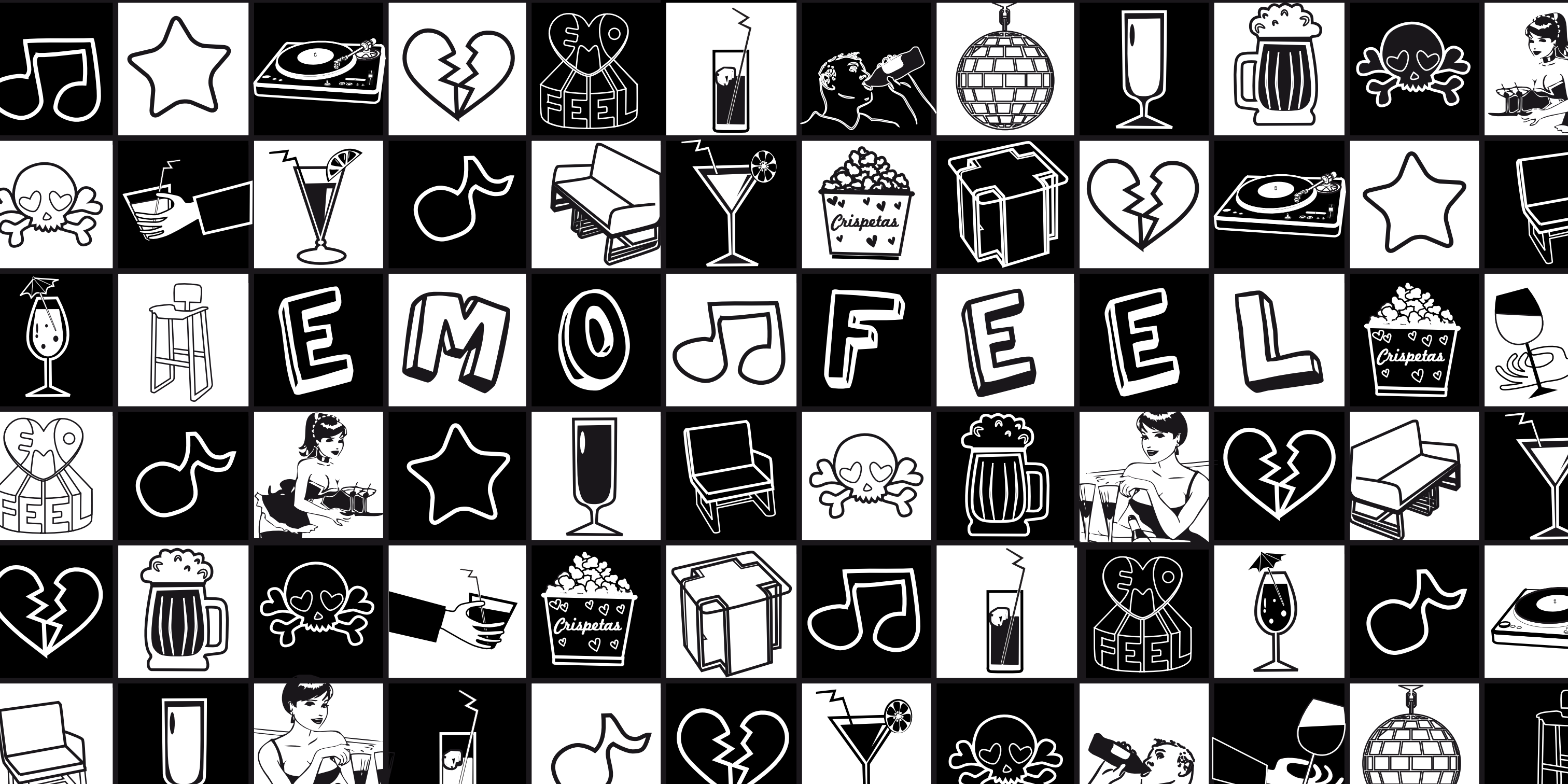
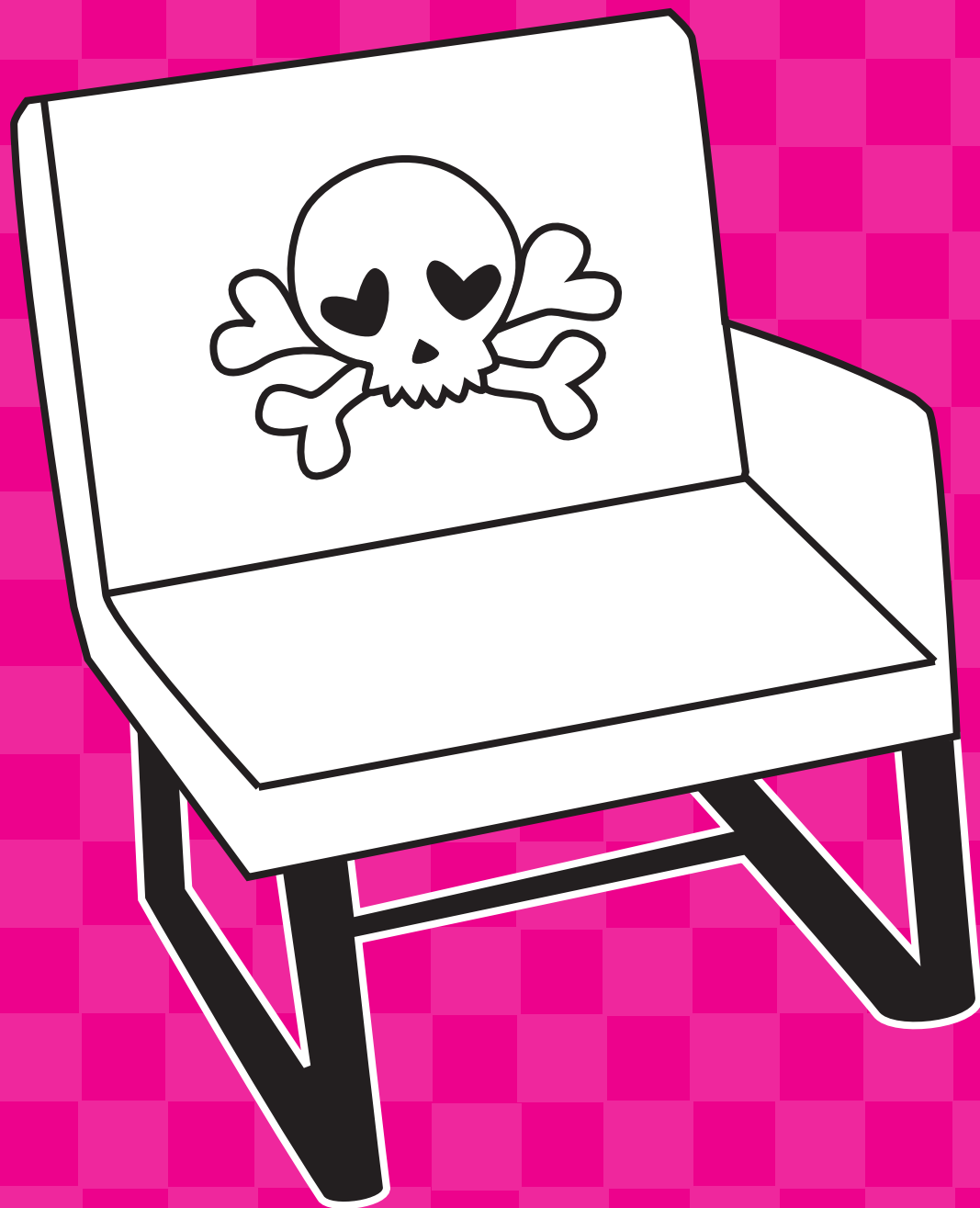




Rubén Rosero ★ Camilo Benavides ★ Fredy Botina
Pasto - Nariño - Colombia
2012





Emofeel

Tema:
Diseño Multimedial de un bar bajo el concepto Emo.

Fredy Alexander Botina
Camilo Benavides
Rubén Rosero

Asesor:
Ramiro Viveros

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
Facultad de Artes
Programa de Diseño Gráfico
Pasto - 2012

San Juan de Pasto, 29 de Febrero de 2012

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no handwriting or other markings on the paper.

Jurado

Jurado

Jurado

“Las ideas y conclusiones aportadas en el Trabajo de Grado,son responsabilidad exclusiva del Autor”

Artículo 1 del Acuerdo n°. 324 de Octubre 11 de 1966, emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.



Gracias!

A todos aquellos quiénes formaron parte de esta aventura, a nuestros amigos y en especial a compañeros de otras profesiones que con sus conocimientos enriquecieron y permitieron llevar a cabo la realización de este novedoso proyecto; expresándoles nuestra profunda y sincera gratitud:

Ramiro Viveros
Asesor de Proyecto.

Manolo Burbano
Asesoría en Diseño Industrial y Producción Digital.

Jaller Quintero
Asesoría en Diseño del Plano Arquitectónico.

Paula Guevara
Asesoría en Diseño de Vestuario.

Yolanda Benavides
Coctelería Molecular.

Carta del asesor

Personalmente considero importante para el ejercicio académico del diseño, el contar con proyectos de la naturaleza de las tribus urbanas y en especial la de los emo, quienes se han caracterizado por generar un impacto visual en la actualidad; desarrollando una divertida propuesta hipotética que pone a volar la imaginación tanto de quienes lo realizan, como de quienes lo vemos.

El pretexto de diseñar un bar con los paradigmas visuales de la estética urbana "emo" pero dirigido para todo tipo de público, se contextualiza en la tendencia actual de vender no solo licores, o espacios, si no toda una experiencia completa de ocio.

Un valor agregado de la propuesta es la integralidad con que se ha construido, a pesar de ser un proyecto generado desde la óptica del Diseño Gráfico, ha contado con aportes de ideas de Arquitectos y Diseñadores Industriales. La notable calidad de los resultados, hace que se justifique la presencia de tres estudiantes para un solo proyecto, demostrando que los límites entre nuestras disciplinas creativas aún están por definir.

Invito a los lectores de este documento, a entender que emo... se debe entender como una experiencia estética más experimental que comercial y que lo que se espera como resultado tiene que ver más con lo lúdico que con lo estrictamente técnico

Ramiro Viveros

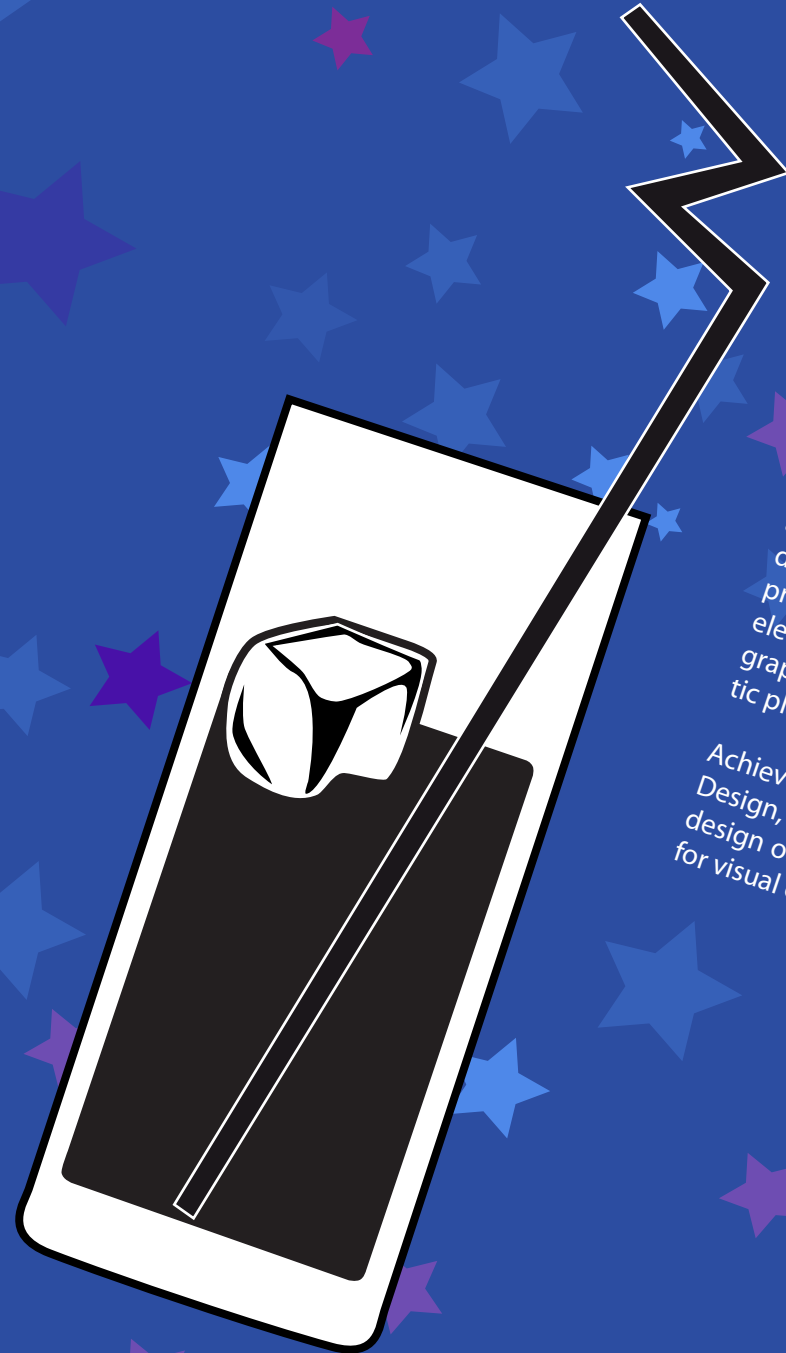
Febrero 2012



Resumen

El diseño del Bar Emo feel es una propuesta gráfica que partió del conocimiento acerca de la Tribu Urbana Emo y en especial en aspectos como su Estética y su Simbología, para lo cual se realizó una entrevista a Emos de nuestra ciudad con el fin de encontrar en ellos la información necesaria y completa, además de la ayuda de fuentes en Internet para complementarla; de esta manera se obtuvo la materia prima, tanto teórica como visual, que se convirtió en referente para el diseño de cada uno de los elementos que tienen este tipo de lugares, no solo desde lo gráfico, sino también desde la interdisciplinariedad de diferentes áreas; como la arquitectura, el diseño industrial, el diseño de modas, entre otras; que permitieron llevar a cabo un proceso adecuado en el desarrollo de cada una de estos elementos y lograr la materialización visual correcta de nuestra propuesta gráfica, que de la mano con lo estético juega un papel muy importante también el aspecto funcional.

Se logró no solo satisfacer nuestros gustos personales por el Diseño, sino también dar a conocer esta Tribu Urbana, por medio del Diseño de un espacio en todos sus aspectos, convirtiéndose en una herramienta novedosa de comunicación visual.



Abstract

Bar design is a proposal Emo feel left graph of knowledge about Emo Urban Tribe and especially in aspects such as aesthetics and symbols, for which an interview was conducted Emos of our city to find they complete the required information, plus the help of online sources to complement, in this way the raw material was obtained, both theoretical and visual, which became the basis of inspiration for the design of each of the elements have this kind of places, not only from the graph, but also from the interdisciplinarity of different areas, such as architecture, industrial design, fashion design, among others, that allowed to conduct an appropriate process in the development of each one of these elements and achieve correct visual realization of our graphical approach, which hand in hand with the aesthetic plays a very important functional aspect also.

Achievement is not only meeting our personal tastes by Design, but also to make this urban tribe, through the design of a space in all its aspects, becoming a new tool for visual communication.

