
DIFERENCIA	La impresión láser o transfer, consiste en imprimir el diseño en un papel especial que se estampa en la prenda mediante calor con una estampadora, para usar esta técnica necesitas, un diseño, una impresora, hojas especiales y termofijadora.	DTG o Direct To Garment por sus siglas en inglés, hace referencia a la técnica más avanzada desarrollada para estampados personalizados sobre textiles, también conocida en español como Impresión directa sobre tela.
DURACION	Las pruebas de lavado realizadas han demostrado que el Transfer soporta hasta 60 ciclos de lavado con un jabón suave sin cambiar su apariencia	Los personalizados con DTG o DTF ofrecen una excelente calidad con gran vivacidad de colores y un tacto muy agradable y gran flexibilidad, superior al vinilo textil y otras técnicas ya que solo transferimos la tinta a la prenda. El estándar industrial de la ropa impresa es de 50 lavadas, y también que la impresión digital dura más que eso. Los diseños impresos digitalmente suelen durar tanto como la prenda misma, y envejecer de buena forma
COSTO	vinilo textil de corte con adhesivo que permite estampar camisetas con diseños Medida de medio metro (50cmx50cm) Hoja (25cmx30cm) Metro (50cmx100cm) tiene un costo aproximado entre \$25.000 y \$ 35.000	vinilo textil de corte con adhesivo que permite estampar camisetas con diseños Medida de medio metro (50cmx50cm) Hoja (25cmx30cm) Metro (50cmx100cm) tiene un costo aproximado entre \$25.000 y \$ 35.000

Tabla 2 – Tabla comparativa de técnicas 2.

TECNICA	Aerosol	Aerografía
DIFERENCIA	<p>Líquido que, acumulado a presión en un recipiente, puede lanzarse al exterior esparciéndolo en partículas muy pequeñas.</p> <p>Mantenemos el aerosol realmente cerca de la pared o superficie, y empezamos a pulverizar avanzando muy lentamente. De este modo la superficie no absorbe la pintura, que empieza a gotear dejando su color como huella creando un efecto muy estético.</p>	<p>La técnica de aerografía consiste en aplicar color a una superficie mediante un aerógrafo, para lograr una imagen deseada, para plasmar una obra de arte o simplemente para darle un toque de diseño a la superficie.</p>
DURACION	<p>la pintura de aerosol por su densidad puede abarcar diferentes superficies incluyendo la ropa y su durabilidad es .</p> <p>Una vida útil de 5 o mas años</p>	<p>la pintura de aerosol por su densidad puede abarcar diferentes superficies incluyendo la ropa.</p> <p>Una vida útil de 5 o mas años depende de su intensidad de uso y lavado</p>
COSTO	<p>El aerosol maneja diferentes tipos de pintura y colores dependiendo de la gama que se compre. estan los aerosoles estandar que maneja colores primarios y su precio esta entre \$7500 a \$10.000</p> <p>Estan los aerosoles gama media que tiene mas variedad de colores y se pueden utilizar diferentes boquillas para el trazo que se desee aplicar su precio esta entre los \$15.000 y \$20.000</p>	<p>puede ser acrílica, acuarela o tinta acrílica. La diferencia reside en que las pinturas que son más opacas son más sencillas de emplear porque cubren con mayor facilidad, su precio estandar por galon esta entre \$25.000 y \$35.000</p>

Tabla 3 – Tabla comparativa de técnicas 3.

5.2 METODOLOGÍA

Diseñar y desarrollar ropa femenina y masculina que se caractericen por su diseño inspirado en el graffiti, hacen parte de una colección compuesta por obras de escritores de graffiti de la ciudad de Medellín, exaltando el talento local, mucho color, formas y texturas. Teniendo en cuenta que el objetivo de la marca es crear prendas únicas en diseño y estilo para las jóvenes de Medellín.

