

**INFLUENCIA DE LOS TATUAJES EN LA DIRECCIÓN DE ARTE EN LA MARCA DE  
MODA URBANA FRESH STYLE DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN, ANTIOQUIA**

**LINA MARÍA CÁRDENAS CIFUENTES**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUIS AMIGÓ  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO  
PROGRAMA DE PUBLICIDAD  
MEDELLÍN  
2017**

**INFLUENCIA DE LOS TATUAJES EN LA DIRECCIÓN DE ARTE EN LA MARCA DE  
MODA URBANA FRESH STYLE DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN, ANTIOQUIA**

**LINA MARÍA CÁRDENAS CIFUENTES**

**Trabajo de grado como requisito parcial para optar al título de Publicista**

**INVESTIGACIÓN**

**¿De qué forma han influido los tatuajes en la Dirección de arte, para las publicaciones realizadas en redes sociales, medios impresos y ropa de la marca de moda urbana Fresh Style de la ciudad de Medellín, Antioquia?**

**ASESORES METODOLÓGICOS Y TEÓRICOS**

**Rafael Mauricio Paris Restrepo**

**Lina María González Correa**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUIS AMIGÓ  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO  
PROGRAMA DE PUBLICIDAD  
MEDELLÍN  
2017**

*En este camino para convertirme en publicista, quiero agradecer especialmente a mis padres por su entrega, amor y apoyo constante; siempre teniendo una palabra oportuna ante los momentos que parecieron difíciles. Quiero dar las gracias de manera especial a Julian Zapata, creador de la marca Fresh Style por permitirme trabajar de la mano con él y su marca para sacar este proyecto adelante y sobretodo por apoyarme y creer en mí siempre. También agradezco a mi familia, amigos y a todos aquellos que de una u otra manera hicieron parte de este proceso de constante aprendizaje tanto a nivel académico como personal.*

*Gracias a todos y cada uno de ustedes por creer en mí, en este camino a ser una profesional en publicidad.*

# CONTENIDO

<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>5</b>
1.1 Objeto de estudio.....	5
1.2 Pregunta.....	10
<b>2. JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>10</b>
2.1 Publicidad, sociedad y experiencia .....	11
2.2 Publicidad, sociedad y empresa.....	12
<b>3. OBJETIVOS.....</b>	<b>13</b>
3.1 Objetivo general .....	13
3.2 Objetivos específicos.....	13
<b>4. MARCO REFERENCIAL.....</b>	<b>14</b>
4.1 El tatuaje.....	14
4.2 El tatuaje como cultura.....	14
4.3 Prácticas del tatuaje para la iglesia.....	15
4.4 Práctica del tatuaje en guerreros y creyentes.....	15
4.5 Tatuaje en Japón, considerado como arte y entretenimiento.....	16
4.6 El arte del tatuaje y sus protagonistas .....	16
4.7 Estilos del tatuaje y su procedencia.....	17
4.8 Técnicas y rituales del tatuaje .....	17
4.9 Edad para tatuarse .....	18
4.10 Tatuaje e higiene .....	18
4.11 Concepto del tatuaje en la actualidad .....	20
4.12 El tatuaje y su fama .....	20
4.13 Estilos en tendencias del tatuaje.....	20

4.13.1 Vieja escuela.....	20
4.13.2 New traditional .....	21
4.13.3 Las pin up .....	22
4.13.4 Estilo de tatuaje Dotwork o punteado.....	22
4.13.5 Stencil .....	23
4.13.6 Acuarela .....	24
4.13.7 New School.....	24
4.13.8 Foto composición y doble exposición .....	25
4.14 La importancia de los medios en la publicidad .....	26

## **Trabajo de grado**

### **1. Planteamiento del problema**

#### **1.1 (Objeto de estudio)**

En el año 2012 empieza como una distribuidora de gorras importadas, desde sus inicios tuvo una gran acogida y en cuestión de meses paso de pedidos de 10 gorras al mes a pedidos de 200 a 300 gorras, a medida que la clientela fue aumentando el portafolio de productos también, se empezaron a importar tenis, camisetas y camisillas para complementar las gorras.

Julián Zapata, en el año 2013 crea una marca de ropa urbana bajo el nombre Fresh Style gracias a los clientes que adquirió hasta ese momento empezó a sacar prendas con ideas propias, diseños con tendencias americanas y de la cultura pop aplicadas a símbolos icónicos de la ciudad de Medellín como los tenis colgados de un cable (ubicación de plazas), la palabra medallo, el término “criollo”...

Los primeros diseños de la marca fueron todo un éxito, a tal punto que eran copiados por los talleres donde se mandaban a hacer las camisetas, por lo cual se optó por montar taller propio de estampación en el año 2014 y producir por cuenta propia las prendas de la marca, al principio se compraban camisetas y camisillas ya armadas y se estampaban los diseños de la marca, hasta que tuvo la necesidad de crear las prendas desde cero (diseño, patronaje, corte, estampación, confección) para aumentar el portafolio de prendas debido a la gran demanda de nuevos productos por parte los clientes, a medida que el taller crecía se añadían al portafolio prendas cada vez más exclusivas y de mejor calidad, por lo cual otras marcas locales e internacionales se interesaron en la manufactura de Fresh Style.

Desde sus inicios las prendas de la marca de moda urbana Fresh Style fueron comercializadas en un estudio de tatuaje llamado “House Tattoo” ubicado en la ciudad de Medellín, lo cual influencio el concepto de todo lo que es la marca hasta el día de hoy, desde los diseños de sus estampados hasta la dirección de arte de su publicidad.

El tatuaje se remonta a hace 3.000 años cuando los egipcios lo practicaban. En esta cultura existió una famosa momia tatuada llamada Amunet, sacerdotisa de la diosa Hathor, Diosa del amor y la fertilidad, quien vivió en Tebas alrededor del 2.000a.c. Y en la momia Asecond, donde se encontraron líneas y puntos tatuados sobre su cuerpo.

*“La prueba de que el tatuaje ha convivido desde siempre con el hombre se encontró en 1991 en un glaciar situado en la frontera entre Austria e Italia. Allí apareció congelado un cazador neolítico de hacía 5300 años, con la espalda y rodillas tatuadas”. (Odín, tattoo)*

En la sociedad Occidental el tatuaje fue reintroducido por los expedicionarios ingleses en 1771 en su vuelta de Tahití por el Capitán Cook, lo que explica la natural asociación que hay entre los tatuajes y los marineros con símbolos tan distintivos para ellos como las anclas. Por esta razón, personas tan representativas de la historia como Don Juan de Borbón llevaba tatuado en su antebrazo derecho, un recuerdo de su estancia en la marina Inglesa, también algunos miembros de la realeza británica volvieron tatuados de sus expediciones por los Mares del Sur. De los marineros también surge la relación entre los tatuajes con la delincuencia pues a menudo estos se embarcaban largos periodos de tiempo para evitar la justicia, fomentando más esta asociación.

En los años 60 y 70 los hippies hicieron resurgir el tatuaje, adoptándolo y elevándolo a la categoría de arte, dejando de lado los motivos marineros y realizando piezas con más diseño y color de acuerdo a la época, de ahí que el tatuaje saliera de los puertos para comenzar a popularizarse. Actualmente, esta transformación ha llevado a que las personas sientan más interés en tatuar su cuerpo, generando así una aceptación social.

El tatuaje era representado de diferentes maneras por distintas culturas. Por ejemplo en Egipto era realizado casi exclusivamente por mujeres, siendo este un proceso doloroso que se usaba para demostrar valentía o confirmar la madurez, Borneo es uno de los pocos lugares donde se practica actualmente la forma tradicional del tatuaje tribal, en Polinesia en el mundo antiguo fue el más artístico, se caracterizaba por diseños geométricos, elaborados, embellecidos y renovados durante

toda la vida del individuo hasta que cubrían su cuerpo entero. Surgiendo de esta manera diferentes artistas a nivel mundial, especializándose en diferentes estilos.

De ahí, la necesidad del ser humano de comunicarse ha tenido diferentes manifestaciones a lo largo de la vida. Por muchos años el tatuaje fue visto de manera negativa, muchas personas consideraban que quien tuviera un tatuaje era un criminal, se juzgaba sin saber la realidad de la persona y se hacía más difícil conseguir un empleo. Pero con la evolución de este arte, en los últimos años se han logrado realizar piezas más estéticas y con conceptos cada vez mejor definidos, mejoró la asepsia, han surgido marcas que ofrecen muy buenos productos para el cuidado de los mismos y máquinas que logran aplicar mucho mejor los pigmentos en la piel, debido a esto los tatuajes se han visto de mejor manera, pasando de ser una simple forma de expresarse a ser un arte y convertirse en un estilo de vida.

La publicidad muestra todo de la forma más estética posible, vende estilos de vida y debido al auge del tatuaje, éste es cada vez más integrado en sus piezas para lograr la identificación con el público a la vez que fomenta la popularidad de esta técnica, mostrando a artistas, jugadores de fútbol y personalidades de la farándula con su cuerpo lleno de obras de arte.

*“Karl Lagerfeld, como siempre, fue uno de los pioneros en utilizar tatuajes de estampa en la pasarela, con diseños en forma de joyería y con el famoso logotipo de la Casa Chanel, cuando salieron a la venta, causó furor entre las fashionistas del mundo. Después de esto, los vimos por todas partes, Louis Vuitton, en la temporada siguiente, utilizó el mismo recurso estético en sus modelos de Menswear (...) También los hemos visto en campañas publicitarias, desde las más sencillas como la de Valentino Otoño 2013, que muestra los brazos del fotógrafo Terry Richardson, llenos de tinta, sosteniendo los accesorios must de la temporada(...) Los diseñadores, con su infinita creatividad, han sabido aprovechar las figuras en los cuerpos de las modelos para darle un punch extra al estilismo”. FBM (2013, Octubre 4, Los tatuajes y la moda, una Tendencia permanente. Recuperado de fashion blog México.*

Ha sido tanta la aceptación que han tenido los tatuajes, que en el mercado se ofrecen stickers con diseños de tatuajes temporales, que vienen en productos como chicles o en ferias realizadas en parques de barrios o pueblos para ser usados por personas de cualquier edad.

Desde el año 2004 los tatuajes empezaron hacer parte de la cultura pop por medio de programas enfocados especialmente en el tatuaje que fueron transmitidos en la “pantalla chica”.

El pionero en este estilo fue Miami Ink (Ink, significa tinta) *“El programa exhibe el trabajo de los tatuadores desde que reciben la idea de sus clientes hasta el resultado final. En la historia se muestran las motivaciones de los clientes para querer ser tatuados con cierto dibujo en particular”*. El Mendolotudo (2015, Julio 25, Los 10 mejores programas de TV sobre tatuajes. Recuperado de El Mendolotudo online).

Conto con la participación de los artistas del tatuaje Ami James, Chris Nuñez, Chris Garver, Darren Brass y el aprendiz Yoji Harada, y estuvo al aire por tres temporadas desde el año 2004 al 2008. Le siguió Los Ángeles Ink, que mantuvo el mismo estilo de Miami Ink bajo el mando de Kat Von D, artista de ascendencia latina que se dio a conocer en el programa mencionado anteriormente, estuvo acompañada de otros artistas del tatuaje Corey Miller, Hannah Aitchison, Kim Saigh y la asistente del local Pixie Hacia, el estudio donde se filmó este programa se llama "High Voltage Tattoo" y fue emitido del 2007 al 2011.