Tabla de Contenido

TEMA Y PROBLEMA

Planteamiento 15
Formulación 16
Justificación 17
Objetivos 18

MARCOS REFERENCIALES

Capítulo I MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL 19

Capítulo II "CONOCIÉNDOLOS" 23

¿Donde nacieron y quienes son? 22
¿Cuáles son sus Hobbies y sus tendencias? 23

Estética emo 24

Así se visten 24
Sus Accesorios 25
Sus peinados y Maquillaje 26

Simbología emo

En sus figuras 27
En sus colores y accesorios 28
En sus formas 29
Desde la Psicología, la Sociología y la Moda 30

Capítulo III "EL DISEÑO COMO UN ACTITUD DE VIDA" 37

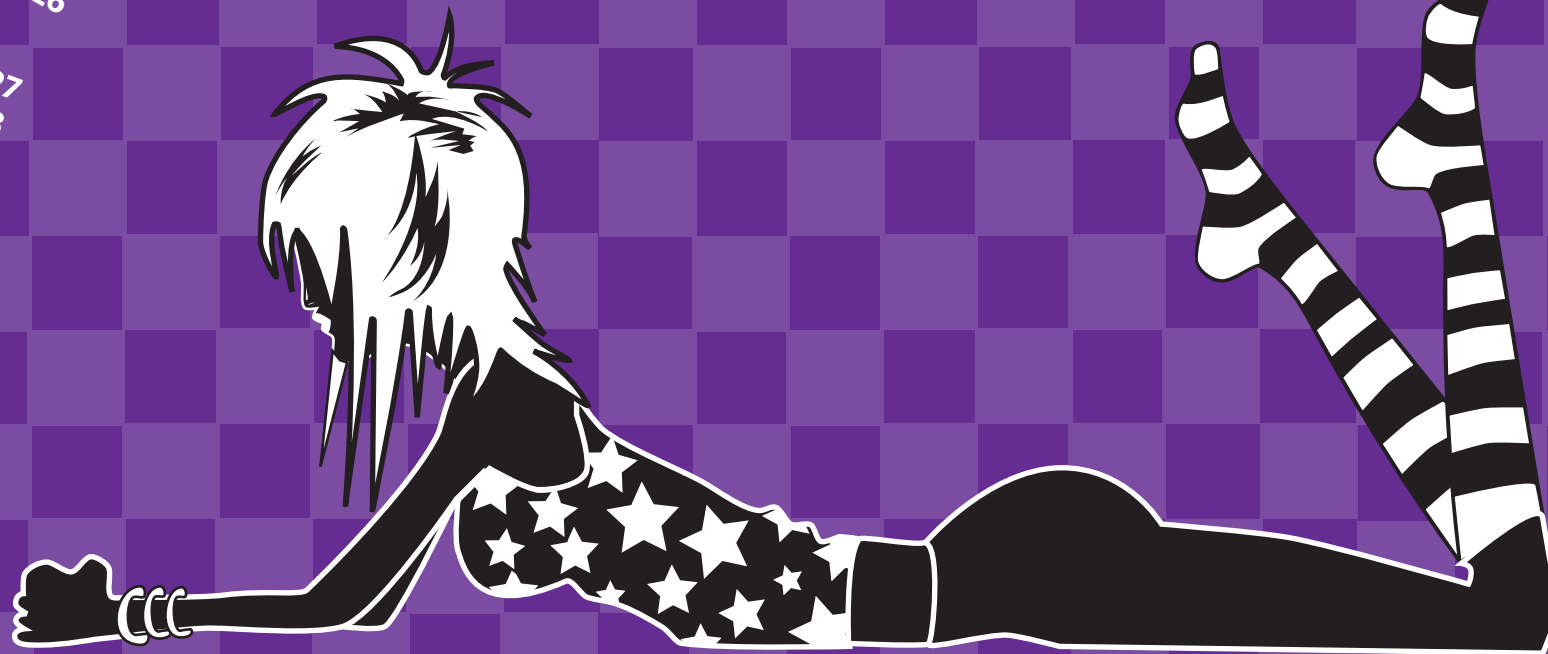
Capítulo IV MARCO DE REFERENTES GRÁFICOS 49

Capítulo V DISEÑO METODOLÓGICO 57

Capítulo VI PROCESO GRÁFICO 65

CONCLUSIONES 99

BIBLIOGRAFÍA 101



Glosario

Segmentando:

Cortado o partido en partes.

Hobby:

Ocupación o pasatiempo que se practica fuera de las horas de trabajo.

Gama:

Es una escala de música o de colores.

Tachas:

Especie de clavo pequeño, mayor que la tachuela.

Emoticons:

Caritas que transmiten una emoción.

Azabache:

Color negro brillante, como el de este mineral.

Bipolar:

Persona con cambios repentinos de estados de ánimo.

Dualidad:

Reunión de dos características distintas en una misma persona o cosa.

Enigmático:

Algo que es complicado de entender y explicar.

Ergonomía:

Ciencia que trata del diseño de lugares de trabajo, herramientas y tareas que coinciden con las características fisiológicas, anatómicas, psicológicas y las capacidades del trabajador.

Estética:

La estética es la rama de la filosofía que tiene por objeto el estudio de la esencia y la percepción de la belleza. Formalmente se le ha definido también como "ciencia que trata de la belleza de la teoría fundamental y filosófica del arte"

Interdisciplinar:

Un conjunto de disciplinas conexas entre sí y con relaciones definidas, que evitan desarrollar sus actividades en forma aislada Y dispersa.

Idear:

Dar forma en la mente a una idea o proyecto.

Espectral:

Misterioso, de ultratumba, fantasmagórico, fantasmal, miedoso.

Esotérico:

Aquello que es parte de un conocimiento secreto que sólo es conocido o aprendido por una minoría selecta

Maná:

Alimento que Yahvé hizo llover del cielo para que los hebreos pudieran comer en el desierto que atravesaban para ir de Egipto a la Tierra Prometida, según la Biblia

Oasis:

Lugar con manantiales de agua en el que crece la vegetación y que se encuentra en medio de una zona árida.

Místico:

La mística es una corriente filosófica y teológica que trata con los fenómenos inexplicables. Basada en los estados alterados de conciencia que permiten alcanzar a percibir la realidad más cercana a Dios.



Introducción

El emo feel nace a partir de una temática controversial como lo son las tribus urbanas y especialmente la de los Emos, quienes han generado en la actualidad diversas opiniones en las diferentes esferas sociales; más que por sus ideologías, estos se han destacado por su aspecto físico el cual es muy llamativo y ha causado un gran impacto visual dentro de la sociedad.

Por esta razón desde un carácter y gusto personal, nos involucramos en conocer más a fondo a esta tribu urbana; ya que encontramos en ellos elementos estéticos y simbólicos para desarrollar una propuesta gráfica, como lo es un bar temático, aplicando estos conceptos en el diseño de cada uno de los elementos que identifican a este tipo de lugares; fusionando diferentes áreas del diseño, en lo que hoy en día se conoce como diseño integral lo cual permitió demostrar la interdisciplinariedad del diseño y romper con las funciones convencionales del diseño gráfico.



Planteamiento

En la actualidad las ciudades del mundo son testigos de los diferentes fenómenos de organización social que transforman a una sociedad, como son las tribus urbanas.

Es así como en Colombia estos cambios sociales logran posicionarse en todas las regiones y con el tiempo han llegado a tomar territorios como el nuestro, Pasto, que hoy no está exento de estos fenómenos globales.

Una de estas tribus son los Emos, grupo que día a día toma más adeptos y que por sus comportamientos extremos, así como por la cultura conservadora enmarcada por la religión y costumbres arraigadas propias del pastuso, los estigmas sociales y la intolerancia han generado que la sociedad los rechace y los catalogue como grupos anti-sociales aun antes de conocerlos.

Sin embargo como fenómenos culturales contemporáneos, estos grupos ofrecen un caudal de conocimiento no solo sociológico, sino también estético y simbólico.

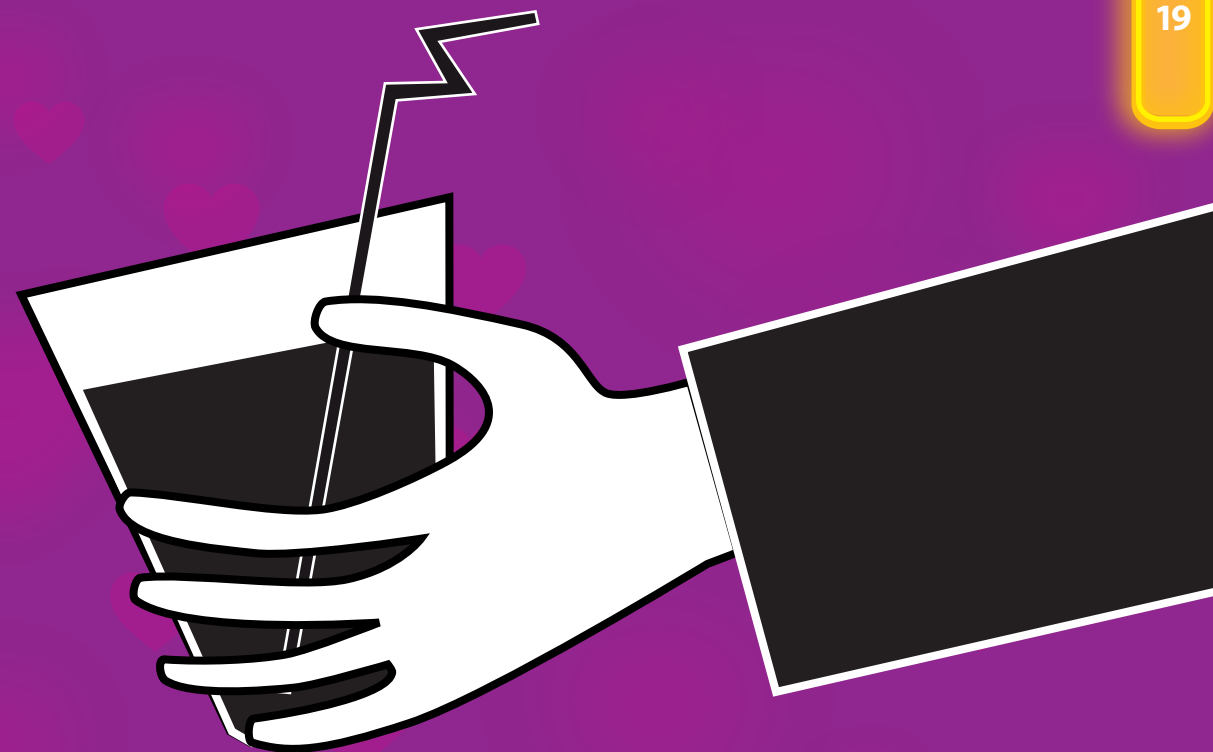
Así mismo, podemos llegar a comprenderlos también como fenómenos culturales y generacionales de comunicación visual.

En este sentido nos proponemos diseñar un lugar en donde se conceptualice la estética y la simbología de ésta Tribu Urbana.

Así también se pretende que pueda posteriormente convertirse en referente gráfico o una tendencia para el Diseño gráfico.

Formulación

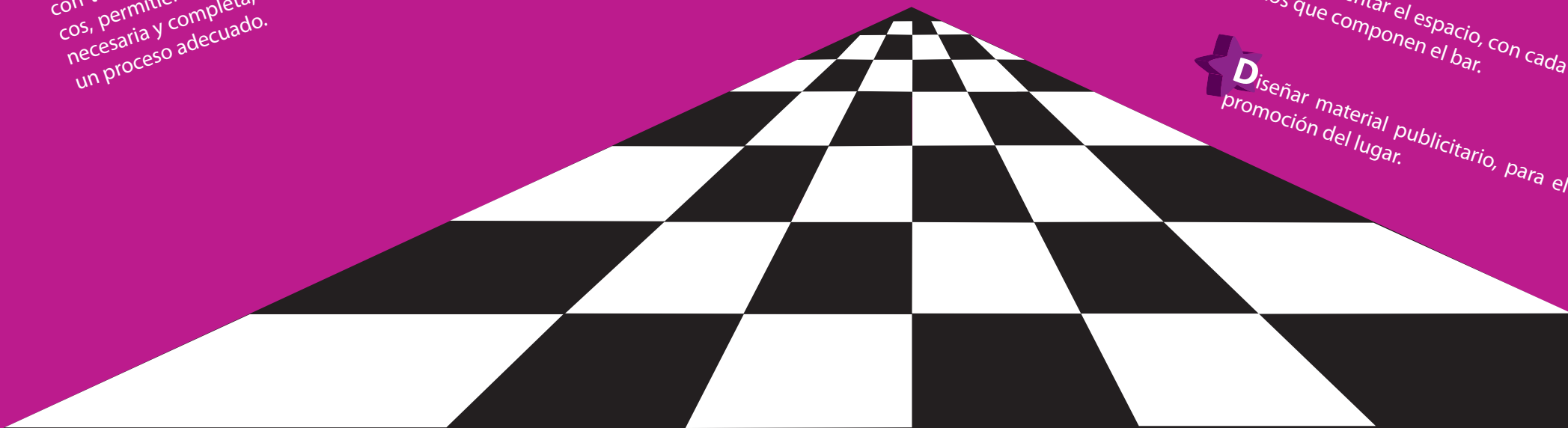
¿Cómo a partir del Diseño Gráfico se puede dar a conocer la **estética** y la **simbología** de la tribu urbana Emo?



Justificación

En la actualidad las personas buscan una identidad mediante las tribus urbanas, adoptando sus ideologías y desarrollando en ellas un estilo de vida, como es el caso de los Emos. De ahí la importancia de conocer a fondo toda su riqueza tanto simbólica como estética, para darla a conocer a través del diseño de un espacio, como es un bar temático, en el que por su conceptualización y la interdisciplinariedad de varios campos del diseño, nos permite desarrollar una propuesta novedosa y de experimentación por medio de los sentidos; para mostrar la proyección y los alcances que tiene esta profesión en la actualidad.

Para llevar a cabo esta investigación se ha contado con todos los recursos humanos, físicos y tecnológicos, permitiéndonos el acceso a toda la información necesaria y completa, base fundamental para realizar un proceso adecuado.



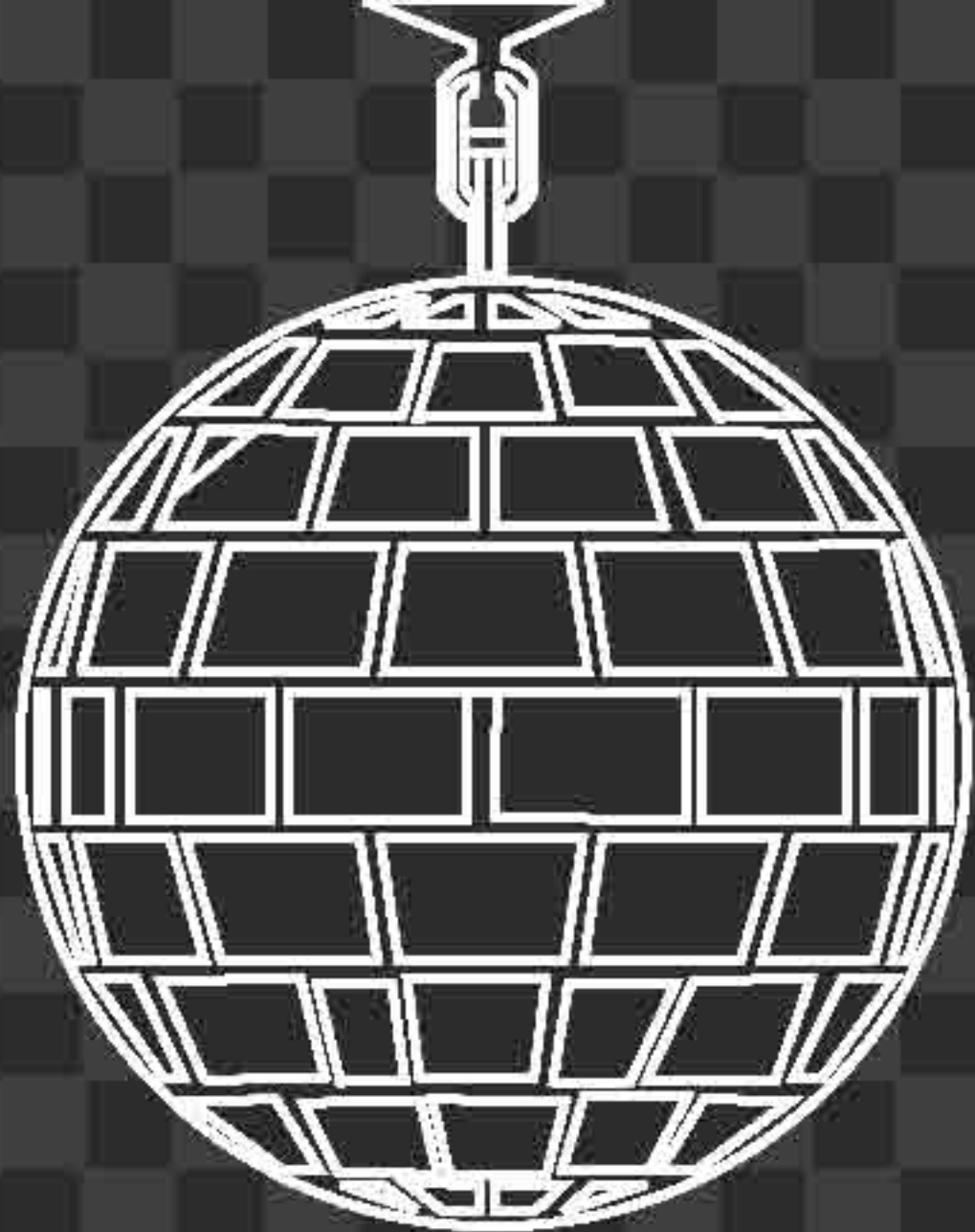
Objetivo General

Diseñar un bar bajo el concepto emo, apropiándose de su **estética** y su **simbología** como una nueva forma de aplicación en el diseño de un espacio.