Para la elaboración de los diseños y los estampados de las prendas pertenecientes a la marca BOMBA, se lleva a cabo una metodología que consiste en investigar acerca de eventos de la elaboración de graffiti en la ciudad, luego tomar registro de las piezas realizadas por los diferentes escritores de graffiti y que este mismo sea el material para la digitalización y edición de lo que serán los estampados en las prendas pertenecientes a la colección.

El proyecto Graffiti Digital propone su modelo de gestión partiendo de los dos objetivos específicos propuestos y se desarrolla en dos etapas:

La primera etapa se basa en un proceso investigativo y trabajo de campo para el estudio de las artes callejeras y hacer uso adecuado de este tipo de diseño para que transmita la esencia de lo que es graffiti digital plasmado en la ropa

La segunda fase corresponde a la creación de marca enfocada a proyectar y transmitir de la artes callejeras todo su lineamiento grafico basado en colores texturas , efectos, lettering para el desarrollo de estrategias comunicativas que se relacionan a la marca.

El estudio de costo de materiales y cuál es el más óptimo para utilizarlo

6 DESARROLLO DEL PROYECTO

El proyecto parte de la creación de una marca y la aplicación del graffiti el diseño y la moda, que usa de inspiración la diversidad de intervenciones artísticas de la calle y que inspira para proyectar su estética de diseño y tratar de llegar a la percepción de quien ha crecido en un entorno característico por estas expresiones. Entender las dinámicas de aplicación de graffiti digital, que inicialmente surge en una pared y cambiar el método para usarlo en prendas de vestir y entender qué tipo de aplicación de materiales es más óptimo para desarrollar dicha propuesta.

Marca Bomba:

Quienes somos:

BOMBA es un proyecto creado por artistas urbanos de diferentes ramas que convergen en torno a la calle como un escenario de creatividad cotidiana. Con un equipo conformado por jóvenes sudamericanos, creamos una mixtura que hace de su estilo, algo único e irrepetible, no solo en sus prendas sino en su construcción conceptual. Su identidad y personalidad gira en torno a tres puntos centrales: el graffiti, el rap y el skateboarding, sin embargo, también está abierta a otro tipo de expresiones urbanas y deportes extremos como muestra de esa pluralidad que caracteriza la marca.

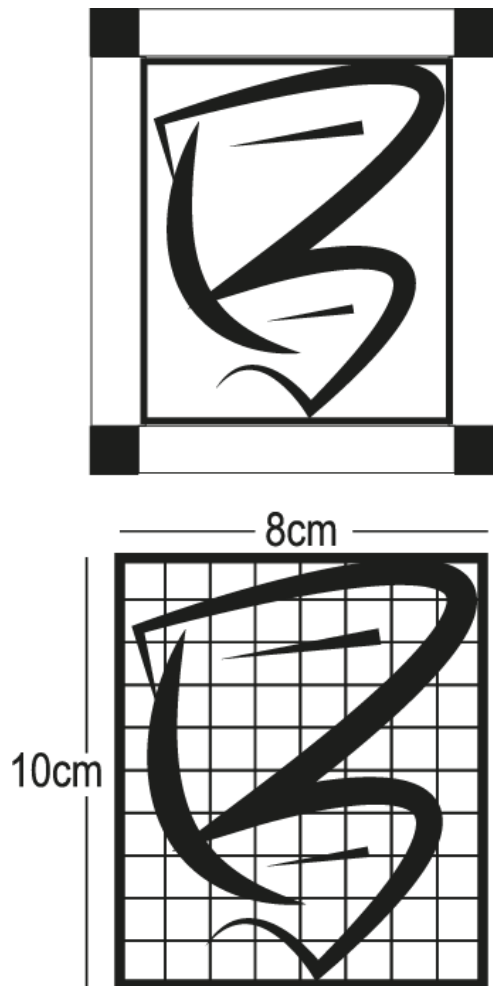


Figura 6 Logo BOMBA con planimetría.

Misión:

BOMBA es una marca que fabrica y comercializa ropa urbana juvenil y accesorios, ofreciendo diferenciación y exclusividad en nuestros diseños inspirados en las artes callejeras.