New York Ink, nace del sueño del artista del tatuaje Ami James de abrir un estudio de tatuajes en New York llamado Wooster St. Social Club, por esta razón se traslada de Miami a esta ciudad para cumplir su sueño de la mano de otros artistas del tatuaje como: con el brasilero Rodrigo Hot Rod, el australiano Mike Diamond, el asiático-estadounidense Steven Huie, el japonés Yoji Harada y el argentino Lee Rodríguez, generando un ambiente más internacional y con la misma temática de los programas anteriores.

Siguiendo con el mismo concepto se emite Madrid Ink, emitido durante el 2013 en el barrio madrileño de Malasaña con cinco artistas: Leo Millares, Rebeka, Rubén Morujo, Javi Galien y Lolyta.

Ink Master (Maestro de la tinta) es un reality estadounidense, presentado por Dave Navarro, ex guitarrista de la banda Red Hot Chili Peppers, junto a los artistas del tatuaje Chris Núñez y Oliver Peck como jueces. Transmitido desde el 17 de enero de 2012. Los artistas compiten en diferentes desafíos para evaluar su capacidad técnica, habilidad con la tinta y su trato con los clientes, con el objetivo de ganar el título de Ink Master, un premio de 100.000 dólares y un reportaje en la revista Inked.

Tattoo Nightmares (Pesadillas del tatuaje) es un programa que se encarga de mejorar los feos tatuajes de los clientes que llegan en busca de ayuda de los artistas del tatuaje Tommy Helm, Big Gus y Jazmín Rodríguez. En este recrean las historias de los clientes mientras muestran el proceso del tatuaje.

Tatuajes terribles, *“conducido por Megan Massacre, de New York Ink. Muestra algunos de los tatuajes más absurdos y peor hechos que se hayan visto en televisión y a sus arrepentidos portadores que buscan desesperadamente la manera de cubrirlos con algo mejor. Tatuajes feos, ridículos, con errores de ortografía y otros simplemente extraños”*. El Mendolotudo (2015, Julio 25, Los 10 mejores programas de TV sobre tatuajes. Recuperado de El Mendolotudo online).

Bad Ink (Tinta mala) programa enfocado con algo de comedia, conducido por los artistas del tatuaje Dirk Vermin y Rob Ruckus, desarrollado en la ciudad del pecado las Vegas cuentan las curiosas historias de sus clientes al momento de realizar una cobertura de sus tatuajes con diseños más bellos.

Debido a esto, decidí analizar la influencia que han tenido los tatuajes en la Dirección de arte de la marca de moda urbana Fresh Style en su ropa, publicaciones realizadas en medios impresos y redes sociales (Instagram, fan page y snapchat) que desde el año 2013 lleva ofreciendo sus productos y servicios (Diseño, corte, confección, serigrafía y sublimación) en la ciudad de Medellín.

Por esta razón, este trabajo de grado pretende demostrar que el tatuaje no es solo un acto de rebeldía o una moda, debido a que estos pueden ser utilizados como una forma de transformar tu vacío, en

algo simbólico. Pueden representar una etapa de tu vida, lo que más amas, por lo tanto un tatuaje es perpetuar en tu cuerpo, una obra de arte que puede definir lo que hay en tu interior.

## **1.2 Pregunta**

¿De qué forma han influido los tatuajes en la Dirección de arte, para las publicaciones realizadas en redes sociales, medios impresos y ropa de la marca de moda urbana Fresh Style de la ciudad de Medellín, Antioquia?

## **2. Justificación**

Este trabajo de grado nace de la necesidad de investigar un tema de interés personal, específicamente la relación de los tatuajes con la Dirección de arte de la marca de moda urbana Fresh Style en la ciudad de Medellín.

Aunque el tatuaje ha existido desde hace miles de años en la sociedad, no ha sido hasta las últimas décadas que este ha tenido un auge importante gracias a artistas del tatuaje y al reconcomiendo por parte de diferentes casas de moda como “Karl Lagerfeld, quien fue uno de los pioneros en utilizar tatuajes de estampa en la pasarela, con diseños en forma de joyería y con el famoso logotipo de la Casa Chanel, cuando salieron a la venta, causó furor entre las fashionistas del mundo. Después de esto, los vimos por todas partes, Louis Vuitton, en la temporada siguiente, utilizó el mismo recurso estético en sus modelos de Menswear; en la temporada reciente no fueron pocas las pasarelas que pintaron a las top models para que pareciera que tenían tatuajes, todo coordinado con el estilismo de moda y la esencia de la marca”.

Por esta razón, este trabajo de grado pretende dar a conocer cuál ha sido la Dirección de arte implementada por la marca de moda urbana Fresh Style, por medio de sus diseños (fotografías), publicaciones realizadas para redes sociales, ropa y medios impresos. Por consecuencia de la influencia que ha tenido en el mundo del tatuaje.

También pretende concientizar a la sociedad sobre la inclusión de personas tatuadas en todos los ámbitos (familiar, artístico, social, entre otros). Ayudando a talentosos artistas del tatuaje que aman y respetan su profesión como tatuadores y que cada día se dedican a embellecer cuerpos de personas del común que en algunos casos por su entorno laboral o familiar nunca se hubieran atrevido a “rayar sus cuerpos” depositando así la confianza en ellos, plasmando en su piel verdaderas obras de arte, debido a que en la actualidad estos artistas tienen más conocimiento en perspectivas, composición, teoría del color, brillos, sombras... Siendo considerados verdaderos artistas en todos los ámbitos.

El tatuador más allá de crear obras de arte por medio del estilo en que se especializa, este debe ser tanto un artista como una persona integral, mostrando su profesionalismo por medio de una buena comunicación con su cliente, puesto que muchas veces llegan personas a los locales buscando hacerse un tatuaje del cual no están seguros, el artista debe entenderse muy bien con el cliente para poder comprender la idea que este quiere plasmar en su piel. Otros por el contrario ya saben que es lo que quieren y en muchos casos intervienen aportando sus ideas al diseño del artista logrando una colaboración entre ambas partes, debido a que el tatuaje es algo que debe tomarse con seriedad pues este será para toda la vida.

Esta investigación será realizada según el Proyecto educativo del programa (PEP 2014), la cual expresa que todas las investigaciones realizadas se enfocan en el estudio de problemáticas sociales, buscando promover el compromiso de la sociedad, haciéndola partícipe de la búsqueda de un bienestar social.

El trabajo de grado será basado bajo las líneas de investigación del programa Publicidad Social y sus nueve enfoques, específicamente en las líneas:

## **2.1 Publicidad, sociedad y experiencia**

*“El consumidor determina que un producto o servicio encaja en su estilo de vida porque representa un concepto interesante o deseable; el Marketing de la estética surge entonces como la intención de “comercialización de las experiencias*

*satisfactorias propiciadas por una empresa o marca que contribuyen a la creación de su identidad”. (Schmitt, Simonson 1998); esta tendencia de explorar las necesidades sensoriales de los consumidores se constituye en un escenario para propiciar tanto responsabilidad frente al consumo como abrir el debate acerca las transformación del gusto, el concepto de lo bello en la sociedad contemporánea y analizar el papel de la Publicidad como creador, difusor y mediador. El amplio espectro de las sensaciones, el conocimiento sensible y la imaginación al servicio de un lenguaje publicitario directo y dinámico. La percepción como red integradora social que posibilita la vida en común y la vida en libertad para estar bien con el otro y con uno mismo.*

*Igualmente se propone una publicidad que entienda que la experiencia estética es el principio de toda educación, el conocimiento de lo bello es el preámbulo a lo científico y lo ético”. (López y París, p.13)*

## **2.2 Publicidad, sociedad y empresa**

*“Esta relación tripartita, establece nuevas oportunidades para entender las dinámicas en que las empresas avanzan en el desarrollo de planes de mercadeo y su articulación con el mensaje publicitario; lo anterior, relacionado con los cambios sociales que se generan a partir de nuevas dinámicas que desde el mercadeo y la Publicidad Social se establecen para grandes, medianas o pequeñas empresas (Pymes). Aunque, es verdad que el proyecto de lo social comienza en las empresas, para ser divulgado al público a través de los medios; es igualmente cierto, que lo planeado en ámbito empresarial, como una estrategia más de construcción de marca (somos sociales), se convierte en un interés legítimo y personal para los consumidores. De esa manera, para la Fundación Éxito, de almacenes Éxito de Colombia, una campaña visible como la de las góticas (en la cual se invita a donar poco, para darle mucho a los niños), será solo un acto sobre el cual cimentar sus valores de marca, mientras que los resultados de esta acción social, son poco concretos y se pierden en un mar de estrategias mercantiles. “Lo social”, será por consiguiente, el campo que abarca los temas relacionados con los parámetros de bienestar, establecidos por las instituciones*

*dominantes, temas que terminan siendo adaptados a los valores sociales que unen a un grupo de personas en específico”.* (López y París, p.14)

### **3. Objetivos**

#### **3.1 Objetivo general**

Comprender la relación de los tatuajes con el concepto de la Dirección de arte que ha tenido la marca de moda urbana Fresh Style de la ciudad de Medellín.

#### **3.2 Objetivos específicos**

- Detectar que elementos visuales del tatuaje fueron utilizados para hacer un branding para la marca de moda urbana Fresh Style, más llamativo en el momento de compra para el usuario.
- Identificar las estrategias comunicativas que se aplicaron entorno a la Dirección de arte de las publicaciones realizadas en redes sociales, medios impresos y ropa de la marca de moda urbana Fresh Style.
- Definir el porqué del uso de las redes sociales Instagram y Facebook, y los criterios utilizados para seleccionarlas.
- Indagar cuál estilo de tatuajes ha sido tomado como referente por la marca de moda urbana Fresh Style para sus diseños y publicaciones en redes sociales.

## **4. Marco referencial**

### **4.1 El tatuaje**

Para hablar sobre este tema es importante indagar sobre el significado de esta palabra teniendo en cuenta varias definiciones encontradas en internet.

En el diccionario de google se define el tatuaje como un *“Dibujo grabado en la piel de una persona introduciendo sustancias colorantes bajo la epidermis”* el cual es muy difícil de borrar. La procedencia del tatuaje es desconocida, parece proceder etimológicamente de la palabra “ta” del polinesio “golpear” o de la antigua práctica de crear un tatuaje por medio del golpeteo de un hueso contra otro sobre la piel, con el siguiente sonido “tatau”. Otro significado que se le atribuye a esta palabra se identifica como un estigma que se asocia con una marca o símbolo hecho sobre la piel de una persona con un instrumento afilado. El tatuaje era usado anteriormente para marcar esclavos o criminales con la intención de distinguirlos de los demás. Hoy en día se percibe el tatuaje como una expresión artística sobre el cuerpo usando colores y diseños llamativos que le permite a las personas expresar gustos, preferencias, afinidades o sentimientos por medio de un dibujo o una palabra. En la historia del tatuaje no se encuentra un momento específico de origen, se dice que podría ser tan viejo como el propio ser humano.