Objetivos Específicos

- ★ **R** Realizar a partir del análisis de la estética y la simbología Emo el proceso de conceptualización para cada una de las piezas del Bar.
- ★ **G** Generar una gráfica apropiada y su aplicación en cada una de las piezas.
- ★ **I** Implementar el espacio, con cada uno de los elementos que componen el bar.
- ★ **D** Diseñar material publicitario, para el lanzamiento y promoción del lugar.

marco Jeórico
y
Conceptual



Subcultura

Grupo minoritario de personas con creencias, comportamientos e ideologías propias sin apartarse del pensamiento global dentro de la sociedad; "es un concepto aplicable a grupos reducidos, como las minorías étnicas, los consumidores de drogas o incluso a grupos religiosos".¹

Muchos de los integrantes que conforman una subcultura, comparten apariencias muy similares que fácilmente se pueden identificar, por ejemplo, un estilo de peinado, un modo de hablar, color de su ropa, etc. Encaminadas a una expresión o manifestación de cultura sin perjudicar las normas sociales.

Dentro del campo de la publicidad y el diseño gráfico, la subcultura es un factor muy determinante en la promoción y/o lanzamiento de un producto o un servicio, ya que de ahí se parte el estudio del público objetivo que se quiere llegar, segmentando en lo mínimo y conociendo al consumidor final, proponiéndole una óptima estrategia comunicativa.

1. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Subcultura>). Mayo 2010



Fig.1

Tribu urbana

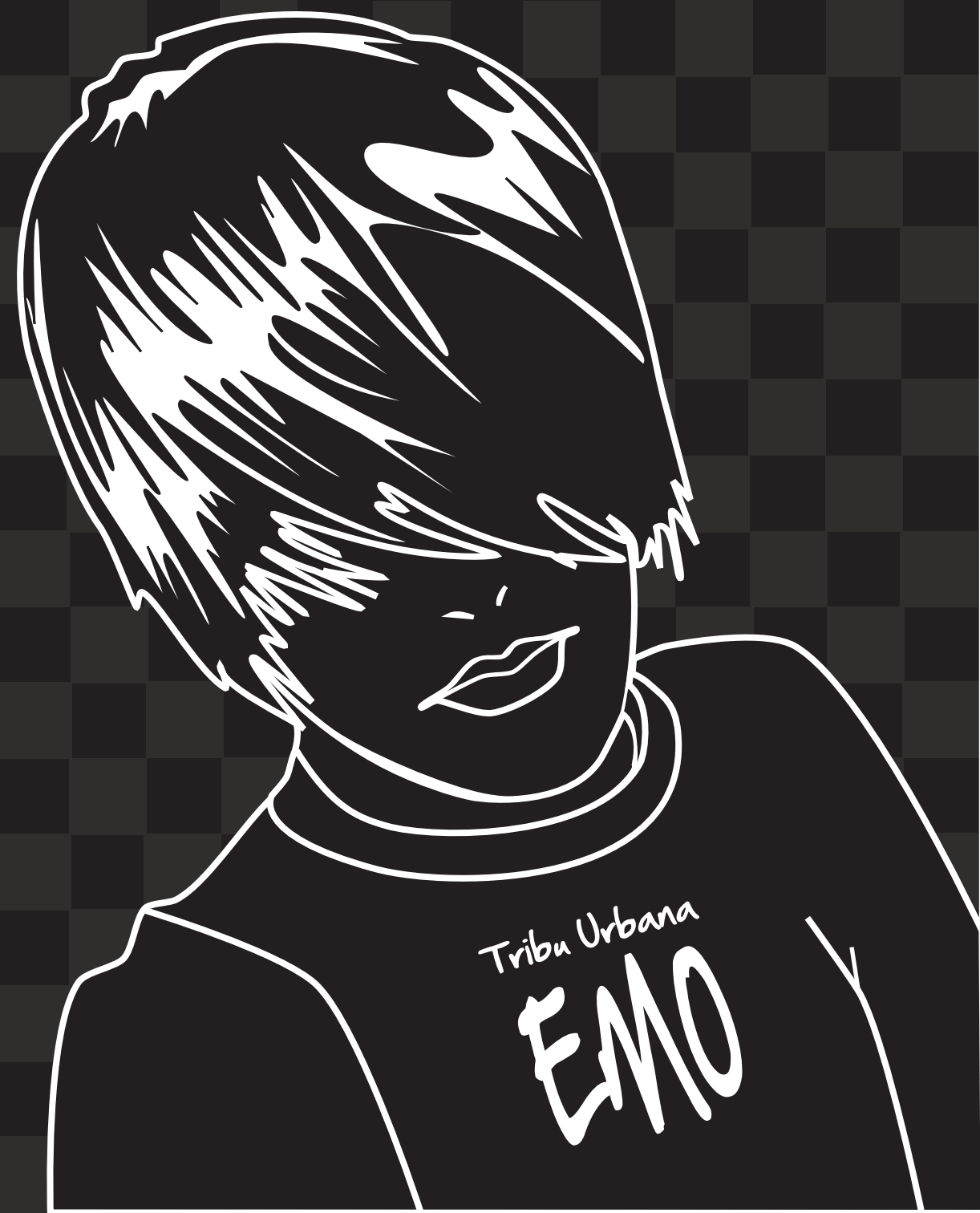
Se podría definir por tribus urbanas, un conjunto de personas o individuos que tienen consigo identidad, ideologías y estilos de vida, con unas "normas" que determinan muchos de los comportamientos dentro de una sociedad, lo cual genera su propia cultura, arte que los identifica y diferencia de los demás.

"El término tribus urbanas fue usado por primera vez por el sociólogo francés Michel Maffesoli, en un libro llamado "El Tiempo de Las Tribus". A juicio de este estudioso, las tribus serían grupos fundados en la comunidad de emociones (o sea que se emocionan con las mismas cosas), que se oponen a la pasividad del individuo común frente a la sociedad de masas, que socializarán usando los mismos códigos, tienen las mismas costumbres y frecuentan los mismos lugares".²

Gracias a la globalización y los diferentes medios comunicativos, estas tribus han tomado fuerza y auge en los últimos años dando a conocer sus ideales, para ser reconocidas y por lo tanto tomar voz y voto dentro de la sociedad.

2. (<http://www.educarchile.cl/Portal.Base/Web/VerContenido>). Mayo 2010

Conociéndolos



¿De donde nacieron?

La palabra Emo proviene de un grupo musical de los años 80 llamado Emotional Hard Core o Emocore donde sus canciones eran lentas y melancólicas que comunicaban emociones y estados de ánimos variantes a quienes lo escuchaban.

¿Quiénes son?

- ★ Los Emos se ubican tras un fenómeno de moda y de un movimiento puramente estético, con pensamientos y filosofías suaves.
- ★ Son adolescentes que están en una edad promedio de los 13 y 17 años; ya que es una etapa de la vida en donde los jóvenes buscan su identidad propia.
- ★ Los Emos son poco sociables y extrovertidos, excepto con quienes hacen parte de su tribu, nunca se sienten felices por nada debido a que se sienten incomprensidos por la sociedad.
- ★ Utilizan una vestimenta con un aspecto particular que los vuelve únicos, llamando la atención.



Fig.1

¿Cuáles son sus hobbies?

Las películas preferidas por los Emos son: El Cuervo, Pesadilla Antes de Navidad (El extraño mundo de Jack en Latinoamérica, El Cadáver de la Novia

Escuchan música de grupos como: The Used, Thursday, Taking Back Sunday, Alexisonfire, The Get Up Kids, Kudai, Panda, Sad Breakfast, Funeral for a Friend, Dashboard Confessional, Nevay, Valerie Series, Kendall, Mi Número Perfecto, La última fotografía, Insite, Underoath, Alesana, Shaila, Sin Perdón, AFI, Silverstein, Hawthorne Heights.

¿Cuáles son sus tendencias?

Los Emos buscan llamar la atención en la sociedad a través de un impacto estético implícito en su vestimenta y accesorios particulares, para que de esta forma sean vistos y tenidos en cuenta por la sociedad.

Estética emo

"La estética emo grita que uno es diferente, es la moda en contra de la moda (una paradoja) se utiliza como identidad de rechazo al resto de la humanidad y para encontrar personas que piensen y sientan igual en donde la moda es unisex".³

Así se visten

Los Emos se caracterizan en su vestimenta por utilizar una gama tonal que va desde el negro como color predominante con detalles de color morado, fucsia, rosado y algunos tonos de azul; su estilo de vestir toma elementos similares al de los Skaters y los Punks con la diferencia de que son más arreglados y utilizan pantalones Jeans ceñidos al cuerpo. Los Jeans son de color negro o azul oscuro, son más delgados que los vaqueros tradicionales; el corte es bajo la cintura, con bolsillos amplios y piernas entubadas, pueden tener pliegues, botones y cierres; estos no deben arrastrarse ni doblarse.

Las camisetas que utilizan son ajustadas al cuerpo con estampados que van desde las rayas siguiendo la tendencia náutica, los cuadros, las calaveras, las estrellas, los corazones y personajes inspirados en películas como "El extraño mundo de Jack"; usan también sudaderas ajustadas con capuchas preferiblemente de color negro a rayas.



Fig.1

3. Emo Punk Site. La estética de la identidad emo. (<http://www.emopunksite.org>). Marzo 2011



Fig. 2

Sus accesorios

Utilizan generalmente cinturones como un adorno mas que por necesidad; con tachas o estrellas rosadas y las hebillas con formas de corazón, estrella, calavera o personaje de sus películas preferidas y pinzas en forma de corbatín con estos mismos elementos en sus cabellos.

El tipo de zapatos que utilizan son marca Convers, ya que son casuales, cómodos y sin pretensiones donde predominan elementos decorativos como los cuadros, los corazones, las estrellas, las calaveras, etc, además toman las botas largas de los Góticos; utilizan también piercings en cejas, nariz y labios.

Adornan sus bolsos de tela, con parches y botones de Emoticons de Messenger y sus grupos preferidos de música y de películas. Usan gafas de marco negro y tamaños grandes sin aumento más que como una necesidad como un adorno.

Utilizan guantes con las puntas de los dedos descubiertos, acompañados con pulseras negras con decoraciones en líneas o cuadros.

Fig 1 Y 2 . <http://imagenesemo.blogspot.com>

Peinados y Maquillaje

En la mayoría usan el cabello liso de color negro azabache, con mechones de color rosa o rojizo, morado o azul; utilizan un flequillo que cubre la parte izquierda de su cara.

Utilizan maquillaje tanto en mujeres como en hombres, delineando sus ojos de color oscuro para destacar su contorno; tomando rasgos de la estética de los góticos y los Punks. Se pintan las uñas de las manos usualmente de color negro.



Fig. 1

Simbología emo

En sus figuras
Los emo usan algunas figuras para representar lo que ellos sienten o lo que ellos quieren, estas figuras son:

Corazón: Representa el amor, la vida, la femineidad, los sueños inalcanzables.



Fig. 2

Estrella: Simboliza la felicidad y la niñez.



Fig. 3

Cráneo: Representa su rebeldía, sus ideales y su desacuerdo con los demás.



Fig. 4

En sus colores

Para los emos los colores significa algo distinto para ellos, y los utilizan de acuerdo a su estado anímico que se encuentren, sin importar el sexo.

- EL ROJO:** simboliza la sangre, la fragilidad, la violencia y el amor.
- EL FUCSIA:** típico femenino expresa sensibilidad.
- EL ROSADO:** significa lo femenino, la sexualidad y lo dulce.
- EL MORADO:** simboliza tranquilidad.
- EL NEGRO:** representa dualidad y bipolaridad.
- EL BLANCO:** simboliza la inocencia.

En sus accesorios

Los emos utilizan los accesorios como complementos para destacar su personalidad y su estilo en particular estos son:

- El flequillo sobre el ojo derecho:** es para expresar rechazo hacia a la sociedad.
- Ojos sombreados:** simboliza depresión.



En sus formas

Los emos se usan frecuentemente en su vestimenta líneas tanto horizontales como verticales de diferentes grosores y colores, combinadas con el uso de cuadrados en dos tonos contrastantes.

Estas formas representan para ellos lo siguiente:

La línea: hace alusión a barrotes de jaula como significado de encierro.

Los cuadrados: simbolizan la dualidad y esta se expresa principalmente con los símbolos del día y la noche, o el blanco y el negro.



Los Emos desde la Psicología

Según el Psicólogo **Andrés Montealegre**; las tribus urbanas rayan con lo social, rompe con la ligación social, se vuelve una burbuja, de lo que no entra ni sale, no produce ni bien ni mal social; excepto algunos grupos anti-sociales. Cada tribu urbana inventa sus propias jergas y diálogos, con frases o palabras enigmáticas, ya que para ellos su naturalidad es su forma de romper con el mundo, sin dar explicación de nada.

Dentro de una tribu urbana los elementos simbólicos implican una identificación, como es para nosotros los apellidos en nuestros nombres, ya que estos nos dan una personalización y tienen una significación de descendencia y jerarquía.

En la tribu urbana Emo, se manejan dos polaridades una de ellas donde esa característica estética es lo que llama la atención y la otra la del "no quiero que me vean", lo que logran es atraer más la atención, causando el efecto contrario de lo que se oculta pero a la vez es la mirada de todos. La exaltación de lo trágico significa que de alguna forma tu relación con el mundo no es muy normal, en los Emos un llamado de atención provoca el llanto, la tragedia; entonces un integrante debe asumir las actitudes y comportamientos que



Los Emos desde la Sociología

su tribu urbana represente así su estado de ánimo demuestre lo contrario, en lo que se habla de ritos.

Para el sociólogo **Cristian Ortiz**, la adolescencia, es la etapa en donde rechazamos lo que la sociedad nos impone. Muchachos como los emos surgen en respuesta a los cambios de la sociedad, causando impactado en diversas esferas sociales, causando reacciones polémicas, y llegando a veces hasta generar el rechazo y la discriminación por su manera de expresarse.

Para comenzar a entender a esta tribu urbana es necesario adquirir la información y conocimiento de lo que refiere a esta es decir, si tenemos un amigo o familiar dentro de esta tribu, lo ideal es comprenderlo y aceptarlo como es, este es el primer paso para volver a interactuar de la mejor manera con él.

Los emos son un fenómeno social que no necesariamente refleja una enfermedad psicológica, sino mas bien un estilo de vida dentro de la sociedad.

Fig.1

Fig 1 . <http://imagenesemo.blogspot.com>

Los Emos desde la Moda

Según la Diseñadora de Modas **Paula Guevara**; la moda emo esta influenciada por sus peinados, su maquillaje y sus atuendos, donde manejan una gama cromática particular; que va desde el color negro que simboliza represión; el color fucsia representando fragilidad, estado de niñez, de igual manera refleja su emotividad, el color blanco denota tranquilidad, tonalidades propias del ser emo.