Cumpliendo con los requerimientos del mercado en nuestra labor por la satisfacción de sus necesidades.

y expectativas, entregando los mejores precios, servicio y calidad.

Visión:

BOMBA pretende ser reconocida en el año 2025 como la mejor elección de compra

en ropa urbana juvenil, por su calidad e innovación en diseños, servicio al cliente, cobertura

y precio en el mercado. Brindando solidez, confiabilidad, flexibilidad y rentabilidad a los

clientes, proveedores, socios, comunidad y a todas aquellas personas participes del

desarrollo sustentable y económico de Medellín y ciudades como Manizales y Bogotá.

Público objetivo:

Geográficamente:

-Jóvenes que viven en Medellín, ciudad, donde la moda y el vestuario son espontáneos.

El vestuario se caracteriza por ser no tan formal, ligero y fresco

ya que su clima es cálido. En la ciudad no hay la información deseada sobre moda, si la

comparamos con Bogotá o París, pero si hay mucho color y ritmo presentes en la ciudad.

Demográficamente

-Jóvenes estudiantes entre los 18 y 25 años de edad.

-Su estado civil es soltero porque aún no se han casado, pero suelen tener una compañía sentimental.

-Los consumidores de BOMBA se caracterizan por tener pensamientos y opiniones críticas.



Figura 7 Prototipo de público objetivo.

Camisetas de la marca BOMBA:



Figura 8 Diseño para camiseta de la marca BOMBA 1.



Figura 9 Diseño para camiseta de la marca BOMBA 2.



Figura 10 Diseño para camiseta de la marca BOMBA 3.



Figura 11 Diseño para camiseta de la marca BOMBA 4.

6.1 ANÁLISIS DEL DESARROLLO DEL PROYECTO

- Es necesario en el ámbito de la moda y la ropa, desarrollar productos originales y diferentes, ya que los jóvenes busquen este tipo de productos que refleja parte su identidad y personalidad.
- . • El desarrollo de este proyecto en cuanto a investigación y diseño, motiva al escritor o diseñador a pensar que se puede hacer con los movimientos artísticos y de moda en la ciudad de Medellín.
- El graffiti se toma como un arte abundante en colores, formas y texturas, siendo un elemento que pasa a ser un concepto para desarrollar una marca que desea ser diferente y crear un estilo propio.
- Es importante mostrar a los consumidores qué pasa con el arte y como este puede ligarse a la ropa y a la moda, resaltando el talento local tanto de diseñadores de vestuario como de los escritores de graffiti.

6.2 CRONOGRAMA

CRONOGRAMA

CRONOGRAMA	RESPONSABLE	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5	SEMANA 6	SEMANA 7	SEMANA 8
INVESTIGACION DE LOS TEMAS	NEVA JUMI SARMIENTO								
REGISTRO DE INFORMACION	NEVA JUMI SARMIENTO								
CREACION DE MARCA	NEVA JUMI SARMIENTO								
ESTUDIO DE TIPOS DE MATERIALES	NEVA JUMI SARMIENTO								
ESTUDIO DE COSTOS	NEVA JUMI SARMIENTO								
LANZAMIENTO DE MARCA	NEVA JUMI SARMIENTO								

Tabla 4 – CRONOGRAMA

CONCLUSIONES

Para realizar los antecedentes la metodología fue investigar en internet todas aquellas marcas que fueran competencia o que ya hicieran algo parecido a la propuesta de la marca BOMBA y de ahí desplegar un análisis, gracias a experiencias pasadas, se puede hablar con seguridad acerca del movimiento colectivo que se desarrolló en Medellín referente al graffiti.