### **4.2 El tatuaje como cultura.**

El tatuaje es considerado una práctica cultural de nuestros antepasados usado para tatuarse símbolos significativos y religiosos. En algunos sepulcros del antiguo Egipto se hallaron momias tatuadas, como lo es en el caso del cuerpo de una mujer egipcia sacerdotisa que se hacía llamar Amunet encontrada en Tebas alrededor del 3000 A.C dicho cuerpo se encontraba completamente tatuado con dibujos decorativos de puntos y líneas estilizadas, probablemente de carácter sagrado o religioso.

### **4.3 Prácticas del tatuaje para la iglesia.**

En la historia del tatuaje se sabe también que los antepasados se tatuaban en la frente y que los griegos acostumbraban tatuarse serpientes, toros y motivos religiosos. Los romanos utilizaron la técnica del tatuaje para marcar a los delincuentes con el nombre del delito y bajo el mando de que emperador se había cometido, para así el estado controlar los movimientos por medio de las marcas externas.

Este acto solo duró hasta el siglo IV cuando el emperador romano Constantino creó un nuevo decreto que prohibía la inscripción de los tatuajes en la cara. Este emperador indicó que las manos o pies deberían ser tatuados en lugar de su cara. Ya que esta formaba la imagen de la belleza divina. Pues los cristianos eran hostiles al tatuaje, ellos creían que si Dios había hecho al hombre a su imagen y semejanza, sería un pecado este acto de alterar la belleza propia o de otros mediante esta práctica. La iglesia en aquel entonces también decide perseguir a las personas que llevaban tatuajes sobre su cuerpo, ya que era considerado un acto de burla contra Dios por ser un comportamiento de brujería y por tanto, herejías.

### **4.4 Práctica del tatuaje en guerreros y creyentes.**

Existen registros de guerreros que se tatuaban crucifijos para asegurarse un entierro fiel, creyente y digno ante Dios. Algunos peregrinos viajaban a Jerusalén donde se tatuaban algún símbolo religioso que les recordara su viaje y la presencia del Dios todo creador en sus vidas.

Más adelante artesanos que viajaban por todo el mundo durante la edad media provocaron la expansión de esta costumbre, cambiando ese concepto de que el tatuaje solo lo usaban los criminales. Incluso en el mundo oriental, comienza a tomar estas tendencias en el año 1000 A.C en países como la India, China y Japón.

#### **4.5 Tatuaje en Japón considerado como arte y entretenimiento**

Después de que los japoneses consideraran que toda persona tatuada debía ser aislada como un criminal dándole por castigo la soledad y se le negaba cualquier aparición en la vida comunitaria. En el siglo XVIII se logra la aceptación de esta práctica y son los japoneses quienes convierten este acto en una manía coleccionista especialmente entre las clases obreras desarrollando la cultura popular, creando arte y diversos entretenimientos como lo era la impresión en madera que encajaba muy bien en las necesidades de aquel tiempo, llamadas ukiyoe que fue de gran influencia para el tatuaje, era muy frecuente que amantes de este arte llevaran cada uno la mitad de un tatuaje y que al juntarse se formara una sola figura llamada irebokuro.

Hasta que en 1867-1912 durante la estadía del emperador Matsuhito quien decidió prohibir los tatuajes para evitar toda impresión de vandalismo ante los extranjeros que se encontraban ingresando a este país.

#### **4.6 El arte del tatuaje y sus protagonistas**

Se le atribuye el arte del tatuaje a la práctica realizada por el maorí. Quienes desde la edad de los ocho años comenzaban a tatuar sus cuerpos durante el transcurso de su vida hasta llegar a su vejez con el cuerpo completamente cubierto de tatuajes.

En la historia también se encuentran nombres como el de J. Banks (Banks, 1743-1820) artista que navegaba junto al capitán J. Cook (Cook, 1728-1779) quien relató en 1769 el arte del tatuaje de los maorí pertenecientes a pueblos primitivos de las islas polinesias, quienes se tatuaban ellos mismos figuras y símbolos representativos de esta etnia. Este capitán y todos sus marineros comenzaron una tradición a la que se le nombraba “los hombres del mar tatuados” y al estar en contacto con diferentes marineros rápidamente ampliaron la práctica de este arte perfeccionándolo mientras navegaban. Esta práctica se convierte en una costumbre muy popular entre los marineros pero con el paso del tiempo les traerían desgracias al ser considerados como “revoltosos” con tatuajes y delincuentes.

#### **4.7 Estilos del tatuaje y su procedencia.**

J. Cook y J. Banks fueron los viajeros que describieron una técnica llamada moko que se practicaba entre los maoríes que consistía en un elaborado, demorado y doloroso proceso de tatuaje que daba como resultado diseños negros en espiral y rayas perfectas.

Entre diseños y procedimientos se encuentra registro del tatuaje incaico que se caracteriza por diseños gruesos y abstractos. En diversas culturas es muy usual ver formas de animales que se relacionan con deseo de identificarse con el espíritu de un animal y magia.

Los egipcios predominaban con un estilo de diseño y trazos gruesos y lineales en color negro. Muy similar a las culturas precolombinas, el diseño de animales solía ser uno de los temas preferidos por muchas culturas.

Del maorí se puede inferir que fueron sus diseños los más artísticos en el mundo antiguo. Caracterizados por figuras geométricas elaboradas que constantemente serían retocadas y embellecidas durante toda la vida del individuo.

Entre las líneas de diseños encontramos el tatuaje japonés como uno de los más estéticos que ha manejado a través del tiempo una sofisticación y armonía integrando complejidad de técnicas de dibujos que se combinan con decorados naturales como animales, flores, pájaros, entre otros, o tatuajes de los conocidos samurái cubriendo así la totalidad de la espalda, pecho y costillas.

#### **4.8 Técnicas y rituales del tatuaje.**

Los pigmentos de color se obtenían de vegetales y tizne. Usando una especie de peine de hueso de dos o tres puntas para tatuar los cuerpos.

En tiempo de prehistoria se han registrado hallazgos de pequeños y finos peines de huesos de largas y variadas puntas que se utilizaban para este tipo de procedimiento. Más adelante aparecen las agujas que facilitan y mejoran la calidad e higiene de este arte corporal.

#### **4.9 Edad para tatuarse**

El tatuaje no tiene una edad establecida, todo depende de los gustos y preferencias de cada persona, hay quienes se tatúan desde niños por voluntad propia con tintas chinas o piden ayuda de alguien que tenga un poco de conocimiento sobre el tema.

En la antigüedad en la etnia de los maoríes los niños y niñas menores de siete años eran recluidos en espacios cerrados durante tres meses para que sus cuerpos se mantuvieran blancos, y luego se les pintaba de color rojo todo el cuerpo para asistir a las ceremonias donde se procedía a tatuar los diferentes motivos como zoomorfos y antropomorfos.

Zoomorfos: eran diseños como pájaros e insectos.

Antropomorfos: eran diseños en lineal con cabeza y brazos todo lo relativo al cuerpo humano rostros.

#### **4.10 Tatuaje e higiene**

Corsario fue uno de los primeros tatuadores chilenos profesionales y cuenta como construyó su primera máquina de tatuajes y los recursos que se ingenió para fabricarla.

*“Corsario comenzó a los 13 años a “dermo-pigmentarse” su cuerpo, cuando podríamos decir que todavía era un niño. Corsario se auto-practicó un tatuaje cuando se encontraba de paso por Brasil a comienzo de los 80’. Luego de regreso en Chile e inmerso en el mundo punk, buscó alternativas para continuar con una práctica que según él constituye un verdadero arte. Nos juntábamos en mi casa a tomar y después de curado nos tatuábamos con agujas enrolladas en hilo. Dos agujas enrolladas en hilo funcionaban como una pluma cachai, le echábamos tinta y nos pinchábamos la piel. Yo trabajé con tres agujas que hacían una línea más gruesa, lo único malo es que quedaban un poco deformes los tatuajes. Pero así empezaron nuestros primeros tatuajes, bien básicos: tinta china y tres agujas a la Piel” en aquel tiempo no tenían medidas de salubridad, todos sus amigos querían tatuasen pero faltaba higiene para la práctica de este arte.*

*“En ese tiempo en que empecé a tatuarme era súper fea la güeá para todo el mundo, no teníamos ni revistas de tatuajes, ni teníamos máquinas y el Pato Champ, que es un tatuador súper antiguo que es como el rey del negro y sombra, me dijo: mira compadre pesca un motor de una radio, un portaminas, una biela y un botón, y te enseño a hacerte tu máquina, partí e hice mi primera máquina de tatuaje de rotación y él me hizo mi primer tatuaje bacán así en el brazo, que fue un escorpión, el de los Red Hot Chili Pepper, el de Chad Smith. De ahí seguí tatuando a todos mis amigos, que pillé tatué con esa máquina, pero después empecé a cachar que era bastante poco higiénica, era muy ordinaria, igual yo no tenía ningún problema porque íbamos a comprar portaminas y tatuaba al loco con su propio portaminas, esas eran las medidas higiénicas que yo tenía.” (2003, 2003)*

*Continúa este tatuado contando la historia de cómo profesionalizo su técnica...*

*“Diseñé mi primera máquina, así en dibujito como yo quería que fuera, con todo el mismo sistema entonces lo llevé a donde un loco que era tornero, un maestro y me hizo la máquina tal cual se la hice yo en bronce. Entonces al año siguiente que yo había hecho esta máquina descubrí que existían máquinas de tatuajes por las revistas, caché que eran completamente distintas a la máquina que yo tenía” “Después de ver tanta revista de tatuajes, junte billetes y mandé a pedir una Telephone Machine, máquina que aún poseo y que nunca me ha dejado mal. Después de la llegada de este encarguito, comenzó justo el boom del tatuaje, lo que me ayudó monetariamente y lo que le demostró a mi mamá que los tatuajes no eran solo para los hampones y los indigentes” (Corzario & Fanzine, 2001).*

Hoy en día se evidencia en las tiendas de tatuaje unas máquinas especializadas que son fáciles de manipular por el profesional y necesita de varios elementos para su correcto funcionamiento. Los elementos son una aguja esterilizada, un sistema de pequeños tubos que transportan la tinta, un motor eléctrico y un pedal para controlar la velocidad con que se clava la aguja

Entrevistas realizadas durante el mes de mayo del 2003.

## **4.11 Concepto del tatuaje en la actualidad**

Desde la década de 1985, el tatuaje se ha convertido en una forma cultural, artística y social muy atractiva para quienes desean expresar emociones a través de sus Cuerpos. El tatuaje ha creado un conjunto de significados nuevos provenientes principalmente de las culturas orientales brindándole al tatuaje unas características primitivas.

Es muy común ver como hay una relación entre clase, cultura e historia pasando por un sinfín de significados derivados de la historia del tatuaje y la cultura hasta ahora ser considerado como un arte en la piel espiritual y poética. (Caplan, 2000)

## **4.12 El tatuaje y su fama**

Hay tatuajes que fueron representados en el cine y la publicidad con figuras reconocidas a nivel nacional como Popeye y el hombre Marlboro en las décadas de 1960 y 1970, también se le atribuye a subculturas como los hippies, estas tendencias a tatuarse han mantenido un movimiento aunque todavía se puede ver gran marginación dentro de las clases sociales considerado como una marca social por los desviados. (Fisher, 2002). (S., 2003).