La diferencia estética entre hombres y mujeres, dentro de esta tribu es muy mínima, siendo homogéneos tanto mujeres como hombres convirtiéndose en una especie de andrógenos; basado en sus sentimientos e igualdad. Donde los hombres son más vanidosos, pasando mas tiempo frente a un espejo, bajo unas normas estéticas, reflejando toda su depresión y desacuerdo con el mundo.

Esta tribu estéticamente comunica depresión y rebeldía; de manera que el atuendo es un medio de expresión un lenguaje no escrito sino visual-simbólico.



Fig.1

Es así como aparecen conceptos dentro de la moda, como la línea vertical, reflejándose en sus prendas, con ropa ligera, comfortable, donde los hombres usan pantalones casi ajustados bota tubo y las mujeres de igual manera tendiendo a la verticalidad. El concepto de depresión lo aplican con tonalidades oscuras, las siluetas de las prendas muy tristes sin movimiento lo cual para ellos será su fascinación y felicidad.

En la actualidad muchos diseñadores han tomado la tendencia Emo para sacar al mercado línea de productos inspirados ya sea en sus tonalidades, formas, símbolos, prendas de vestir, calzado y accesorios que garantice ganancias y difusión dentro de esta tribu urbana.

El diseño una
Actitud & Vida como



Desde el Concepto

Todo tipo de diseño nace a partir de un concepto, con el cual se realiza un análisis y posteriormente un proceso para realizar un producto determinado, como resultado de la reinterpretación de la realidad y pensando siempre en los gustos o necesidades del cliente o del público para el cual se lo hace, logrando en ellos tomar diversas actitudes o decisiones. Además se busca respaldar la idea intencional que se pretende dar a conocer a través de la pieza gráfica y favorecer el reconocimiento fácil para el cliente.



Dentro del concepto en el diseño, se busca marcar la diferencia entre ciertos productos; en aspectos como calidad, innovación, funcionalidad, integridad, ergonomía, etc; los cuales añaden valor agregado y a la misma vez lo convierten en algo mas atractivo, para el cliente; buscando ir un paso mas adelante dentro de la competencia en cuanto a publicidad se refiere dentro de un mercado específico, donde NO se vende el producto, se vende el concepto:

"Eso lo saben muy bien ciertas empresas, que investigan constantemente el gusto de sus usuarios para nutrir de conceptos a su equipo de diseño. ¿O ustedes pensaban que apple vendía computadores, Audi vende autos y Coca-cola bebida? No, estimados, lo que se vende es el concepto. Y si coincide con tu cultura, eres presa fácil"⁴.

4. Evoluz Diseño. Diseño Conceptual. 18 de Junio del 2010.
<http://www.evoluz.cl/evo/node/55>

Como diseño Integral

Según **María Florencia Etchegaray**⁵ el diseño no solo cumple con la función de embellecer un lugar, sino que también esta concebido a partir de un proceso de creación con el objetivo de cumplir con una función en especial (o varias).

Un diseñador sin importar a la rama a la cual pertenezca, puede llegar a realizar diseños sin conocimiento alguno sobre la materia, ya sea por gusto personal o por su sensibilidad a la creación visual o también por su talento.

El diseño integral fomenta la creación de escenarios reales y la interacción de diferentes carreras, como un elemento de valiosa riqueza creativa y expresiva.

Esta metodología de trabajo plantea el concepto de diseño integral como prácticas que permiten abarcar diferentes campos del diseño: gráfico, industrial, de modas, de interiores, etc. Este tipo de diseño muestra una visión integradora de las vertientes del diseño, y el acercamiento hacia otras disciplinas como una incorporación de nuevos conceptos y de recursos creativos. La interacción entre distintas carreras, disciplinas y oficios favorecen un crecimiento creativo.



5. Universidad de Palermo. Facultad de Diseño y comunicación. Bares temáticos Urbanos.
María Florencia Etchegaray. 25 de Abril de 2011.

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=119&id_articulo=375



En el diseño de Interiores

Según el libro **Ultramateriales**⁶ el diseño de interiores es un campo de trabajo para diseñadores en la elaboración de mobiliarios para el hogar, industria o comercio, teniendo en cuenta la iluminación, espacios del interior, área de la superficie tomando auge en nuestra sociedad, permitiendo al cliente soluciones eficientes en la transformación del espacio.

De esta manera el diseño se convierte en un puente entre individuo y el espacio que lo rodea, por ejemplo cuando a diario nos vestimos tomamos decisiones del tipo de ropa que vamos a emplear, combinamos sus colores, sus prendas y accesorios a satisfacción personal, estamos “diseñando”, así mismo podemos intervenir gráficamente espacios, haciendo del diseño una actitud de vida.

Todo cuanto se encuentra a nuestro alrededor, es fuente de inspiración para el ser humano, más aún para el diseñador quien con sus ideas y conocimientos, da forma a los diferentes conceptos o símbolos que puede encontrar, realizando así: composiciones, elaboración de productos, piezas gráficas o audiovisuales, diseño de mobiliario, como también construcciones arquitectónicas, con el fin de capturar la atención del usuario por medio de los sentidos.

De manera que, llámese artista, arquitecto o diseñador, puede crear e intervenir un espacio, dando forma: al mobiliario, la iluminación y el color que forman todo un conjunto visual, otorgando valor a las ideas creativas así como también a la imagen que se quiere proyectar.

6. M. Beylerian, George y Dent Andrew. Ultramateriales. Formas en las que la innovación en los materiales cambia el mundo. Londres-Inglaterra: Campus.

En el diseño de Objetos

Según el libro **Ultramateriales**⁷, el diseño de objetos lo percibimos hoy en día en muchos elementos que se encuentra a nuestro alrededor, siendo estas partes esenciales de la humanidad, creados a partir de conocimientos culturales, científicos y tecnológicos, brindando así satisfacción a las necesidades ya sean físicas o psicológicas del individuo optimizando la calidad de vida.

Con el paso del tiempo ha surgido la necesidad de incorporar el diseño (en todas sus disciplinas) en los diversos productos dentro de un mercado, naciendo así el interés del comprador por adquirir un bien que se adapte a su identidad, basado en su estética, su función, la tecnología, forma o color existiendo una estrecha relación entre el objeto-usuario, generando de esta manera valor comercial y social.

El trabajo del diseñador presenta un proceso creativo pasando del imaginario, del boceto o bosquejo a la realización del mismo, así como una planificación en el diseño, una investigación del producto que proponga cambios o soluciones en cuanto a su función, estética, uso y el grado de aceptabilidad del cliente, aprovechando al máximo la materia prima contrarrestando el impacto al medio ambiente como a los costos de producción, que apunten a elementos creativos y novedosos, donde el producto tiene un lenguaje comunicativo y simbólico.

El proceso de diseñar no solo compromete en sí al diseñador, sino por el contrario involucra todo un campo de ciencias o disciplinas que van de la mano con el diseño llámense ingenieros, médicos, físicos, entre otros, según sea el proyecto u objeto a desarrollar; de esta manera el diseño se convierte en una interdisciplina, dotando de conocimientos a los diferentes diseñadores y más aún al usuario a quien va dirigido todo el proyecto.

7. M. Beylerian, George y Dent Andrew. Ultramateriales. Formas en las que la innovación en los materiales cambia el mundo. Londres-Inglaterra: Campus.

Según **Bernhard E. Burdek**⁸ en su libro: "Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial" las funciones básicas del diseño de objetos son:

La función práctica

Consiste en idear el funcionamiento de los objetos. Para determinar la función, el diseñador debe conocer las necesidades del hombre, de igual manera se basa en la adaptación y función que va a cumplir el objeto; teniendo en cuenta que la estructura del objeto y su función deben satisfacer tanto al productor como al diseñador logrando así un impacto al consumidor.

La función estético-formal

Se basa en atender el tamaño del objeto (largo, ancho y profundo) siempre relacionado con la proporción humana, que cumpla con las medidas del mobiliario, que sea ergonómica buscando agrado sin afectar al usuario, donde: entre más cómodo el individuo esté permanecerá más tiempo en el lugar, de lo contrario se marchará prontamente; la ergonomía del producto tiene como fin crear productos seguros que disminuyan fatigas físicas o mentales, satisfaciendo las necesidades del usuario, de manera que esta ciencia tiene gran relevancia con el diseño de objetos.



La función técnica

Cuando el diseñador determina la forma debe considerar los materiales apropiados para la función que va a cumplir el objeto. Los materiales se clasifican: en la resistencia, el color, la textura, el peso y el grado de adaptabilidad; así mismo se tiene en cuenta la maquinaria para la fabricación y elaboración de los objetos, el tipo de corte y acabados que ofrecen las diferentes tecnologías, se tiene en cuenta los planos técnicos (anchura, altura, diámetros, grados de inclinación, profundidad, posturas, entre otras, que brindara el mobiliario).

La función simbólica

Es un lenguaje comunicativo del objeto, son las sensaciones que percibe el usuario del objeto mediante su mente, todo un mundo de signos que se quiere dar a conocer por medio de la pieza, donde muchos diseñadores enfoca su trabajo en esta función, porque todo objeto tiene algo que decir o comunicar, nada está al azar a la hora de elaborar un producto, todo está enmarcado en un concepto, de ahí que adquirir un producto no es más que el querer identificarse con una marca determinada o un producto específico, reflejando la personalidad del usuario.

8. Bernhard E. Burdek. Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial. Barcelona-España: Gustavo Gili.

¿Qué es un bar temático?

Según los diseñadores **Gustavo Aprea** y **Rolando C. Martínez Mendoza**; consideran un bar temático como sitios que dividen un determinado público, cuya concepto e idea creativa se relaciona con un tema en concreto, que puede ser la gastronomía, la literatura, la cultura, tribus urbanas, los automóviles, los animales, el fútbol, la música, etc. Siendo estos lugares muy dinámicos que estimula la participación, integración y comunicación de sus clientes.

Los bares temáticos son puntos de encuentro, con propuestas novedosas, pensando en los intereses del cliente diferenciándose de los bares tradicionales.

La decoración o ambientación de estos bares parte desde un concepto que apoyado en el diseño dan un estilo al lugar; significa que se debe de tener en cuenta el público al que va dirigido, así como de los servicios y tipos de menú que puedan ofrecerse..

En ese sentido la decoración, el diseño de muebles, los utensilios, materiales, etc. deben también adaptarse al concepto que se quiere comunicar. Es importante que el bar tenga un estilo propio y una imagen o marca fiel a su originalidad.



The Giger-Bar (Chur, Suiza)

Podría ser una embajada alienígena en nuestro planeta, pero es un bar. Inspirado en la película Alien, su decoración y mobiliario dan la sensación de adentrarse en un espectral territorio extraterrestre.

Ejemplos de Bares en el Mundo

Ice Bar (Barcelona, España)

Todo allí es de hielo: las copas, las mesas, la barra, la decoración. La temperatura al interior llega hasta los -10°C , aunque está ubicado junto a la playa. Por 15 euros, se tiene derecho a abrigo, gorro, guantes y un trago.

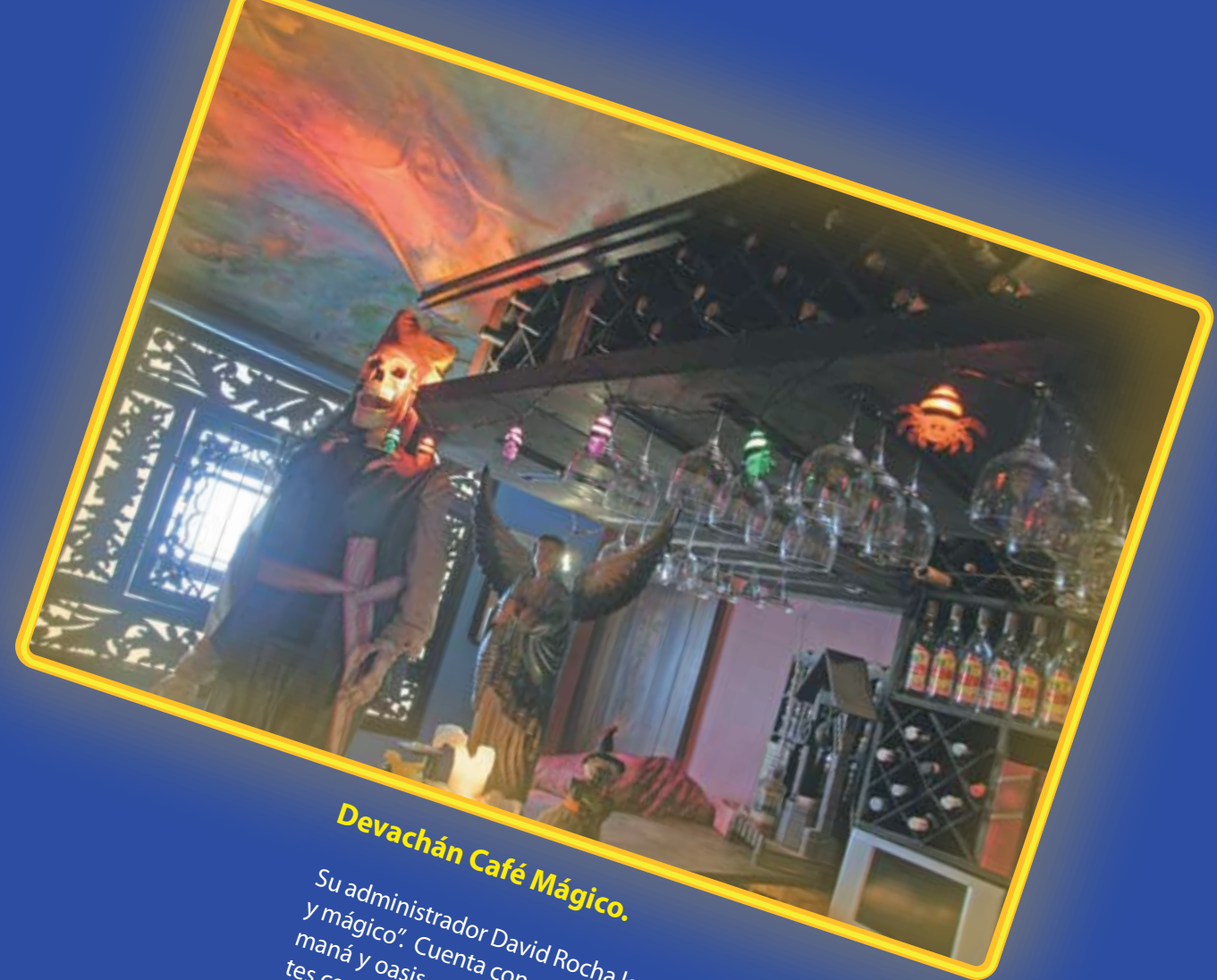


Ejemplos de Bares en Colombia



Andrés Carne de Res.