- Para la justificación se visitó la tienda keep it real además de visitar páginas web, y complementar la investigación con lectura de artículos de revistas on-line que apoyaran la argumentación de la expresión a la que quiere llegar la marca.
- Para realizar la formulación de la pregunta problema y los objetivos del proyecto, se contó con identificar los jóvenes a los cuales se quería llegar, investigar las edades y los gustos y las necesidades de estos.
- Para realizar el marco teórico, la investigación se basó en un libro sobre graffiti y moda, Punto de Vista Ciudadano, Focalización visual y puesta en escena del graffiti, que dio todas las pautas del análisis del tema a desarrollar que es la creación de ropa enfocada al graffiti. También hace parte un recorrido por algunas calles de

medellin para registrar con fotos algunos de los graffitis que se encuentran en la ciudad y de los cuales están inspirados para la marca.

BIBLIOGRAFÍA

Escribe aquí las referencias bibliográficas de tu trabajo, a continuación algunos ejemplos organizados en orden alfabético y congruente con la estructura de las normas icontec. Para mas información consultar:

Bibliografía con normas ICONTEC: <http://normasicontec.org/como-hacer-la-bibliografia-en-normas-icontec/>

Cómo referenciar libros: <http://normasicontec.org/como-hacer-referencias-de-libros-con-normas-icontec/>

Cómo referenciar fuentes electrónicas (Sitios web, videos, etc): <http://normasicontec.org/referencias-electronicas-en-normas-icontec-parte-2/> y <http://normasicontec.org/referencias-electronicas-normas-icontec/>

ÁLVAREZ, E. (s.f.). Graffiti y mural ¿son lo mismo? [Blog]. El Heraldo. Recuperado De <https://www.elheraldo.co/grafiti-y-mural-son-lo-mismo-6103361033>
Consultado en abril de 2022.

LÓPEZ, A. (24 de agosto de 2016) Si un policía coge a un grafitero pintando, ya no le podrá quitar sus materiales. Cartel Urbano. Recuperado en <https://cartelurbano.com/noticias/asi-protege-el-nuevo-codigo-de-la-policia-nacional-a-los-artistas-callejeros>
Consultado abril de 2022

LÓPEZ, A. (2017) Bogotá es la séptima ciudad más importante del mundo del graffiti según 'Bombing Science'. Cartel Urbano. Recuperado en <https://cartelurbano.com/noticias/bogota-es-la-septima-ciudad-mas-importante-del-mundodel-grafiti-segun-bombing-science>
Consultado Noviembre de 2019.

PÉREZ, J. (2019). Definición de muralismo. [Blog]. Recuperado de <https://definicion.de/muralismo/> Consultado Noviembre de 2019

PERTUZ, F. (18 de agosto de 2010). Arte y Espacio Público. [Blog]. Recuperado de <http://esferapublica.org/nfblog/arte-y-espacio-publico/> Consultado Noviembre de 2019

RAFFINO, M. (15 de noviembre de 2018). Concepto del Graffiti. [Blog]. Recuperado de <https://concepto.de/graffiti/> Consultado Noviembre de 2019

SILVA, A. (2014). Atmosferas Ciudadanas, grafiti, arte urbano nichos estéticos. Universidad Externado de Colombia, Bogotá D.C., Colombia. SILVA, A. (2006). Imaginarios Urbanos. (5ta ed.) . Bogotá D.C., Colombia. Arango Editores

SUBIRATS, J. (2012). Los grandes procesos de cambio y transformación social. Algunos elementos de análisis. En Castro, G. y Casares, M. (2012) Cambio social y Cooperación en el siglo (pp. 8-21). Barcelona: Universitat de Barcelona.

NESCO (2013). Informe sobre la economía creativa. New York, EU. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Recuperado de <https://es.unesco.org/creativity/activities/informe-sobre-economia-creativa> Consultado Noviembre de 2019 VARGAS, G. (2002) Hacia una teoría del capital social. Revista de Economía Institucional. Vol. 4 (No. 6). Universidad Externado de Colombia.

VIVES, M. (s.f.) ¿Arte y res pública, o arte en res pública?. Barcelona: Master en Arte Actual. Recuperado de <http://www.masterarteactual.net/spip.php?article146> Consultado Noviembre de 2019