## **4.13 Estilos en tendencia del tatuaje**

### **4.13.1 Vieja escuela**

*“Inspirados en los diseños que surcaron a lo largo y ancho del mundo en la piel de los marineros de Estados Unidos. Este estilo ha evolucionado muy poco desde los años veinte, se caracteriza por líneas gruesas y colores planos de mucha intensidad, destacando el rojo y el azul. Estas características son las que constituyen este estilo que ha permanecido fiel a su estética con el paso de los años. La iconografía propia del Old School tattoo suele contar con elementos marítimos como anclas, golondrinas, águilas, faros, barcos, etc. También se han ido incorporando otros elementos propios*

*de la cultura popular como las Pin-ups o iconos como cartas de Póker, puños americanos, navajas o corazones en llamas.”*



*Figura 1. Recuperado de Piercing y tatuajes*

#### **4.13.2 New traditional**

*“Es una variedad, de relativa reciente creación, que modifica ligeramente los elementos más icónicos de los tatuajes de la vieja escuela y les añade algunos degradados, o perfiles más delgados en la línea. También se suele encontrar sombras a base de punteado y una gama de color más amplia.”*



*Figura 2. Recuperado de Piercing y tatuajes*

### 4.13.3 Las Pin-up

*“A día de hoy, el término Pin-up también hace referencia a un modo de vida y una estética en particular. Su origen se debe a las modelos que posaban para fotografías e ilustraciones publicitarias desde los años cuarenta a los sesenta. Durante la segunda guerra mundial, muchos soldados comenzaron a tatuarse figuras femeninas en actitudes similares a las de las Pin-up, por lo que pronto se convirtió en una tendencia a la alza en el mundo del tattoo. A día de hoy, hay diversos estilos que cuentan con una interpretación de estos tatuajes.*

*Se encuentran chicas Pin-up tanto en tatuajes Old school que mantienen la estética original como en los tatuajes hiperrealistas que representan fidedignamente estas fotografías. También es común encontrar chicas Pin-up en la estética denominada New school. El patrón común que tienen todas estas formas de representar a las chicas Pin-up es que independientemente del grado figurativo del tatuaje, conservan la actitud sensual e inocente que caracteriza este tipo de imágenes.”*



Figura 3. Recuperado de Piercing y tatuajes

### 4.13.4 Estilo de tatuaje Dotwork o punteado

*“Este estilo se ha puesto de moda recientemente y su popularidad comienza a crecer a pasos agigantados. El elemento característico de este estilo de tatuaje es que los tattoos se realizan mediante pequeños puntos que hacen así la valoración de sombras y luces. Predominan los tatuajes en blanco y negro, aunque se ven también piezas en*

*color. Es un estilo de tatuaje con un resultado muy orgánico ya que tienen una textura muy particular y los degradados que permite esta técnica dan mucho juego. Aunque se pueden realizar cualquier tipo de imagen con punteado, predominan las formas geométricas y las figuras tridimensionales. Este estilo se puede aplicar a tatuajes de gran tamaño, pero funciona de igual modo muy bien con tatuajes pequeños, siempre que tengan un tamaño suficiente para poder jugar con el punteado.”*



*Figura 4. Recuperado de Piercing y tatuajes*

#### **4.13.5 Stencil**

*“Este estilo de tatuaje adopta la estética del Graffiti e intenta simular los salpicados, degradados con spray, uso de plantillas (stencil) y otras virguerías propias de los vagones del metro de Nueva York.”*



*Figura 5. Recuperado de Piercing y tatuajes*

#### 4.13.6 Acuarela

*“Aunque pueda parecer imposible, este estilo consiste en plasmar el efecto de un medio como la acuarela (en el que se usa agua sobre la superficie para diluir y degradar el color) en la piel. Mediante degradados muy suaves, diluir los perfiles y añadir alguna que otra salpicadura, se consigue la sensación de tener sobre la piel una auténtica acuarela, salvo que si echas agua no se borra.”*



Figura 6. Recuperado de Piercing y tatuajes

#### 4.13.7 New School

*“Se define por el uso de colores brillantes y perspectivas poco habituales. Este estilo de tatuaje puede acoger a otros estilos más característicos ya que su patrón común no es en sí una temática o técnica en concreta, sino el resultado que permiten las nuevas máquinas y tintas de las que se dispone hoy en el mercado. Es uno de los estilos de tatuajes que más fuerza está tomando en los últimos años, ya que los nuevos pigmentos de las tintas y las máquinas cada vez más potentes, permiten desarrollar este tipo de tatuajes a pasos agigantados.”*



Figura 7. Recuperado de Piercing y tatuajes

#### 4.13.8 Fotocomposición y doble exposición

*“Este estilo viene de la adaptación de un técnica fotográfica que ha tomado mucha fuerza en los últimos años, consiste en una imagen que contiene otra, viéndose las dos a la vez (Doble exposición)*

*Una rama dentro de este estilo es la fotocomposición, que además de contar o no con elementos en doble exposición o hiperrealistas, contiene otros elementos más propios de diseño gráfico en soportes convencionales, se suele encontrar masas de color plano como fondo, salpicaduras de color dentro de tatuajes en blanco y negro o líneas discontinuas que rodean la pieza principal.*

*Conocer los principales estilos de tatuaje te ayudará primero, a saber más sobre este maravilloso arte y segundo, a poder abrir tu abanico de posibilidades a la hora de hacerte un tatuaje nuevo, o saber en qué estilo quieres hacerte tu primer tatuaje. Es*

*importante que consideres la posibilidad de que determinado tatuaje sea más apropiado para ser realizado una estética en concreto. Déjate aconsejar por el tatuador o tatuadora que vaya a tatuarte, pero siempre puedes investigar y conocer los diferentes estilos en las que puedes realizar un tatuaje, ya que la estética es fundamental a la hora de transmitir tu idea con la mayor certeza posible.”*



*Figura 8. Recuperado de Piercing y tatuajes*

#### **4.14 La importancia de los medios en publicidad**

*“La publicidad usa los medios de comunicación masiva como parte esencial de sus mensajes, para llevar información persuasiva a los mercados de una empresa.” (Molina y Morán, J y A (2013) Viva la publicidad viva 5 Bogotá DC, Colombia:Lemoine Editores.*

Si al momento de realizar una pieza publicitaria y esta no se divulga, no hay mensaje. Por eso, es importante crear conexión con un receptor, por lo tanto sin medios no hay publicidad debido a que es tal la importancia que tienen los medios de comunicación hoy en día que mientras estos cambian, la publicidad evoluciona conforme a ellos.

En comunicación, los medios empleados por la publicidad son los encargados de la comunicación mediante los emisores y receptores, parte fundamental para que los mensajes lleguen del uno al

otro. La comunicación se dirige a grandes públicos dispuestos a recibir el mensaje que se les está comunicando.

Medios como la televisión son masivos porque llegan a un gran número de personas, puesto que un hogar promedio tiene un televisor en sus casas, pero aunque estos sean masivos no quiere decir que el mensaje sea percibido por todos sino que por el contrario son percibidos de manera individual, más aún cada persona hace una lectura única y asume actitudes propias de acuerdo a los contenidos que está viendo. La publicidad ha sido considerada una comunicación impersonal, y en el sentido teórico de ser dirigida a todo el que la reciba, sigue siéndolo.

## **4.15 Director de arte**

### **4.15.1 ¿Qué es el Director de arte?**

Eduardo Oejo en su libro *Si no te ven no existes: dirección de arte para tod@s: anunciantes, anunciantas, consumidores [...]* explica que el origen del Director de Arte está en, “... una mezcla de habilidad manual, sentido artístico, imaginación y, sobre todo, el dominio de la Técnica, la de impresión (la televisión aún se encontraba en fase experimental)” (2004:37), es decir, representa a este profesional como un artista, un especialista relacionado con todo lo que tiene que ver con su campo, aunque hay aspectos a día de hoy que no han cambiado como puede ser el sentido artístico o la imaginación.

La creatividad y los conocimientos de este profesional provienen de su experiencia laboral, tanto de las agencias como de los anunciantes, también de su experiencia propia, cultura, educación, etc., del público objetivo, la competencia, el beneficio al consumidor, los hábitos de uso..., incluso de la investigación que hace para el trabajo.

Hay una cosa que debe tener en cuenta y es que el trabajo que realiza, los anuncios, no deben servir para su interés o su reconocimiento sino para el producto. Tiene que trabajar para el producto de un anunciante que recurre a la agencia porque tiene un problema de comunicación y necesita que se lo solucionen para conseguir sus objetivos. El Director de Arte a fin de cuentas es un anónimo y un desconocido, es decir, solamente es un intermediario, donde el verdadero protagonista es el producto o los valores de un producto o marca.

#### **4.15.2 Funciones, cualidades y actitudes**

El Director de arte, es una persona que no se dedica a una tarea en concreto, sino que controla el proceso de producción de principio a fin. Revisa todo sin olvidar ningún elemento a tener en cuenta como puede ser la imagen que va a recibir el espectador, imágenes que deben ser comprendidas, aprendidas, integradas, etc., por lo que antes de ponerse a trabajar, debe tener en su cabeza diferentes aspectos, como qué es lo que se quiere comunicar, cómo se va a hacer, y cuál será la mejor forma de transmitirlo.

Su función principal es la de crear, diseñar y dirigir, decidiendo el qué se dice y el cómo se dice, para ello recopila información y problemas del pasado para transformarlos y convertirlos en respuestas de futuro, mediante la idea, la cual traduce, interpreta y proyecta; también el concepto y la realización publicitaria. Lo que hace es plasmar una idea para después desarrollarla y supervisarla, y por último dar el visto bueno al arte final. Puede conseguir imaginar cualquier cosa sin ningún tipo de límite o barrera, aunque lo que afecta y marca la frontera es el presupuesto que viene impuesto por parte del anunciante, según el presupuesto con el que se cuente para la campaña, así será ésta.

También debe ser un profesional humilde y sociable, que se sienta parte de un equipo, y no como el que dirige y manda a otros, sino como uno de entre varios, con capacidad de saber escuchar tanto a las personas, como las diferentes ideas y sugerencias que puedan llegar de las personas con las que trabaja.

Una persona que es segura y exigente, que confía en sí misma y en sus capacidades y habilidades, con facilidad para resolver los contratiempos y dificultades que se van presentando, siempre intentando resolverlas de la mejor manera posible.

## **5. Marco normativo**

### **PROYECTO DE LEY 71 DE 2007 SENADO.**

Por la cual se reglamentan las prácticas del tatuaje y perforación body piercing y se dictan otras disposiciones.

El Congreso de Colombia

DECRETA:

#### **TITULO I**

#### **DISPOSICIONES GENERALES**

Artículo 1°. **Ámbito de aplicación.** Se encontrarán sujetas a las disposiciones de la presente ley, las personas y establecimientos en los que dentro del territorio nacional, se adelanten actividades relacionadas con la realización de tatuajes sobre la piel o la elaboración de perforaciones en el cuerpo, con el propósito de colocar en dicha perforación joyas diseñadas específicamente para esos efectos (piercing).

Artículo 2°. **Objeto.** El objeto de la presente ley es la protección de la salud de los usuarios en el proceso de práctica del tatuaje y/o la perforación, así como la de regular el ejercicio de los profesionales dedicados a la actividad, al igual que el de establecer los requisitos de funcionamiento que deben cumplir los establecimientos en los que se elaboren los procedimientos de tatuaje y perforación.