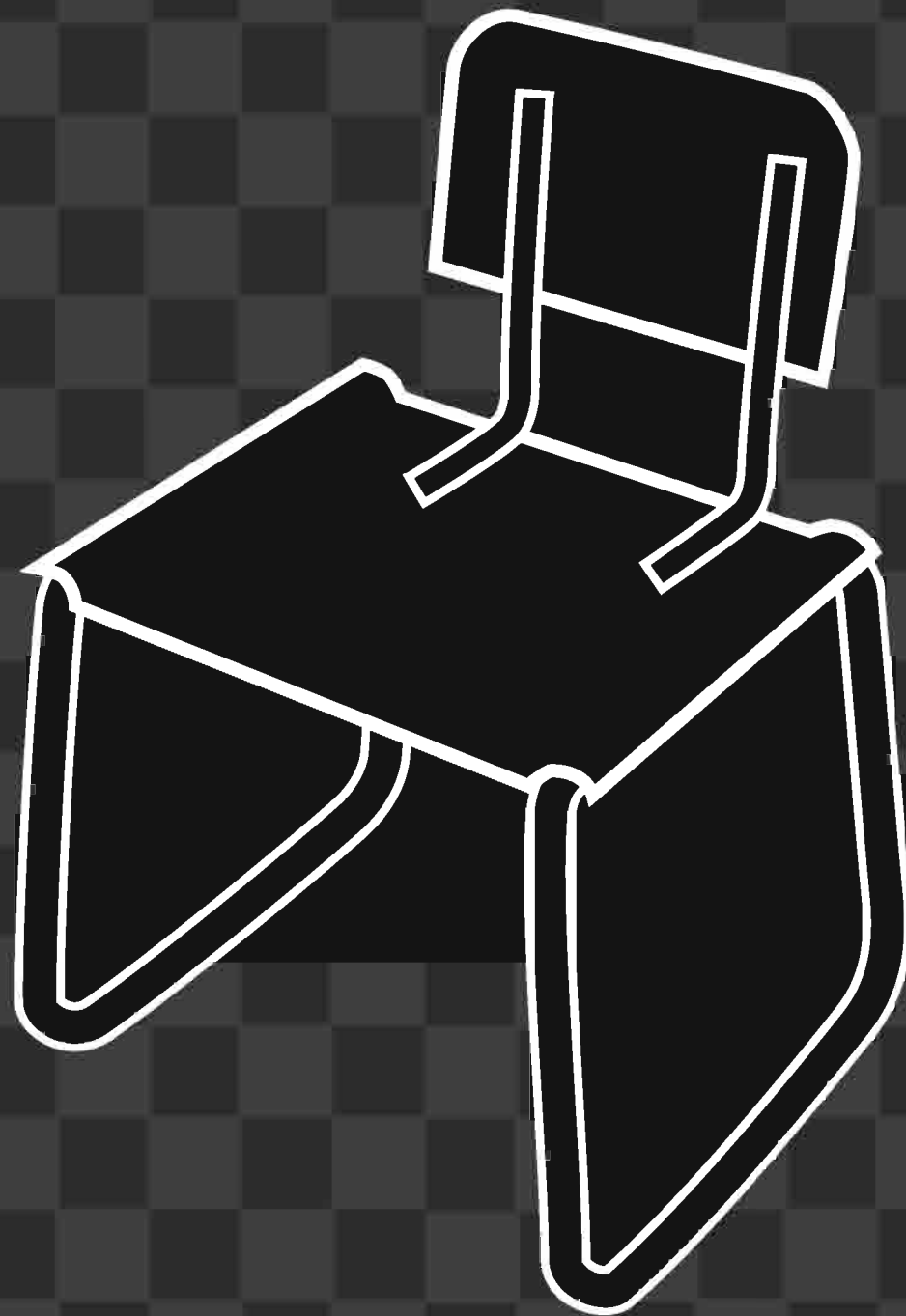
La decoración, los elementos sorpresa y un concepto definido de colombianidad hacen que este lugar sea uno de los referentes tradicionales de experiencias en la rumba capitalina.



Devachán Café Mágico.

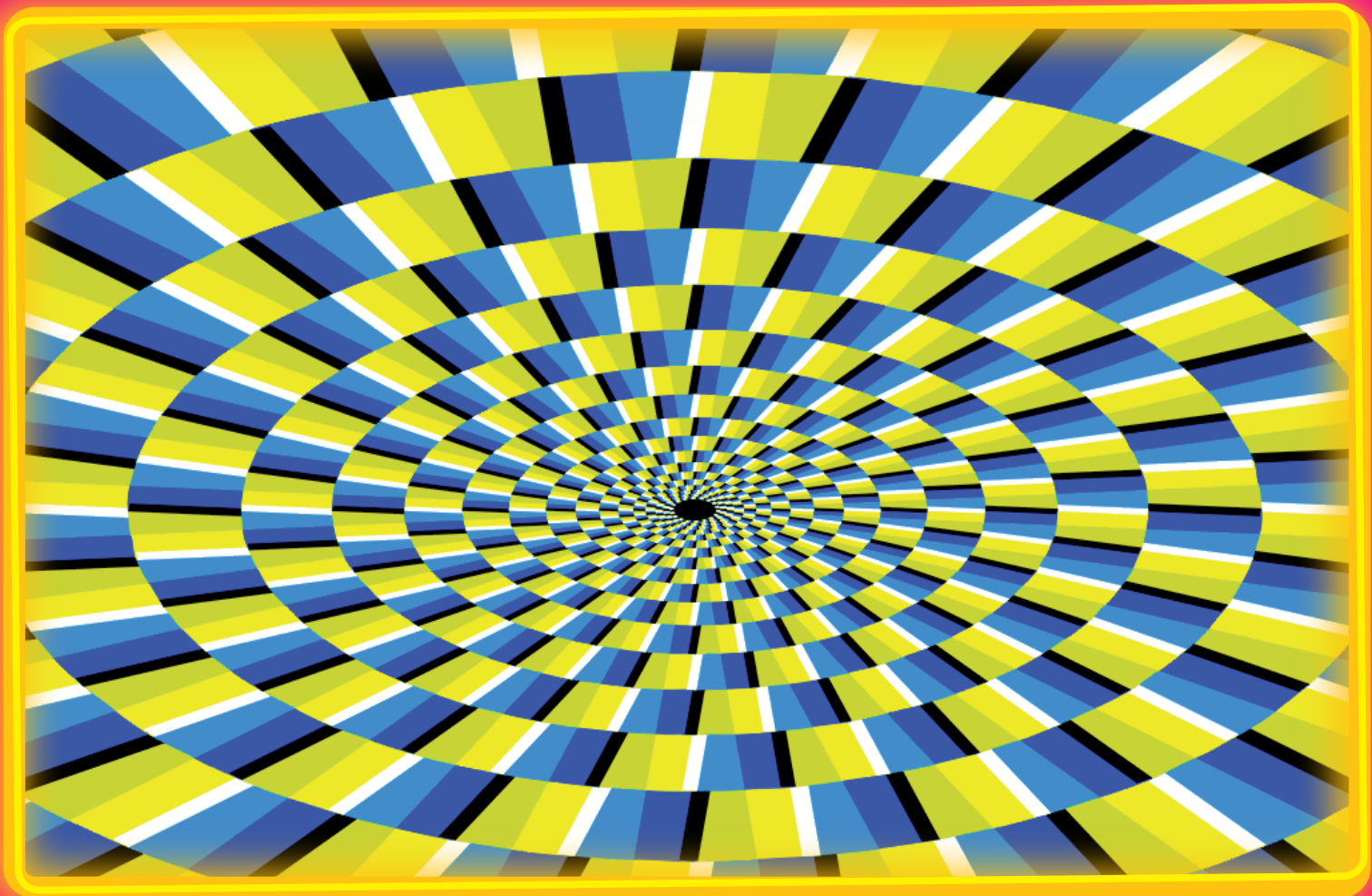
Su administrador David Rocha lo define como un lugar “esotérico y mágico”. Cuenta con cuatro ambientes: cielo, tierra, purgatorio, maná y oasis, cada uno con decoración y características diferentes como velas, ángeles o elementos místicos, según sea el caso. Los cocteles y cafés tienen nombres de hadas, duendes y nomos. Se ofrece lectura del tarot y carta astral.

Referentes
gráficos



Op-Art

Movimiento que se caracteriza por el uso de formas geométricas, patrones de repetición de formas simples y de colores brillantes principalmente blanco y negro, para crear ilusiones ópticas, como efectos de movimiento, los cuales terminaban siendo ante el ojo humano espacios tridimensionales llenos de vibración, y oscilación.



Crazy Love

Es una tienda de ropa Online de dos visionarios Diseñadores de Modas Españoles, dedicada a diseñar prendas de vestir y accesorios a partir de la inspiración de la Tribu Urbana Emo.

Se lo retoma por el manejo de la gráfica aplicada en cada una de las prendas de vestir y elementos como accesorios; los cuales nos sirven como fuente de inspiración en la búsqueda de la gráfica aplicar en algunas de las piezas dentro de nuestro proyecto.

Cuarto Punk

Realizado por el diseñador **Mark Tracy** para el hotel rock café de las vegas, se lo retoma ya que parte del concepto de los Punks, donde se ve la intervención gráfica en paredes, los techos y el manejo cromático y de elementos estéticos de esta tribu urbana en el cuarto; aspectos que se van a tener en cuenta como fuente de inspiración para nuestro proyecto y que buscamos además como resultado final.





Disco Bar

Diseño de la empresa Disco Design Ltda dirigida por el diseñador **Peter Yordanov**, en Europa; se puede retomar la iluminación como base fundamental en el diseño y la gama cromática que se genera a partir de la intervención en el espacio en cada uno de los objetos de mobiliario y la importancia de este elemento en este tipo de lugares, para tener en cuenta en la ambientación de nuestro Bar.



Cielito Café Bar

Su nombre proviene de la música popular mexicana, inspirado en la canción "Cielito Lindo" escrita en 1882 por el compositor mexicano Quirino Mendoza y Cortéz; este diseño fue hecho por el grupo de Diseñadores Mexicanos:

Héctor Esrawe, Diego Landa y Ignacio Cadena.

Se lo retoma por el manejo conceptual, cromático, la gráfica aplicada en paredes, mobiliario y elementos publicitarios como afiches, vasos, papelería y la creación de una línea de productos derivados del café.

Metodología



Paradigma

Cualitativo de tipo Hermenéutico.

Tipo de Estudio

Estudio explorativo.

★ 1. Conociendo a la Tribu Urbana Emo

La primera fase de nuestra investigación partió del conocimiento y análisis de la importancia de las Tribus urbanas en la sociedad actual y posteriormente profundizar en aspectos estéticos y simbólicos de la tribu urbana Emo; para tener las herramientas necesarias que nos puedan servir como fuente de inspiración y de esta manera nos arroje una propuesta gráfica más adelante.



★ 2. Resultados de las Entrevistas

El ser integrante de la Tribu Urbana Emo NO es un capricho de la adolescencia, sino mas bien un Estilo de vida, reflejada en aspectos estéticos y simbólicos que van mas allá de lo superficial, demostrándonos que su aspecto físico tiene estrecha relación con su forma de pensar y ver el mundo.

¿Cómo llegamos a conocerlos?

Uno de los retos de este proceso investigativo fue la recolección de información de esta Tribu urbana, debido a que existe muy poco material literario o de información concreta y específica sobre aspectos estéticos y simbólicos; lo cual nos llevo a realizar una entrevista a los principales implicados en esta temática como son los Emos en nuestra ciudad, así mismo se realizaron entrevistas a profesionales en el campo de la Psicología, la Sociología y el Diseño de modas, ya que éste era el medio mas eficaz para tener un acercamiento real a la información necesaria y precisa.

La entrevista hecha al Psicólogo, El Sociólogo y la Diseñadora de Modas; nos arrojó que generalmente los jóvenes buscan una identidad mediante las Tribus Urbanas, para encontrar aceptación en ellas, como es el caso de los Emos, dándonos cuenta que al igual que otras tribus Urbanas su aspecto físico causa un impacto en las diversas esferas de la sociedad.

★ 3. ¿Cómo se llegó a la pieza gráfica?

Una vez recolectada y documentada toda la información necesaria acerca de los Emos, se procedió a analizarla e interpretarla para poder desde un carácter personal y también como una manera novedosa de plantear una propuesta dentro del campo del Diseño Gráfico, realizar la Formulación del problema para concretar la pieza gráfica a realizar.



- La propuesta final fue el "Diseño de un Bar Emo"; en cuyo proceso se llevaron a cabo las siguientes fases:
- a. Diseño de la Imagen del Bar y su aplicación en diferentes piezas.
 - b. Conceptualización y realización de cada una de las piezas para:
 - Diseño de mobiliario.
 - Diseño de interiores.
 - Diseño de productos consumibles.
 - c. Implementación de cada una de las piezas en el espacio.
 - d. Diseño de material publicitario para el Lanzamiento y promoción del lugar.

Sujeto de comunicación

El bar esta dirigido a un público adulto-joven, de la zona urbana, tanto de sexo femenino como masculino, entre los 18 a 35 años de edad, los cuales son estudiantes universitarios o profesionales de diferentes áreas, de estratos sociales 4, 5, y 6 quienes cuentan con un nivel adquisitivo entre \$400.000 y \$1.500.000, con un estilo de vida extrovertido, buscando espacios vanguardistas y que esté a la moda a la hora de salir, compartir y experimentar nuevas cosas con sus amigos o compañeros de trabajo, los fines de semana.

Buscan comodidad, diseño en las instalaciones y buena apariencia del personal; así como de la innovación del lugar. Tiene altas expectativas del servicio ofrecido y de la entrega rápida de los productos. Buscan una buena actitud del personal del lugar en un servicio con agilidad, cortesía, amabilidad y buen trato; además una atención personalizada en el momento de escuchar sus quejas o reclamos, resolviendo sus dudas o problemas.



Proceso Gráfico

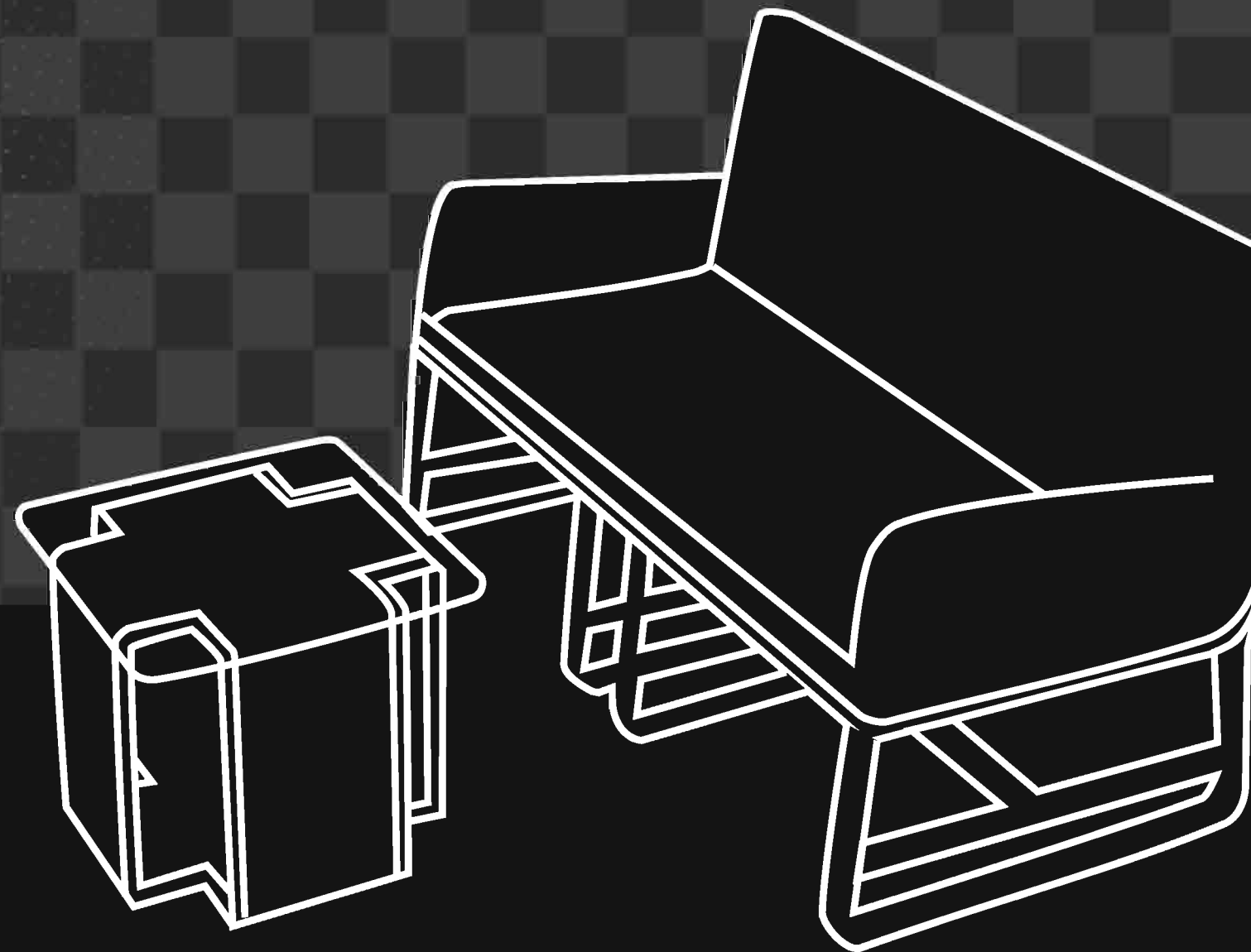
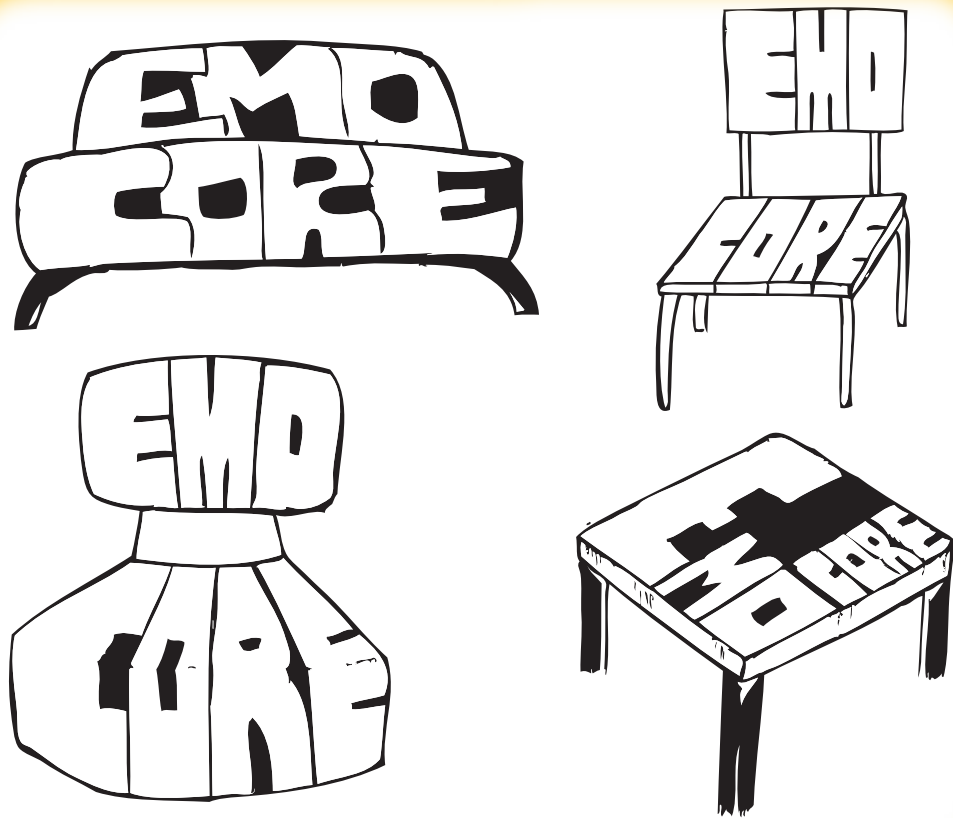


Imagen del Bar

El logo surgió bajo el concepto de mobiliario resuelto tipográficamente, representa un sillón, uno de los elementos mas representativos del bar.



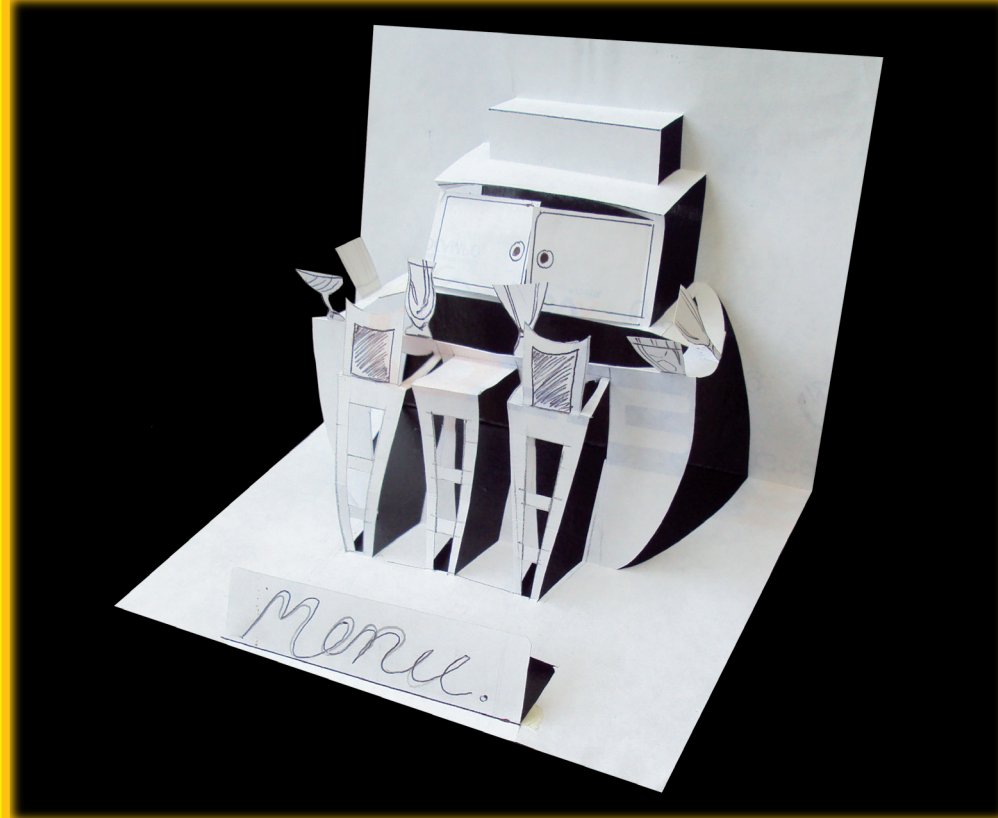
Bocetos del logo



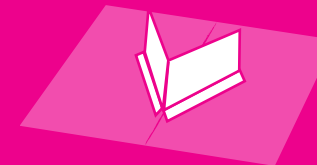
Logo final

Carta del bar

Para el diseño de esta carta se usó la técnica del Pop-Up; en ella se reproduce la tridimensionalidad de la barra, uno de los elementos más representativos de estos lugares.



En el proceso de diseño se probó diferentes troquelados, buscando la funcionalidad e impacto visual de la propuesta.



Se decidió finalmente utilizar un troquelado de 180°, una de las técnicas más simples ya que proporcionaba mayor manejo y funcionalidad de la pieza.

Carta final

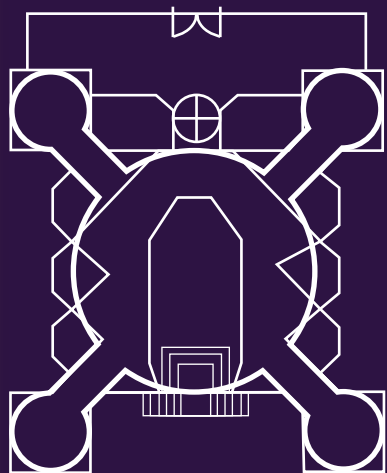
Se incorporó el diseño de los cocteles para que el cliente tenga una idea del producto final que puede llegar a consumir; además el contenido de los productos que se ofrecen, se despliega para que la carta sea aún más atractiva.



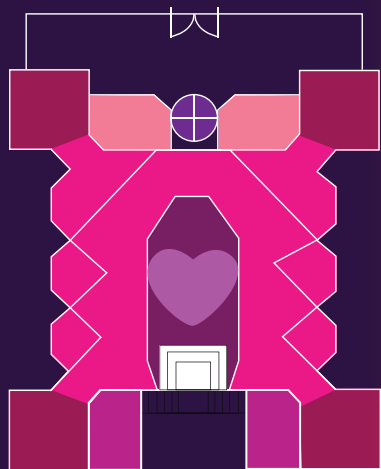
Plano Arquitectónico

La arquitectura del bar surgió de la simplificación de la calavera que es una figura emo. Además se utilizó la geometría tanto para el diseño del interior como para el del exterior del bar.

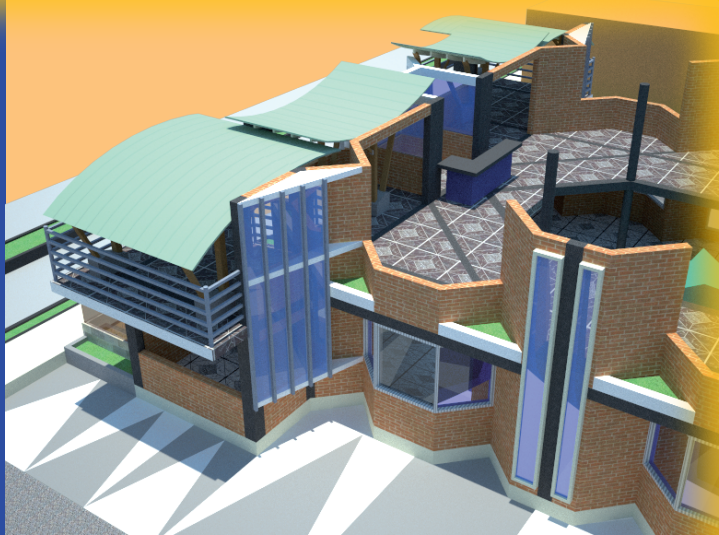
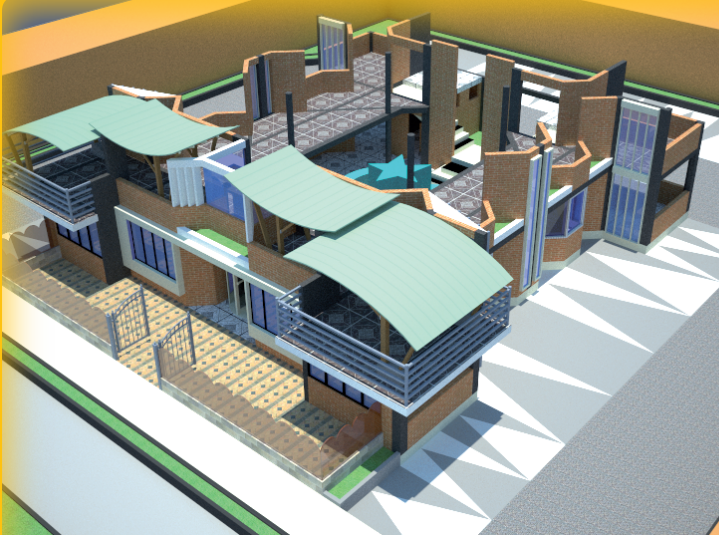
Se busco también realizar un diseño vanguardista, que generara un impacto visual y unificara todos los elementos que hacen parte del lugar y que tuviera múltiples ambientes para satisfacer los diferentes gustos de nuestros clientes.



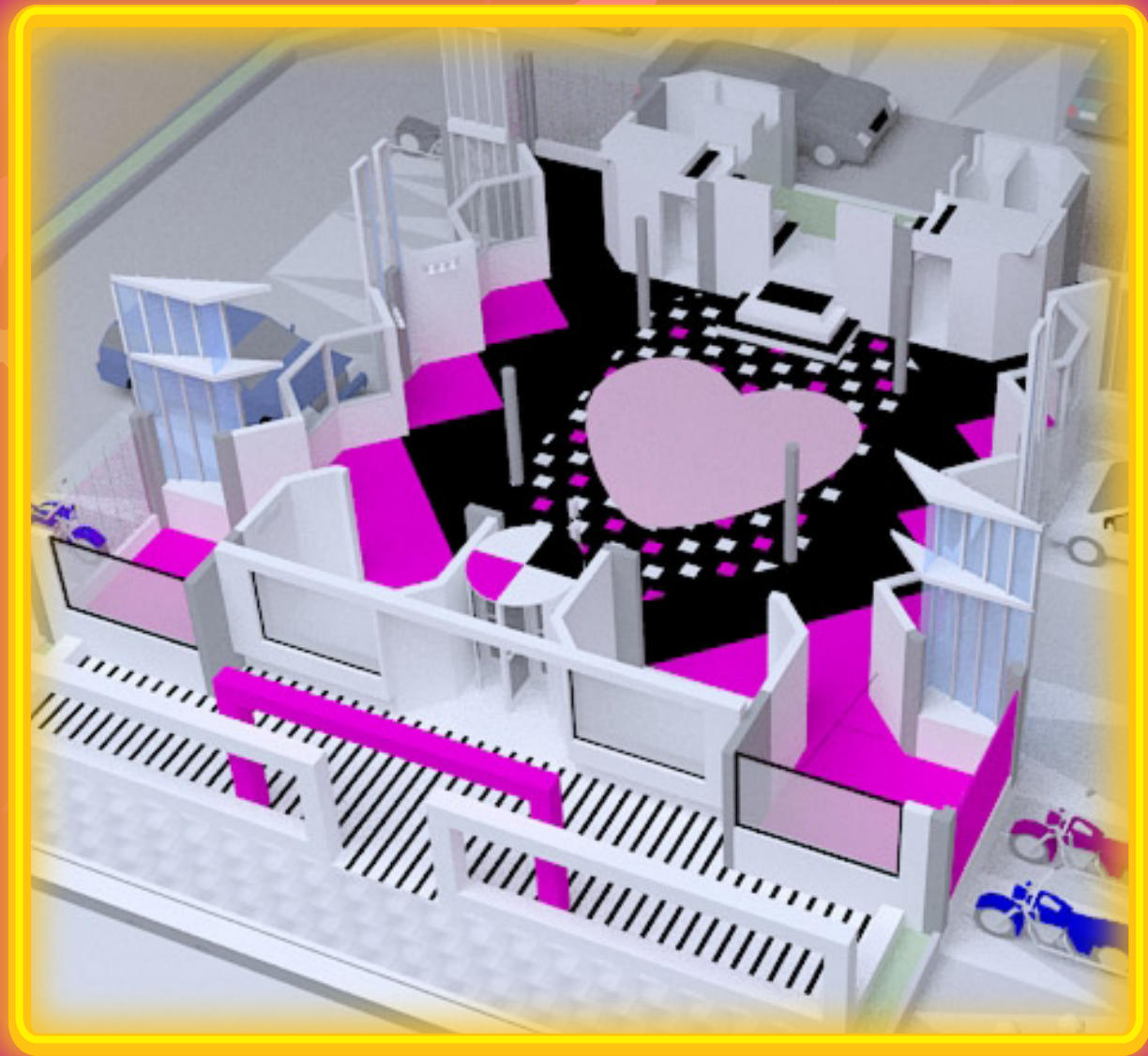
- Entrada
- Lockers
- Reservados
- Pista
- Barra
- Baños
- Zona para Mobiliario



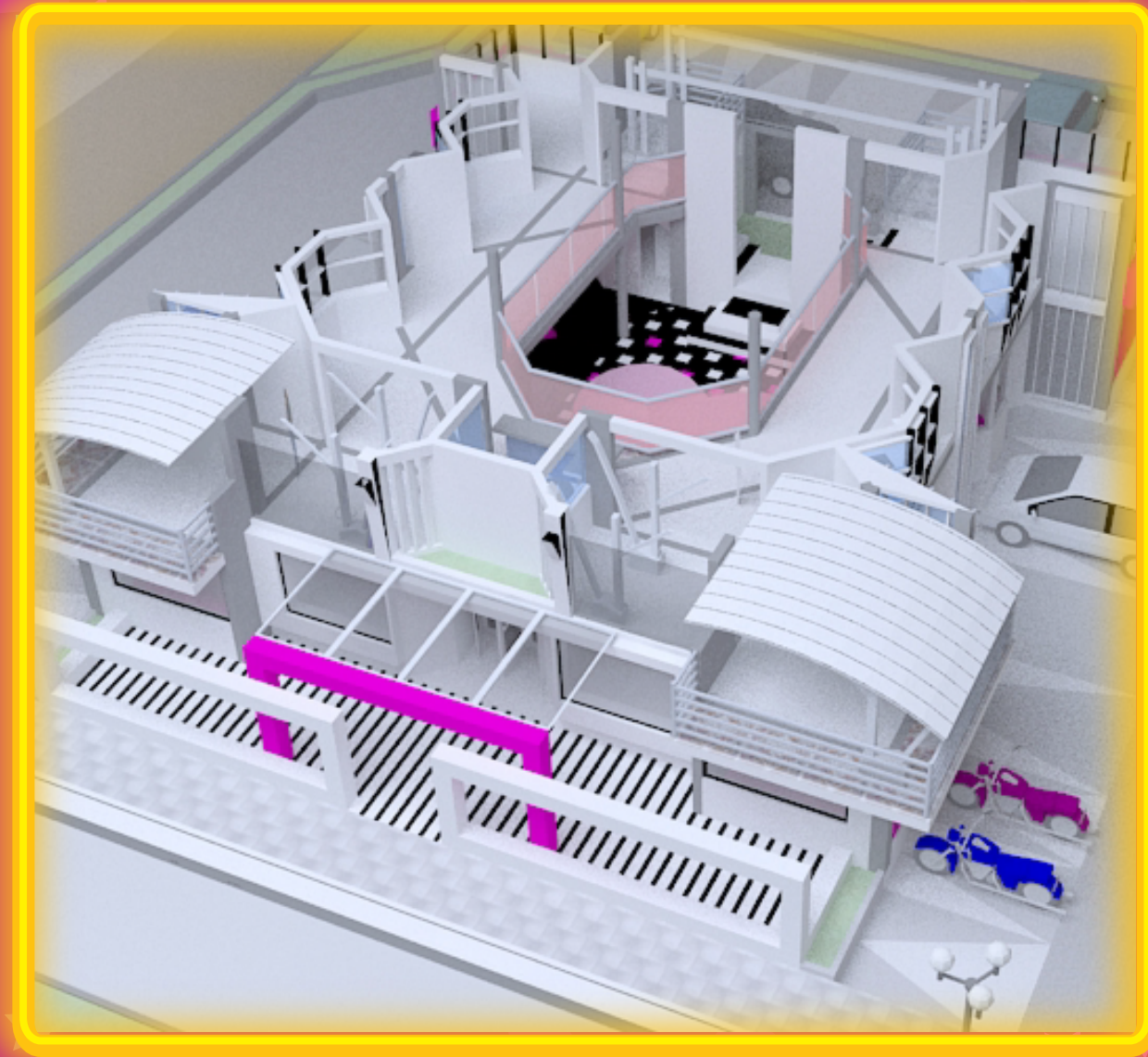
Boceto del plano del Bar



Para el diseño de la fachada frontal y las laterales se probó con diferentes materiales, en cuanto a colores, estructura hasta comprobar que los elementos estéticos favorecieran al proyecto de acuerdo con el impacto visual que buscábamos.