De igual modo regular el régimen aplicable para autorizaciones, control e inspección de los establecimientos y su régimen sancionatorio.

Artículo 3. **Definiciones.** Para los efectos de la presente ley se adoptarán las siguientes definiciones:

a) **Establecimiento de tatuaje o piercing:** Es el establecimiento de carácter comercial, en donde se llevan a cabo actividades de tatuaje y/o piercing, lugar que deberá contar y cumplir con las condiciones óptimas de diseño, organización, seguridad y salubridad que la legislación vigente exige a establecimientos de esta naturaleza;

- b) Tatuaje: Procedimiento o actividad de introducir un pigmento o tintura vegetal o mineral en la epidermis, mediante pinchazos o punciones con máquinas y extensiones de estas, diseñadas especialmente para elaborar estos procedimientos, cuyo fin es el de producir una figura artística a escogencia del usuario, que incluye el maquillaje semipermanente;
- c) Piercing: Procedimiento consistente en perforar algún punto del cuerpo humano con la ayuda de agujas diseñadas para tales efectos, con la finalidad de insertar o atravesar por la piel, mucosas u otros tejidos corporales una joya de body piercing;
- d) Tatuadores y piercers: Personas dedicadas al oficio de actividades artísticas de tatuaje o piercing, que cuentan con la capacidad y capacitación requerida, para el ejercicio de estas actividades;
- e) Esterilización: Proceso mediante el cual se destruyen todos los microorganismos infecciosos mediante el uso de técnicas especiales o sistemas autorizados, bajo estándares clínicamente aprobados;
- f) Desinfección: Práctica de eliminación de microorganismos mediante agentes químicos en objetos inanimados como instrumentos y superficies, bajo estándares clínicamente aprobados;
- g) Bioseguridad: Es el conjunto de medidas preventivas destinadas a mantener el control de factores de riesgos laborales procedentes de agentes biológicos, físicos o químicos logrando la prevención de impactos nocivos asegurando que el desarrollo o producto final de dichos procedimientos, no atenten contra la salud y seguridad de trabajadores, clientes, visitantes y medio ambiente.

## **TITULO II**

### **REQUISITOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS Y CONDICIONES HIGIÉNICO-SANITARIAS DE REALIZACIÓN DE ESTAS PRÁCTICAS**

Artículo 4°. Instalaciones y condiciones de los establecimientos.

1. Los establecimientos que realicen las prácticas reguladas en esta ley contarán con las siguientes áreas debidamente señalizadas:
  - a) Área de espera;
  - b) Área de trabajo, que deberá garantizar la privacidad del usuario. Su acceso estará restringido para el tatuador o piercer y los usuarios, debiendo garantizar la privacidad de las prácticas. Los

utensilios requeridos para las prácticas deberán estar dispuestos dentro del área de trabajo y conlleve los mínimos desplazamientos posibles;

c) Área de preparación del material; donde se realizan las tareas de limpieza, esterilización, desinfección y preparación del instrumental. Su acceso se limita al personal del establecimiento;

d) Área de lavamanos con dispensador de jabón y toallas de un solo uso;

e) Área de almacenamiento de productos de limpieza y vestimenta personal.

2. Los establecimientos donde se realicen las prácticas de tatuaje y perforación no son entidades prestadoras de servicios de salud, pero deberán reunir las condiciones higiénico-sanitarias generales para esta clase de procedimientos, tales como:

a) Permanecer limpios, desinfectados y ordenados;

b) Disponer de agua de consumo humano;

c) Iluminación natural o artificial suficiente;

d) Suelos, paredes y superficies de trabajo lisos de fácil limpieza y desinfección. El mobiliario, sillones, camillas, etc., deberán permitir fácil limpieza y desinfección y dispondrán de protector de un solo uso;

e) Botiquín equipado con el material suficiente para prestar primeros auxilios, así como de números telefónicos de emergencia;

f) Dispondrán de manual de bioseguridad y protocolos de procedimientos, esterilización y limpieza;

g) Deberán cumplir con la legislación vigente sobre gestión de residuos;

h) Las prohibiciones de la entrada y/o permanencia de animales, de no consumir alimentos, de no fumar, ni ingerir bebidas embriagantes.

Artículo 5°. Condiciones de Equipos, instrumental e insumos para práctica de tatuajes o piercing. Los instrumentos utilizados para la práctica de tatuajes o piercing deberán reunir las condiciones higiénico-sanitarias necesarias que prevengan la ocurrencia de infecciones o contagio de enfermedades en la realización del procedimiento.

a) Los utensilios de rasurado y afeitado deberán ser de un solo uso;

b) Los utensilios y materiales que atraviesen o penetren la piel, las mucosas u otros tejidos, tales como agujas, cuchillas, jeringuillas y similares, serán estériles y de un solo uso, debiendo estar envasados y sellados hasta su uso. En la realización de estas prácticas se utilizarán guantes de tipo

quirúrgico, estériles y de un solo uso que deberán ser sustituidos con cada cliente y siempre que sea necesario.

c) Las máquinas o aparatos utilizados en estas prácticas, así como utensilios y materiales que entren en contacto con la piel, vello o cuero cabelludo, que no sean de un solo uso, serán higienizados, esterilizados y/o desinfectados;

d) Las joyas han de ser de una calidad que evite el riesgo de reacciones alérgicas, y de materiales reconocidos como aptos para la piel. Deberán permanecer envasadas individualmente y ser esterilizadas para su utilización. Deberán ser de acero quirúrgico, oro de 14 quilates, como mínimo, titanio, y poseerán el registro Invima;

e) Los pigmentos utilizados para tatuajes deberán contar con el registro sanitario debidamente expedido por el Invima.

Artículo 6°. Registro. Las Secretarías de Salud Departamentales, Municipales y Distritales abrirán un registro especial, para la inscripción de todos los tatuadores o piercers previa acreditación de la capacitación y vacunación, de acuerdo con lo establecido en el numeral 1° del artículo 7° y el artículo 8° respectivamente.

Así mismo, los establecimientos dedicados a esta actividad requerirán concepto sanitario favorable de las Secretarías Departamentales, Municipales y Distritales de Salud.

Artículo 7°. Condiciones durante el procedimiento.

1. El personal que aplique estas técnicas deberá estar vacunado contra la Hepatitis B y Tétanos.
2. Lavarse y desinfectarse las manos antes y después de los procedimientos.
3. Utilizar guantes tipo quirúrgico, tapabocas desechable, gorro, bata, gasas estériles y protector para ojos.
4. Utilizar ropa y calzado limpio.
5. No fumar, comer o beber en áreas de trabajo.
6. El instrumental, elementos y residuos deben ser tratados según el protocolo correspondiente.

### **TITULO III**

#### **FORMACIÓN DEL TATUADOR O PIERCER**

Artículo 8°. Capacitación del tatuador o piercer.

¿Especialmente deberán acreditar capacitación por un mínimo de 500 horas, en temas

relacionados con anatomía y fisiología básica, manejo de utensilios y materiales, microbiología básica, bioseguridad, primeros auxilios, gestión de residuos, inyectología, técnicas de esterilización, desinfección y asepsia, enfermedades de transmisión hemática, riesgos asociados a estas actividades y temas afines.

## **TITULO IV**

### **INFORMACIÓN Y CONSENTIMIENTO DE LOS USUARIOS**

Artículo 9°. Requisitos, registros de información y consentimiento de los usuarios.

1. El tatuador o piercer, previa realización del procedimiento deberá informar al usuario de manera comprensible y por escrito de las particularidades de estas prácticas, sus riesgos y cuidados posteriores.
2. El usuario, previa realización del procedimiento, deberá someterse a una valoración por parte de un profesional de la salud, en la cual se acreditarán las condiciones físicas necesarias para practicarse este tipo de procedimientos. Este requisito deberá ser verificado por el tatuador o piercer antes de iniciar la práctica.
3. Los mayores de edad suscribirán consentimiento escrito en documento que contenga fecha, nombre, identificación, procedimiento escogido y la voluntad de realizarse el procedimiento.
4. Los menores de edad deberán estar acompañados por sus padres o acudientes, los cuales suscribirán el consentimiento en nombre de ellos, o en su defecto allegar autorización debidamente autenticada ante notario público.
5. En lugar visible del establecimiento se expondrá un folleto informativo sobre las prácticas realizadas e información general sobre riesgos sanitarios y complicaciones, condiciones de reversibilidad de las diferentes prácticas y la obligatoriedad de suscribir el consentimiento.
6. Los establecimientos donde se realicen tatuaje o piercing deben contar con registro de clientes, donde consten los datos personales de los mismos.
7. Los tatuadores o piercers deberán contar dentro del establecimiento con hoja de vida que contenga el registro de vacunas, capacitaciones, y experiencia.
8. Los establecimientos públicos donde se practican tatuajes, publicarán en lugar visible los pigmentos autorizados por el INVIMA y que utilizan para estas prácticas.

## **TITULO V PROHIBICIONES**

Artículo 10. Les está prohibido a los tatuadores o piercers.

1. Tatuarse o perforarse a personas embriagadas o bajo efecto visible de sustancias tóxicas o alucinógenas.
2. Realizar prácticas exclusivas del ejercicio de la medicina u otro profesional de la salud, como la remoción de tatuajes.
3. La práctica ambulante de tatuajes o piercing o en sitios que no cumplan las reglamentaciones de la presente ley.

## **TITULO VI INSPECCIÓN Y CONTROL**

Artículo 11. El Ministerio de la Protección Social definirá la forma en que se realizará inspección y vigilancia a los establecimientos que presten servicios de elaboración de tatuajes y piercing, para verificar el estricto cumplimiento de las normas y requisitos sanitarios.

Para tal efecto procederán a realizar un censo de personas dedicadas a esta ocupación dentro de los seis meses siguientes a la vigencia de la presente ley.

## **TITULO VII GESTIÓN DE RESIDUOS**

Artículo 12. Los establecimientos dedicados a estas actividades deberán contar con un correcto manejo y gestión de residuos. Por su riesgo de transmitir infecciones y enfermedades infectocontagiosas, les es aplicable la normatividad vigente en materia de residuos sanitarios.

## **TITULO VIII**

### **SANCIONES**

Artículo 13. Sanciones. El incumplimiento e inobservancia de las disposiciones consagradas en la presente ley, sin perjuicio de las demás acciones administrativas, penales, civiles o policivas, según el caso generará las siguientes sanciones:

- a) Multas sucesivas de hasta veinte (20) salarios mínimos legales mensuales vigentes (smlmv);
- b) Suspensión de la inscripción;
- c) Cancelación definitiva de la inscripción;
- d) Cierre temporal del establecimiento;
- e) Cierre definitivo del establecimiento.

Parágrafo. Corresponderá a las autoridades de salud de los departamentos, municipios y distritos imponer las sanciones establecidas en esta ley.

Artículo 14. Vigencia. Esta ley regirá desde su sanción y publicación, y deroga las demás disposiciones que le sean contrarias.

## 6. Marco Conceptual

**6.1 Tatuaje:** es una modificación permanente del color de la piel en el que se crea un dibujo, una figura o un texto y se plasma con agujas u otros utensilios que inyectan tinta o algún otro pigmento bajo la epidermis de una persona.