Primer piso



Segundo piso

Fachada final

Partiendo del diseño simétrico del bar se jugó con las formas geométricas, como el rectángulo para la vista frontal para de esta manera no solo resaltar la estructura del plano, sino también incorporar algunos de los elementos simbólicos de los emos; de igual forma se trató de reservar un punto focal para la ubicación del logosímbolo del establecimiento.

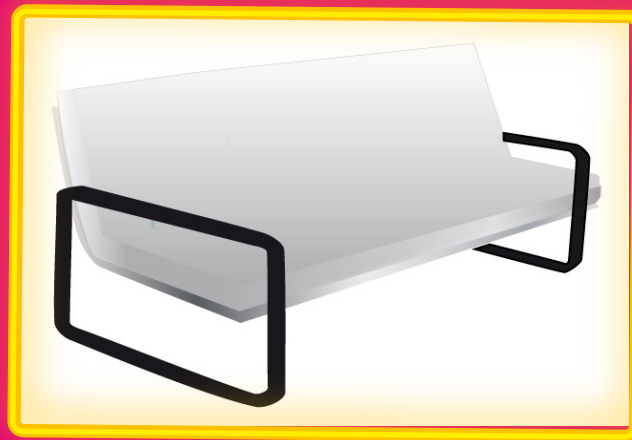
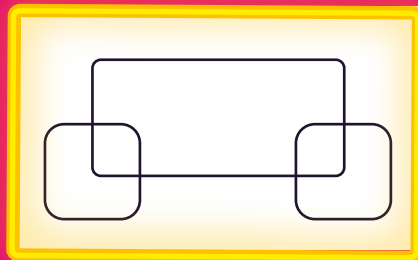
Se uso como color predominante el blanco, ya que es uno de los colores de la gama tonal que se esta usando para toda la parte estética del bar; no solo ayuda a resaltar la geometría y la estructura del plano, sino que también permite contrastar los apliques de color fucsia que son muy sutiles para equilibrar el manejo de este color, el cual tiene una connotación de feminidad.



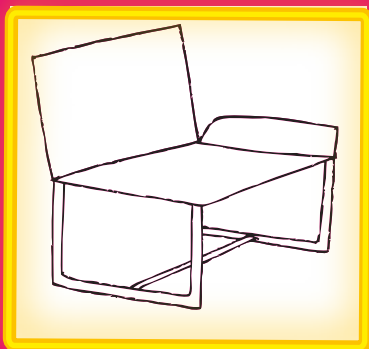
Mobiliario - Sala principal

Cada pieza surgió de la unión de varias figuras geométricas y de los 3 símbolos principales de los emos como la calavera, el corazón y la estrella. Además se tuvieron en cuenta para su creación aspectos como la ergonomía, funcionalidad, comodidad y unidad visual.

Sofá

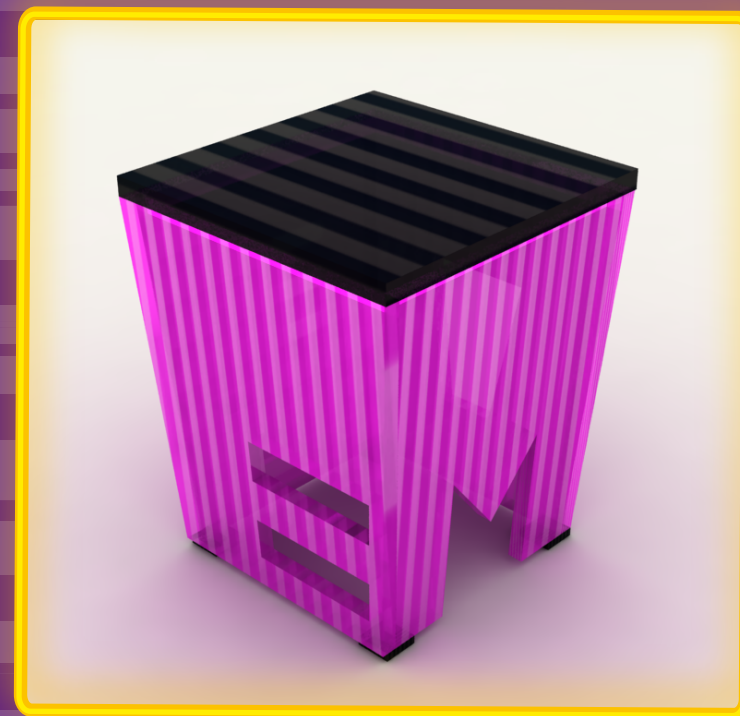
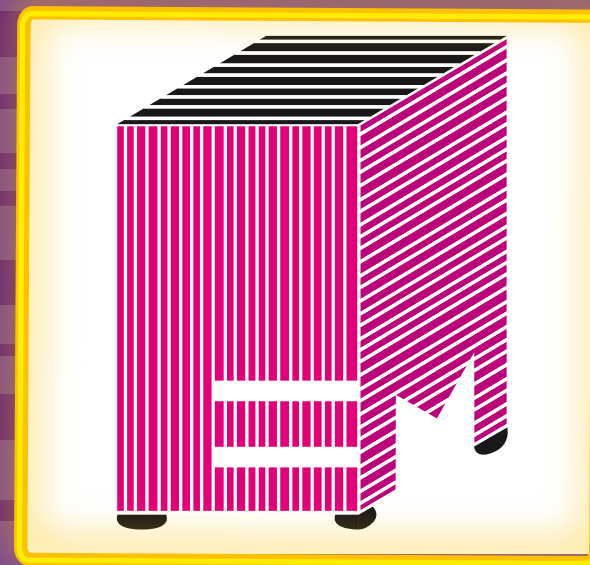
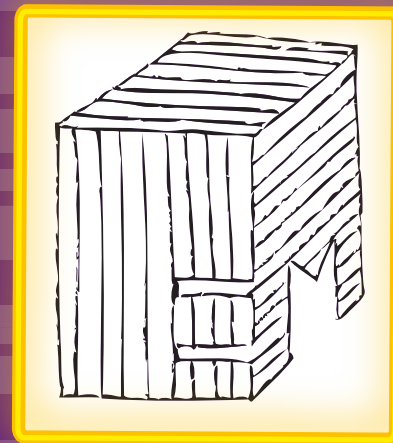


Sillón





Puff



Mesa

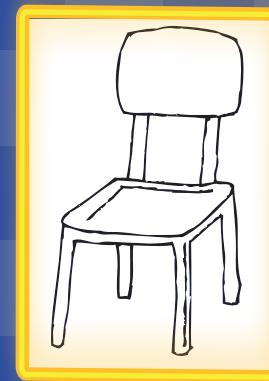
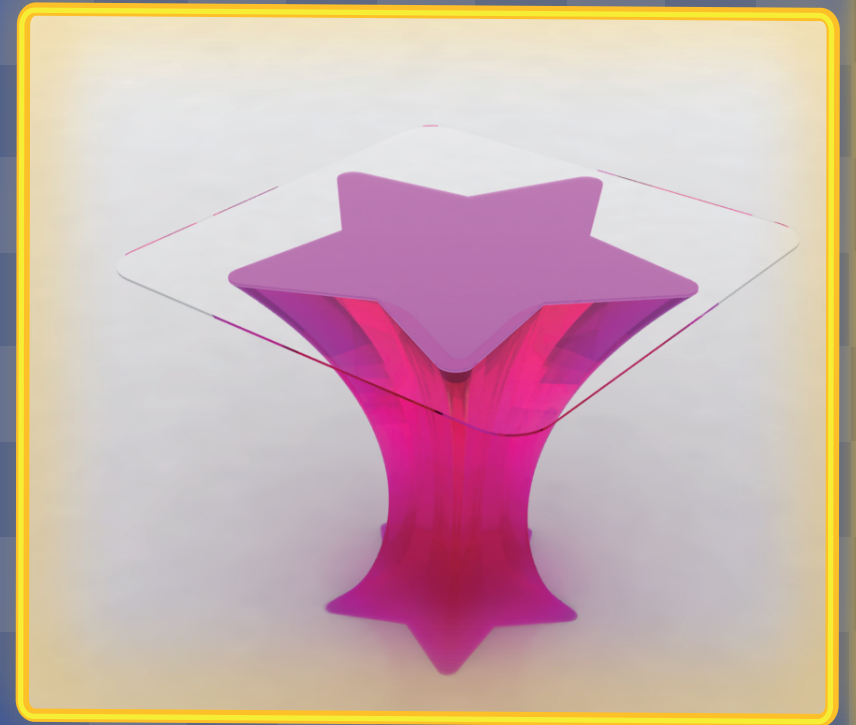
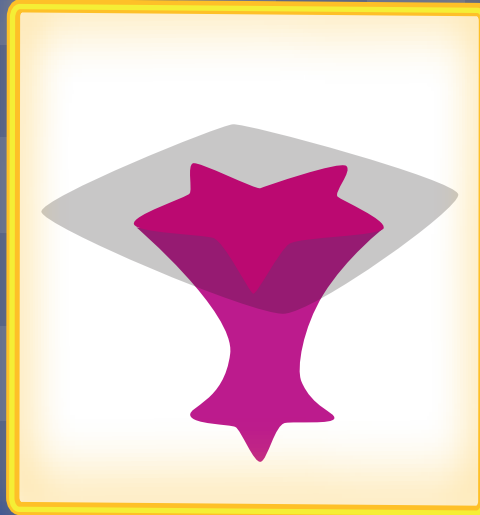
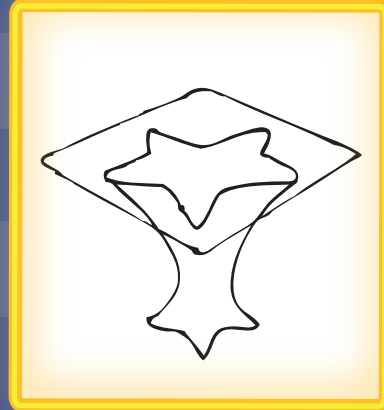
Juego de sala



Mobiliario - Sala auxiliar

Además se diseño una sala auxiliar, pensada en algunas zonas del bar para un numero menor de clientes y de esta manera ahorrar espacio y mayor funcionalidad.

Mesa

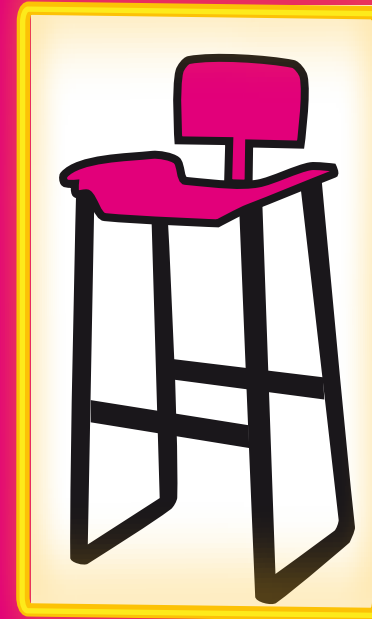
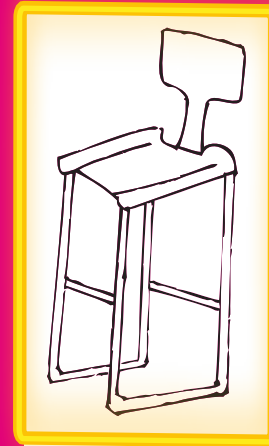


Silla

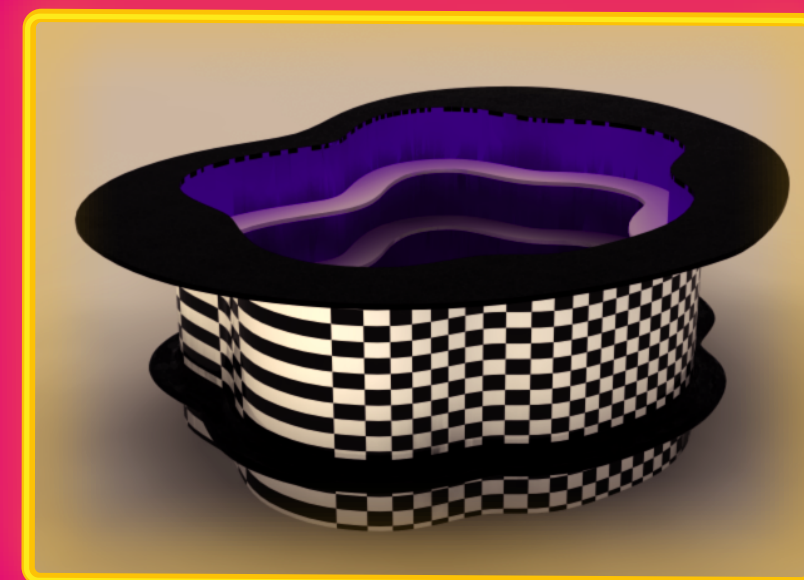
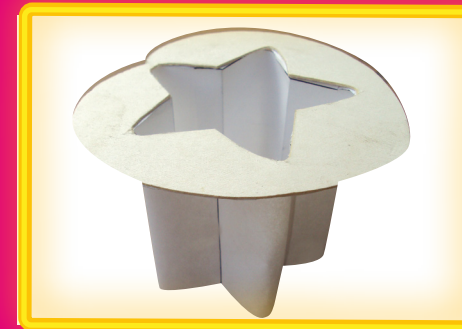


Mobiliario - La Barra

Silla



Estructura

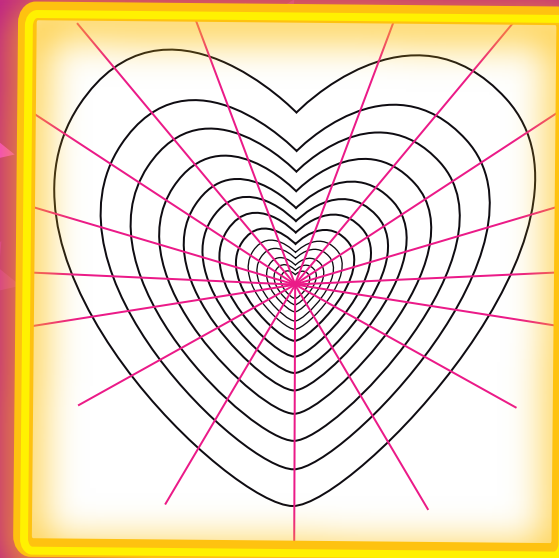
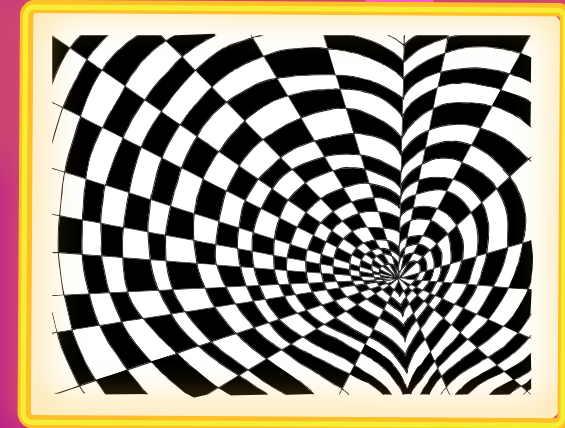
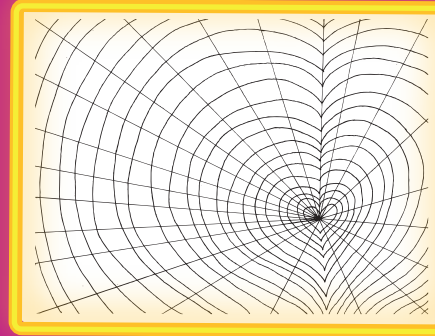


Barra final



Búsqueda y Aplicación gráfica

Bajo la técnica del Op art se dio el proceso de bocetación, para encontrar el estilo gráfico para el piso y algunas de las paredes del bar; para ello se utilizó una de las figuras de los Emos como es el corazón, con el cual se generó una ilusión óptica partiendo de la simetría y la repetición modular.



Resultado Vectorial



Aplicaciones en el Bar





Cojines

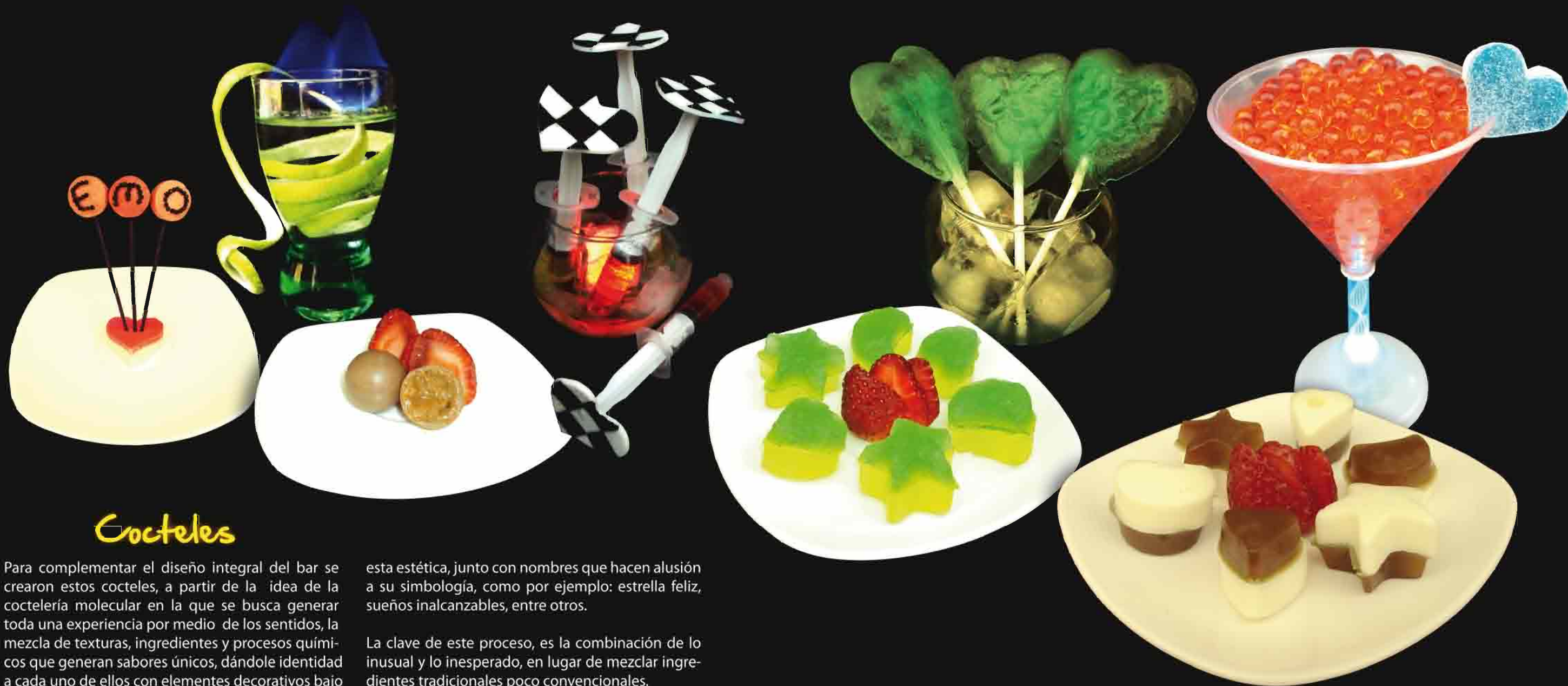
Para el bar se creo la colección Light de cojines, elaborados con técnicas de bordado e inspirada en las figuras de los emos, en la cual predominan materiales que reflejan las luz como las lentejuelas, mostacillas, canutillos y escarcha. Además se usó diferentes textiles que permitieran generar diferentes sensaciones tactiles.

Bocetos iniciales



Resultado final





Cocteles

Para complementar el diseño integral del bar se crearon estos cocteles, a partir de la idea de la coctelería molecular en la que se busca generar toda una experiencia por medio de los sentidos, la mezcla de texturas, ingredientes y procesos químicos que generan sabores únicos, dándole identidad a cada uno de ellos con elementos decorativos bajo

esta estética, junto con nombres que hacen alusión a su simbología, como por ejemplo: estrella feliz, sueños inalcanzables, entre otros.

La clave de este proceso, es la combinación de lo inusual y lo inesperado, en lugar de mezclar ingredientes tradicionales poco convencionales.

Vestuario Meseros

La inspiración para la línea de uniformes del bar Emo-feel proviene de la moda urbana y de la interpretación de la estética emo, donde se podrán encontrar colores desde el negro y el blanco con toques de fucsia y rojo.

En las prendas predomina la tendencia de los estampados en rayas, cuadrados combinados con telas lisas como la del denim, apliques en taches, bordados en pedrería y lentejuelas que permiten ser usados en sencillas camisetas de algodón y accesorios que complementan el look.

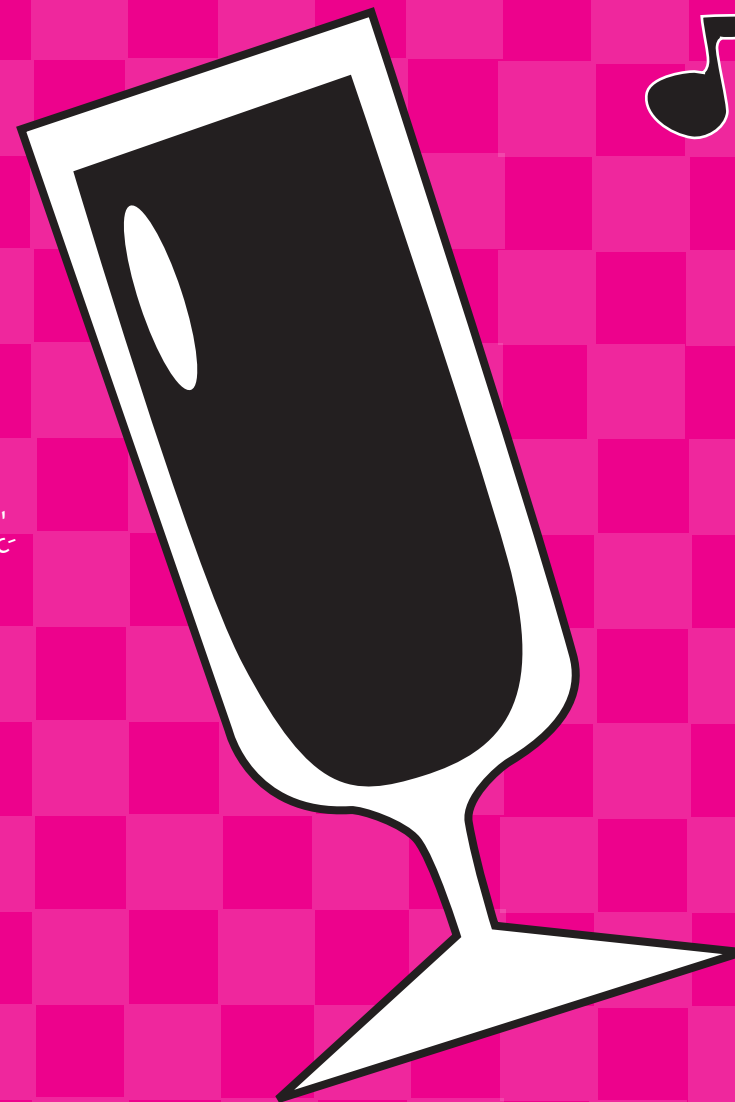


Conclusiones

Con la realización de este proyecto comprendimos los alcances potenciales que tiene el diseño hoy en día, bajo la interdisciplinaridad y la proyección hacia el futuro, de novedosos proyectos comunicacionales; ya que en la realización de cada una de las piezas diseñadas nos dimos cuenta que se puede intervenir cualquier espacio, a partir de un concepto gráfico sobrepasando los límites de esta profesión, dentro de cualquier proceso de comunicación visual.

Además la estética juega un papel muy importante, ya que es un factor vital que se aleja de lo superficial y va de la mano con lo simbólico, con un significado específico; generando en la actualidad una tendencia en el diseño actual.

Las tribus urbanas aportan una gran riqueza gráfica, como referente para implementarla en futuros proyectos de diseño interdisciplinario.



Bibliografía

Cantú, Julieta de Jesús y García, Heriberto (2003).
Historia del Arte. México D. F: Trillas.

Chavez, Alvaro (1994).
Historia Universal del Arte. Barcelona - España: Rombo.

Dempsey, Amy (2002).
Estilos, escuelas y movimientos. Barcelona-España: Blume.

Fernandez, Raül (2000).
El emocore y la madre que lo parió. Doce capítulos del rescate emo-cional. Barcelona- España: Salvat Editores.

Montaña, Antonio (1993).
Cultura del vestuario en Colombia. Bogota - Colombia: Editores. Martínez, Aída (1995). La prisión del vestido, aspectos sociales del traje en América. Bogota- Colombia: Planeta Colombiana.

Pijoan (1951).
Historia del arte IV. Barcelona-España: Salvat.

Shepherd, Rupert y Rowena (2002).
1000 símbolos-lo que significan las formas en el arte y el mito. Italia: Acanto.

Taschen (2004).
Moda-desde el siglo XVIII al siglo XX. Italia: Icons.

Tresidder, Jack (1998).
1001 Símbolos: Guía ilustrada de los símbolos y su significado. España: Villas.

Tropea, Fabio y Pérez Tornero, José Manuel; Pere-Oriol Costa (1996).
Tribus urbanas. El ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la auto afirmación a través de la violencia. Barcelona - España: Campus.

Wölffin, Heinrich (2002).
Conceptos fundamentales de la historia del arte. Madrid-España: Optima.

Webgrafía

Artículo de Wikipedia (2010) Emo. Extraído el 20 de Junio de 2010 desde <http://es.wikipedia.org/wiki/Emo>.

Tellado, Fernando (1558) ¿Que es un Emo?. Extraído el 15 de Mayo de 2010 desde <http://ciberprensa.com/que-es-un-emo>.

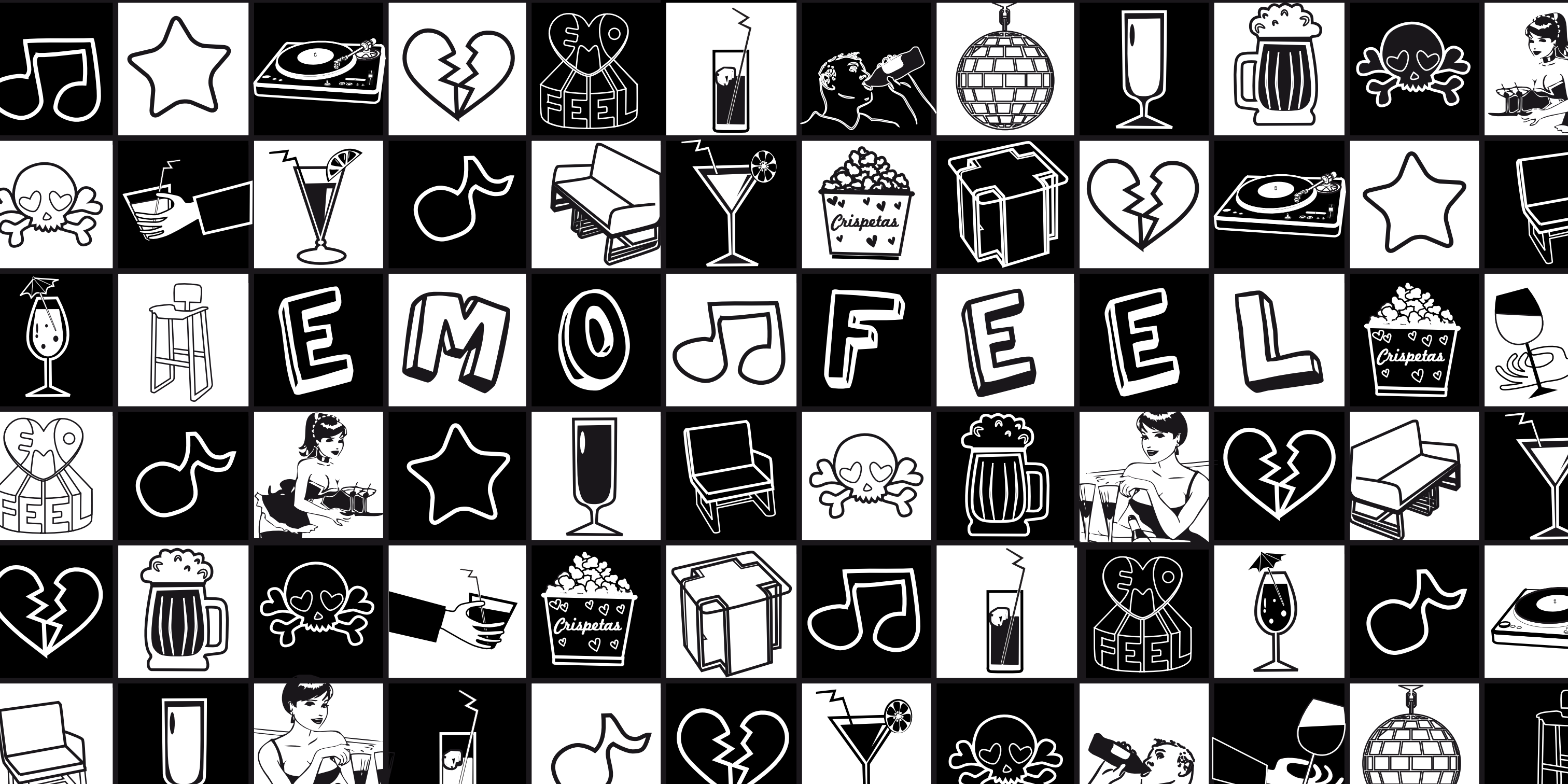
Téllez, Girón (2008) ¿Quiénes son los Emos?. Extraído el 30 de Mayo de 2010 desde http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/misc/newsid_7331000/7331119.stm.



Videografía

El diario de eva. (2001, Septiembre 10). Reportaje las tribus urbanas en Chile. (Programa Televisivo). Chile: Cadena Chilevisión.

La sexta noticias. (2009, Octubre). Reportaje las nuevas tribus urbanas. (Programa Televisivo). España: Cadena de Televisión.





Universidad de Nariño