Tiene su origen etimológico en el francés y más concretamente en la palabra *tatouage*. No obstante, la misma, a su vez, procede del concepto “tátau” del samoano. Y es que parece ser que los marineros que viajaron por el Pacífico y descubrieron los tatuajes que los samoanos llevaban tradujeron su término como actualmente ha llegado hasta nuestros días.

**6.2 Director:** refiere a aquella persona que tiene a su cargo la dirección de diferentes espacios, organismos o instituciones tales como una empresa, un negocio, una compañía de teatro, un establecimiento educativo, un equipo de fútbol, entre otros.

**6.3 Arte:** como arte denominamos el conjunto de disciplinas o producciones del ser humano realizadas con fines estéticos o expresivos para representar, a través de medios como la pintura, la escultura, la arquitectura, la literatura o la música, diferentes realidades y despertar una serie de ideas, emociones o sentimientos.

Dependiendo de la disciplina, el arte se vale de diferentes lenguajes y medios: para la pintura son las formas y los colores; para la escultura los volúmenes y las formas; para la arquitectura, las formas y el espacio; para la literatura, las palabras, para la música, los sonidos, y para la danza, fundamentalmente el movimiento y la expresión corporal.

Las diferentes disciplinas artísticas, además, tienen un conjunto de técnicas y patrones específicos, que se adaptan o rompen con los criterios estéticos dominantes de cada época como la belleza, la armonía o el equilibrio, y tienen un estrecho vínculo con esta y con las ideas o conceptos relativos al arte, la filosofía o la sociedad.

En sus inicios, se ha determinado que el arte tuvo una función sobre todo ritual, asociada a la magia y la religión, y que, con el transcurrir del tiempo, esta se fue modificando y se le fueron atribuyendo al arte funciones sociales, pedagógicas u ornamentales, o, por el contrario, se le negó toda función en el arte.

Etimológicamente, la palabra arte procede del latín *ars*, *artis*, y este a su vez del griego *τέχνη* (*téchne*), que significa ‘técnica’. De ahí que fuera usada para referirse a disciplinas y actividades

que requerían técnicas, y que podían ir desde la del artesano o el herrero, hasta la del pintor o el poeta.

Arte, también, es una palabra utilizada para indicar la capacidad o habilidad para hacer algo, como, por ejemplo, el arte de la persuasión, de la venta, de la política. También se usa para hacer referencia al conjunto de reglas o indicaciones para hacer algo bien: “Cocinar bien tiene su arte”.

**6.4 Red Social:** es una estructura social integrada por personas, organizaciones o entidades que se encuentran conectadas entre sí por una o varios tipos de relaciones como ser: relaciones de amistad, parentesco, económicas, relaciones sexuales, intereses comunes, experimentación de las mismas creencias, entre otras posibilidades.

**6.5 Sociedad:** agrupación de personas que constituyen una unidad, con la finalidad de cumplir mediante la mutua cooperación, todos o algunos de los fines de la vida. Así, podemos definir la sociedad como un conjunto organizado de individuos que siguen un mismo modo de vida.

Toda sociedad tiene una organización. Hay una estructura social en la que se generan las reglas (normativas) y los comportamientos (individualismo, solidaridad). Esa estructura social presenta hoy, más que una división en clases, una división por estatus. Nuestra sociedad, además de satisfacer las necesidades básicas, “necesita” satisfacer deseos de confort y de prestigio (estatus).

## **7. Diseño metodológico**

**7.1. Enfoque cualitativo:** De acuerdo a la investigación, el enfoque es cualitativo debido a que no se realizara ningún tipo de recolección de datos, también es cualitativa porque se está buscando por medio de la investigación saber a profundidad la opinión de un grupo de personas ya sea personal, por experiencias propias o una simple opinión. Por esta razón, se realizaran entrevistas focalizadas, semiestructuradas y mixtas, por medio de respuestas abiertas a el creador de la marca, a un artista del tatuaje y a las personas directamente involucradas en la Dirección de arte para las producciones fotográficas de la marca de ropa urbana Fresh Style que tienen conocimiento e información de acuerdo a la investigación que se está realizando, con el fin de lograr una entrevista con un ambiente de naturalidad y espontaneidad logrando generar un clima de confianza con los entrevistados.

Este enfoque puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo visible, la transforman y convierten en una serie de presentaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos.

Por otra parte “La investigación cualitativa da profundidad a los datos, la dispersión, la riqueza interpretativa, la contextualización del ambiente o entorno, los detalles y las experiencias únicas. También aporta un punto de vista "fresco, natural y holístico" de los fenómenos, así como flexibilidad.” (Roberto Hernández Sampieri; Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio-2003 México.)

Con respecto a lo anterior se pretende explorar a profundidad estudiar un fenómeno como lo es la inclusión de las personas tatuadas en la sociedad a través de producciones fotográficas o en este caso por medio de una marca de ropa ya que para algunas personas aún no es normal ver a una persona tatuada (estigmatización).

## **7.2. Alcance**

Explicativo: este tipo de estudios conducen a dar comprensión y entendimiento a un fenómeno en específico, como en este caso a una causa social. Están orientados a la identificación y análisis. Es una investigación con alcance explicativo ya que se realizaron entrevistas para poder de esta manera interpretar la información suministrada y así obtener los resultados de dicha investigación.

### **7.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **7.3.1 Encuesta**

“A diferencia de las entrevistas, en esta se utiliza un listado de preguntas que pueden ser escritas y se entregan a un grupo de personas con el fin de que las contesten ya sea de manera escrita, verbal o virtual. Estas pueden ser abiertas o cerradas”.

##### **7.3.1.1 Objetivo**

Recolectar datos que permitan detectar que tan efectivas han sido las estrategias comunicativas de las producciones fotográficas realizadas por parte de la marca Fresh Style hacia el target y consumidores de la marca.

##### **7.3.1.2 Población y muestra**

Hombres y mujeres, que tienen conocimiento y/o son consumidores de la marca Fresh Style, en un rango de edad entre 20 a 35 años de la ciudad de Medellín.

### **7.3.2 Entrevistas estructuradas y focalizadas**

#### **7.3.2.1 Entrevistas**

“Técnica de obtención de información que se realiza entre dos o más personas bien sea presencial o virtual, de manera personal o impersonal”.

#### **7.3.2.2 Entrevistas estructuradas**

Consiste en realizar preguntas estudiadas y bien definidas, cuyas respuestas pueden ser de:

- **Respuestas abiertas:** el entrevistado responde libre a las preguntas realizadas por el entrevistador.
- **Respuestas cerradas:** el entrevistado elige entre una serie indefinida de respuestas.

### **7.3.2.3 Entrevista focalizada**

Entrevista finalizada a conocer las reacciones de las personas ante un determinado evento, suceso y cuáles son los pensamientos y emociones que determinan estas reacciones.

### **7.3.2.4 Entrevista mixta**

Se hacen preguntas estructuradas y no estructuradas.

### **7.3.2.5 Objetivo**

Conocer la opinión subjetiva de diferentes personas enfocadas en diferentes áreas (tatuaje, moda, fotografía y Dirección de arte).

### **7.3.2.6 Población y muestra**

Hombres de la ciudad de Medellín, en un rango de edad entre los 20 a 35 años enfocados en diferentes ramas del arte como lo son el tatuaje, moda, fotografía y Dirección de arte.

## 7.4 Cronograma de actividades

Actividad	Mes														
	Marzo					Abril					Mayo				
	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5
Elaboración de preguntas para encuesta				X	X										
Elaboración de encuesta en Google Forms					X										
Recolección de datos encuesta					X	X	X								
Elaboración de cuestionarios para entrevistas				X	X	X									
Entrevista a fotógrafo							X								
Entrevista a director de arte							X								
Entrevista a creador de la marca Fresh Style								X							
Entrevista a tatuador								X							
Cierre de encuesta							X								
Tabulación de datos								X							
Definición de proyecto trabajo de grado (proyecto audiovisual)															
Grabación de tomas								X	X	X					
Edición final proyecto											X	X			

## 7.5 Modelos de las técnicas e instrumentos

**7.5.1** *La información aquí registrada es de carácter privado y confidencial, a ella sólo tienen acceso las estudiantes de Trabajo de Grado de la Fundación Universitaria Luis Amigó.*

La siguiente encuesta hace parte de una importante investigación para conocer de qué forma han influenciado los tatuajes en la dirección de arte en la marca de moda urbana Fresh Style de la ciudad de Medellín, Antioquia. Su sinceridad y colaboración con las respuestas depende el buen desarrollo de esta

## ENCUESTA

1. ¿Conoce la marca de moda urbana Fres Style? Sí \_\_\_ No\_\_\_  
Si su respuesta es sí, ¿Cómo se enteró de esta?
  - A. Redes sociales.
  - B. Voz a voz.
  - C. Medios impresos.
  - D. Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_
  
2. ¿Ha visto las publicaciones en redes sociales de las producciones fotográficas de la marca de moda urbana Fresh Style?  
Sí \_\_\_ No\_\_\_
  
3. ¿En cuál de estas redes sociales ha visto las publicaciones?
  - A. Facebook
  - B. Instagram
  - C. Ninguna de las anteriores
  
4. ¿Considera que esta bien el concepto planteado para las publicaciones realizadas por la marca de moda urbana Fresh Style?  
Sí \_\_\_ No\_\_\_
  
5. ¿Piensa que es positivo la inclusión que se le estas dando a las personas tatuadas dentro de las publicaciones de la marca?  
Sí \_\_\_ No\_\_\_
  
6. ¿Tiene una opinión positiva de los tatuajes?  
Sí \_\_\_ No\_\_\_
  
7. ¿Cree que las publicaciones con modelos tatuados son más atractivas?  
Sí \_\_\_ No\_\_\_
  
8. ¿Cree que hay otras redes sociales más efectivas que Facebook e Instagram para promover y comercializar una marca de ropa? Sí \_\_\_ No\_\_\_  
Si su respuesta en sí mencione cual. \_\_\_\_\_
  
9. ¿Conoce el local de tatuaje donde se comercializa la ropa de la marca?  
Sí \_\_\_ No\_\_\_
  
10. ¿Los Outfits utilizados por los modelos en las producciones fotográficas le han ayudado en el momento de elegir una prenda?  
Sí \_\_\_ No\_\_\_

11. ¿Qué circunstancias puede hacer que cambie de intención de compra al acercarse al punto de venta?
- A. Diseño visual.
  - B. Depende del acompañante.
  - C. Por sugerencia del asesor.
  - D. Depende del presupuesto.
12. ¿Qué lo motiva a comprar la ropa de la marca de moda urbana Fresh Style?
- A. La producción fotográfica.
  - B. El diseño.
  - C. El concepto.
  - D. La exclusividad.
  - E. El presupuesto.
13. ¿Considera que es más efectivo que en la producción fotográfica de la marca participen solo modelos mujeres?
- Sí \_\_ No\_\_
14. ¿Piensa que el casting de los modelos es acertado?
- Sí \_\_ No\_\_

### **7.5.2 Entrevista Julian Zapata (creador de la marca)**

1. ¿cómo y cuándo inicio la marca Fresh Style?
2. ¿Quiénes son los principales consumidores de la marca?
3. ¿Las prendas de la marca son realizadas por usted?
4. ¿Dónde comercializa la marca?
5. ¿Cuál considera que es el valor agregado de su marca?
6. ¿Considera que su marca es innovadora? ¿Por qué?
7. ¿Con qué estilos de tatuajes considera que se identifica la marca Fresh Style?
8. ¿Cuál ha sido el concepto que ha utilizado para las publicaciones y prendas de la marca?
9. ¿Cuáles redes sociales son las más utilizadas por usted para publicitar la marca?
10. ¿Qué elementos visuales usted ha tenido en cuenta a la hora de realizar una producción fotográfica para la marca?
11. ¿Qué busca específicamente a la hora de realizar un casting para las fotografías?
12. ¿Sus tatuajes han sido una influencia para los diseños y publicaciones de la marca?

### **7.5.3 Entrevista Julian García (Fotógrafo)**

1. ¿Hace cuánto es fotógrafo y por qué escogió esta profesión?
2. ¿En qué tipo de fotografía se especializa?
3. ¿Qué piensas de la inclusión de los modelos tatuados en las producciones fotográficas?
4. ¿Cómo y cuándo empezó a trabajar con la marca de moda urbana Fresh Style?
5. ¿Cómo ha sido la dinámica entre usted y el creador de la marca en el momento de contextualizar las ideas para las producciones fotográficas?
6. ¿Usted también propone ideas en el momento de las producciones fotográficas?
7. ¿Qué piensa del casting escogido por el creador de la marca Fresh Style para las fotografías realizadas?
8. ¿De acuerdo al concepto de la marca Fresh Style, considera que en el momento de realizar una producción fotográfica, son mejores las locaciones en exteriores o en estudio? ¿Por qué?
9. ¿Qué locaciones han sido utilizadas para las fotografías de la marca?
10. ¿Cuántas producciones fotográficas ha realizado para la marca y cómo ha sido la dinámica entre los modelos, el creador de la marca Julian zapata y usted?

### **7.5.4 Entrevista Vinny (Tatuador)**

1. ¿Hace cuánto es fotógrafo y por qué escogió esta profesión?
2. ¿Cuál es el estilo de tatuaje en el que se especializa?
3. ¿Por qué eligió ese estilo en particular?
4. ¿Conoce las producciones fotográficas de la marca de moda urbana Fresh Style?
5. ¿Qué opinión tiene acerca de la inclusión de modelos tatuados en las producciones fotográficas de moda?
6. ¿Considera usted que ha disminuido la estigmatización de las personas tatuadas en la sociedad? Si/No ¿Por qué lo cree?
7. ¿Cree que en los últimos años la profesión de tatuador ha obtenido el respeto que se merece?

8. ¿Qué estilo de tatuaje considera que se identifica más con la marca de moda urbana Fresh Style?
9. ¿Cuál cree que es la percepción que tienen las personas al ver a un modelo tatuado en producciones fotográficas para una marca de ropa?
10. ¿Cree que en un futuro cercano habrá una total inclusión de las personas tatuadas en el mundo laboral?
11. ¿Qué opina del rechazo por parte de algunas Empresas al emplear personas tatuada y por qué cree que ocurre esto?
12. ¿Cree que el gran nivel que han adquirido los tatuadores a nivel mundial ha ayudado a la aceptación de estos por parte de la sociedad?
13. ¿Considera que las redes sociales son de ayuda en el momento de dar a conocer su trabajo como artista del tatuaje?
14. ¿Piensa que el aumento de personajes públicos tatuados ha ayudado en la inclusión de los tatuajes por parte de la sociedad?

#### **7.5.5 Entrevista Andrés Layos (fotógrafo-apasionado por la dirección de arte)**

1. ¿Hace cuánto y por qué eres Director de arte?
2. ¿Qué características considera que debe tener una persona que se quiera enfocar en esta profesión?
3. ¿Qué es lo que más te apasiona de tu trabajo?
4. ¿Podrías hablarnos un poco de las marcas con las que has trabajado?
5. ¿De acuerdo a tu experiencia qué opinión tiene en cuánto a la Dirección de arte de la marca Fresh Style?
6. ¿Qué opinión tiene de que las marcas de alta costura hayan implementado modelos tatuados en sus producciones fotográficas?
7. ¿Qué elementos visuales de las producciones fotográficas de la marca Fresh Style, cree que hacen falta de acuerdo al concepto?
8. ¿Consideras qué es bueno a no utilizar modelos tatuados en las producciones de las marcas?
9. ¿Cómo Director de arte, implementarías o no modelos tatuados en las producciones en las que seas contratado?

## 7.6 Trabajo de campo

- Evidencia de las producciones fotográficas de la marca donde se muestre los tatuajes.
- Fotografías del estudio de tatuajes (House tattoo) donde se comercializa la marca Fresh Style.
- Videos y audios de las entrevistas.

## 8. Resultados de la investigación

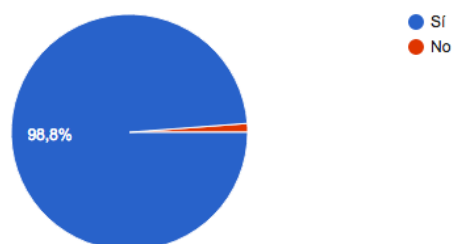
### 8.1 Resultados de encuestas

La investigación concluye este proceso mostrando los resultados en las siguientes gráficas:

El total de número de personas encuestadas fue de 86, por medio de la plataforma On-line Google forms.

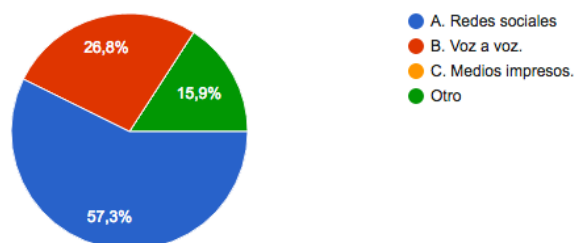
#### 1. ¿Conoce la marca de moda urbana Fresh Style?

83 respuestas



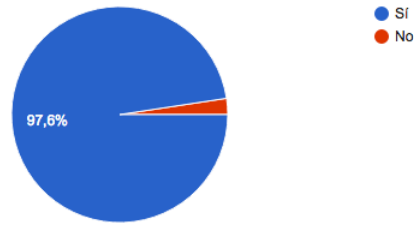
#### Si su respuesta es sí, ¿Cómo se enteró de esta?

82 respuestas



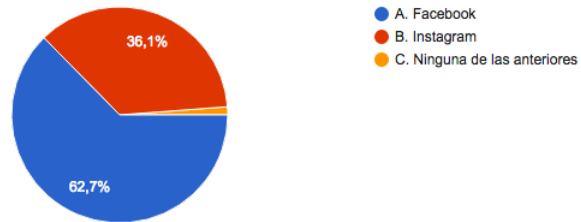
2. ¿Ha visto las publicaciones en redes sociales de las producciones fotográficas de la marca de moda urbana Fresh Style?

83 respuestas



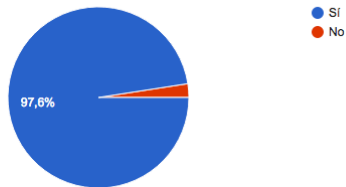
3. ¿En cuál de estas redes sociales ha visto las publicaciones?

83 respuestas



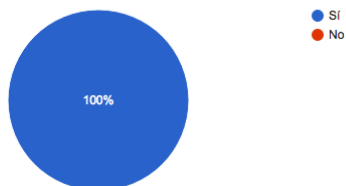
4. ¿Considera que esta bien el concepto planteado para las publicaciones realizadas por la marca de moda urbana Fresh Style?

82 respuestas



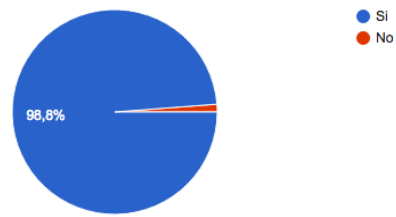
5. ¿Piensa que es positivo la inclusión que se le estas dando a las personas tatuadas dentro de las publicaciones de la marca?

82 respuestas



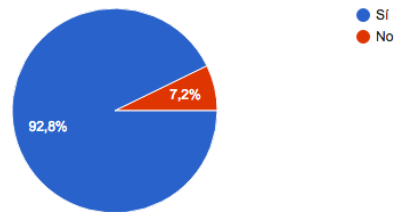
6. ¿Tiene una opinión positiva de los tatuajes?

82 respuestas



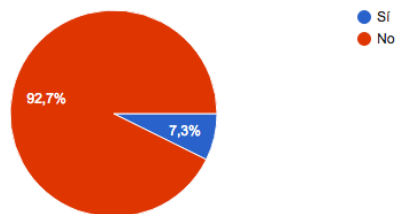
7. ¿Cree que las publicaciones con modelos tatuados son más atractivas?

83 respuestas



8. ¿Cree que hay otras redes sociales más efectivas que Facebook e Instagram para promover y comercializar una marca de ropa?

82 respuestas



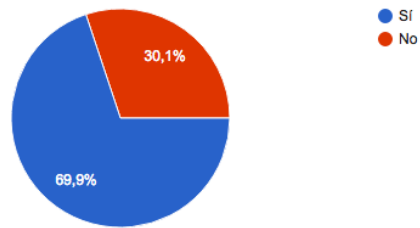
Si su respuesta en sí mencione cual

5 respuestas

- Society6
- pinterest
- PaginaWeb
- revistas locales marca freshh style
- Aplicaciones de moda como gef

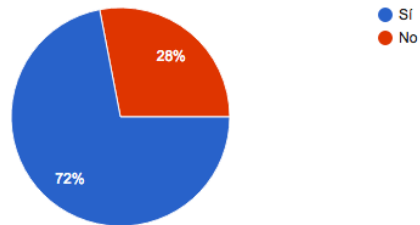
9. ¿Conoce el local de tatuaje donde se comercializa la ropa de la marca?

83 respuestas



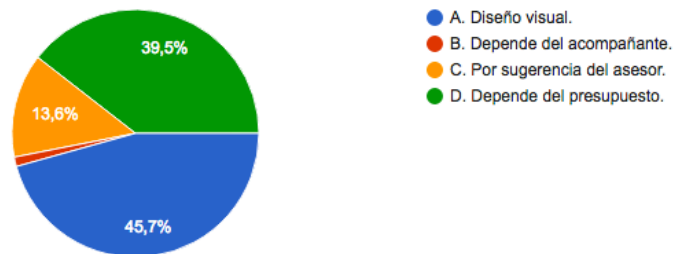
10. ¿Los Outfits utilizados por los modelos en las producciones fotográficas le han ayudado en el momento de elegir una prenda?

82 respuestas



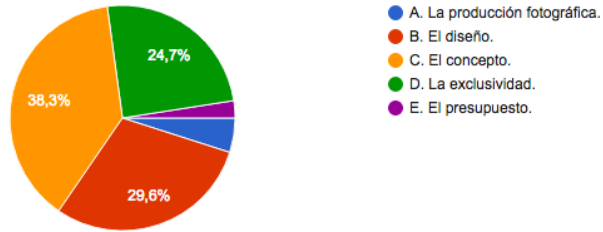
11. ¿Qué circunstancias puede hacer que cambie de intención de compra al acercarse al punto de venta?

81 respuestas



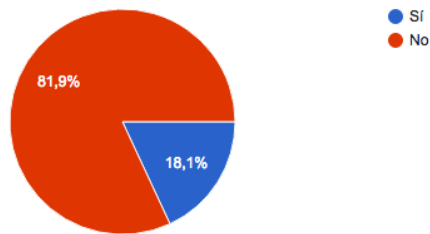
12. ¿Qué lo motiva a comprar la ropa de la marca de moda urbana Fresh Style?

81 respuestas



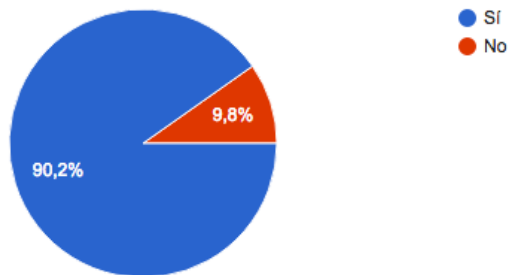
13. ¿Considera que es más efectivo que en la producción fotográfica de la marca participen solo modelos mujeres?

83 respuestas



14. ¿Piensa que el casting de los modelos es acertado?

82 respuestas



## **8.2 Resultado entrevistas**

### **8.2.1 Entrevista Julian Zapata (creador de la marca urbana Fresh Style)**

**Entrevistador:**

Hola, me encuentro con Julian Zapata, creador de la marca Fresh Style ¿Qué más Julian? ¿Cómo estás?

**Entrevistado:**

Hola, mucho gusto.

**Entrevistador:**

Julian, dime ¿Cómo y cuándo inicio la marca Fresh Style?

**Entrevistado:**

Bueno, la marca inicio en el 2013 como una idea muy básica para complementar unas gorras que vendía importadas de Estados Unidos. Empecé a sacar unos diseños como basados en palabras de acá de la ciudad de Medellín como Medallo, como camisetas estampadas inicialmente que complementarían las gorras que vendía, ya en base a eso empezaron a surgir ideas de prendas nuevas hasta lo que es hoy en día la marca.

**Entrevistador:**

¿Las prendas de la marca son realizadas por usted?

**Entrevistado:**

Sí, totalmente desde cero las prendas las elaboro yo, el corte, el diseño, la estampación, la moldería, la parte de la sublimación, las marquillas, todo es hecho por mí. Lo único que yo no hago es la confección que es como lo único que terceré, pero ya de resto es elaborado por mí.

**Entrevistador:**

¿Dónde comercializa la marca?

**Entrevistado:**

Bueno, la marca principalmente la comercializamos por redes sociales y tenemos un local principal al frente de la estación suramericana, se llama House tattoo y también hay alianzas con otros locales alrededor de la ciudad.

**Entrevistador:**

¿Cuál considera qué es el valor agregado de su marca?

**Entrevistado:**

El valor agregado de la marca es que se ha enfocado en cosas muy coloquiales de la ciudad que identifican a mucha gente entonces toda persona que se identifique con Medellín se va sentir identificada con la marca y con las tendencias urbanas, siempre estoy al tanto de las tendencias de moda y en base a eso saco los diseños nuevos, entonces en todos los aspectos siempre va ver como un valor agregado ahí.

**Entrevistador:**

¿Dónde salió el gusto a realizar diseños basados en la ciudad de Medellín?

**Entrevistado:**

Siempre he amado la ciudad, el amor por la ciudad, el sentido de pertenencia hacia la ciudad, quería algo que me identificara totalmente y con lo que se identificara también mucha gente y se ha logrado totalmente con esa parte.

**Entrevistador:**

¿Con qué estilos de tatuajes considera que se identifica la marca Fresh Style?

**Entrevistado:**

Con el estilo chicano y el realismo, son como los estilos que más identifican la marca.

**Entrevistador:**

¿Y, por qué?

**Entrevistado:**

Son como los estilos que más me llaman la atención a mí como creador he tratado de enfocar la marca hacia ellos.

**Entrevistador:**

¿Ha realizado diseños para la marca con estos estilos de tatuaje?

**Entrevistado:**

Sí, algunos estampados han sido realizados con rostros en estilo chicano, en puntillismo con la técnica de serigrafía.

**Entrevistador:**

¿Cuáles redes sociales son las más utilizadas por usted para publicitar la marca?

**Entrevistado:**

Principalmente, Facebook e Instagram la mayoría de publicaciones son realizadas desde ahí por la facilidad que tienen las dos al estar enlazadas y la calidad de las fotos de Instagram.

**Entrevistador:**

¿Qué elementos visuales usted ha tenido en cuenta a la hora de realizar una producción fotográfica para la marca?

**Entrevistado:**

Los tatuajes, los tatuajes que tengan los modelos, los fondos, los tonos de las luces, los colores, también el cabello de la modelo ha jugado un papel importante, la locación. La tendencia, una producción la realizamos con una tendencia urbana más americana, la última la realizamos con una tendencia urbana más europea.

**Entrevistador:**

¿Qué busca específicamente a la hora de realizar un casting para las fotografías?

**Entrevistado:**

Específicamente, que él o la modelo registren bien y que los tatuajes que tenga sean bonitos, estén bien hechos, sean estéticos y que sea un estilo que identifique la marca.

**Entrevistador:**

Por último, ¿sus tatuajes han sido una influencia para los diseños y publicaciones de la marca Fresh Style?

**Entrevistado:**

Sí, totalmente. La marca ha estado totalmente influenciada por mis gustos y creo que mis tatuajes hacen parte de ellos y en general la han influenciado totalmente los diseños de la marca, los diseños de los estampados, los cortes de las camisetas, de los joggers, de todo.

**Entrevistador:**

Muchas gracias Julian.

**8.2.2 Entrevista Julian García (fotógrafo)**

**Entrevistador:**

Estamos con Julian García fotógrafo.

¿Hace cuánto eres fotógrafo y por qué escogiste esta profesión?

**Entrevistado:**

Ejercicio la profesión de fotógrafo hace por ahí 6 años, creo que yo no la escogí, ella me escogió a mí y por momentos de la vida llegue a una sala como de estudio a trabajar de edición de video, comencé a estudiar fotografía y video al mismo tiempo por eso es la razón que empecé a trabajar con esto, a complementarme. Empecé a darle a la fotografía y video. Le di con más fuerzas a la fotografía, fui comprando más elementos de fotografía y quería hacer foto estudios, quería tener un estudio propio y bueno a eso fue a lo que me dedique.

**Entrevistador:**

¿En qué tipo de fotografía te especializas?

**Entrevistado:**

Creo que me especializo más en fotografías de eventos, he trabajado en discotecas hace 2-3 años y ahora, últimamente le estoy dando mucho a la fotografía de foto estudio, de modelos. Es lo que más como que últimamente me gusta.

**Entrevistador:**

¿Qué piensas de la inclusión de los modelos tatuados en las producciones fotográficas?

**Entrevistado:**

Me parece excelente, que es mejor como intervenirlos y creo que es según como la temática de la marca, de la ropa y de la cultura de los tatuajes.

**Entrevistador:**

¿Cómo y cuándo empezaste a trabajar con la marca de moda Fresh Style?

**Entrevistado:**

Hace como un año fueron las primeras fotografías y quedaron muy buenas.

**Entrevistador:**

¿Cómo ha sido la dinámica con el creador de marca al momento de contextualizar las ideas para las producciones fotográficas?

**Entrevistado:**

Me parece que ha sido una dinámica bien, porque se hablan las ideas que se tienen, se busca desde una locación, de buscar una modelo y pues me parece que todo ha salido bien desde que haya una buena complementación.

**Entrevistador:**

¿Vos también propones ideas en el momento de las producciones fotográficas?

**Entrevistado:**

Sí, de hecho siempre me gusta dar como mi punto a favor y pues de cómo puede quedar bien la edición, el color o esta modelo o que fondo poner, siempre es como la idea.

**Entrevistador:**

Tratar de aconsejar ¿Qué piensa del casting escogido por el creador de la marca Fresh Style para las fotografías realizadas?

**Entrevistado:**

Me parece bien, es dedicarle tiempo a buscar la modelo, la locación para mirar depende al tipo de ropa que se va sacar.

**Entrevistador:**

De acuerdo al concepto de la marca Fresh Style, consideras que en el momento de realizar una producción fotográfica son mejores las locaciones en exteriores o en estudio?

**Entrevistado:**

Creo que es independiente, creo que varía según la temática que se vaya a sacar y también a veces es bueno en estudio, a veces en exteriores, digamos que en estudio puede tener mucha ventaja porque se ve mucho más la prenda y puede ser mucho más llamativa y en exteriores jugar más con una gran producción fotográfica, con varios modelos y también ambas pueden quedar muy bien.

**Entrevistador:**

¿Qué locaciones han sido utilizadas para las fotografías de la marca?

**Entrevistado:**

Mi estudio y las bodegas en Barrio Colombia.

**Entrevistador:**

¿Cuántas producciones fotográficas ha realizado para la marca y como ha sido la dinámica entre los modelos, el creador de la marca y usted?

**Entrevistado:**

Ha sido buena y creo que siempre desde que se hable de la identidad de la marca, el fotógrafo y la modelo siempre se comparten ideas, de cómo va ser la ropa, de cómo se van a combinar, a quedado excelente. Desde que haya una dinámica y una buena comunicación todo va funcionar.

**Entrevistador:**

Eso es todo, muchas gracias.

### **8.2.3 Entrevista Vinny (Tatuador)**

#### **Entrevistador:**

Estamos con Vinny, tatuador.

¿Hace cuánto y por qué escogiste esta profesión?

#### **Entrevistado:**

Hola ¿Qué más? ¿Cómo están? Como un hobby hace por ahí unos 20 años, desde que yo empecé que era un niño estoy en este cuento, yo le pongo por ahí mi estudio en el tatuaje, en promedio yo empecé como a los 12 años. Empecé muy “sardinito” en el cuento del tatuaje. Ahora por circunstancias de la vida termine tatuando, porque yo antes de ser tatuador tuve otras profesiones, arregle hasta celulares por decirlo así.

#### **Entrevistador:**

Ósea que no te enfocaste en el tatuaje apenas lo conociste.

#### **Entrevistado:**

No, no me enfoque del todo. Además porque la problemática en los 90 con el tatuaje era mucho más fuerte que ahora antes que aceptaran una persona tatuada era muy difícil. Pensaban que el que estaba tatuado era porque salía de una cárcel, ahora el tatuaje como arte o con un buen diseño no se podía conseguir en ese tiempo un demonio de Tasmania, los looney tunes, cosas que ya salieran en revistas, sacábamos muchas ideas de la revista club Nintendo cuando queríamos sacar cosas diferentes o también nos basamos mucho de las revistas de tatuajes, había una dizque idea tattoo, los tatuajes empiezan desde la rebeldía.

**Entrevistador:**

¿Cuál es el estilo de tatuaje en el que vos te especializas?

**Entrevistado:**

Yo, por tener raíces más artísticas, yo no me considero de un estilo en particular; yo pienso que el arte es poder llevar a cabo cualquier reto, a mí me gusta hacer oriental, yo tengo dos premios en oriental. New school, no he tenido muchos new school pero si he hecho, en lo que más lo enjaula el público a uno por decir algo es en el realismo porque hago buenos retratos, por ejemplo realismo en sombra, realismo en el color me gusta. Esos son como los que más hago a diario y para lo que más me busca la gente, hoy en día me están buscando para la sombra y para el color como muy equilibrado.

Hace unos 3 o 4 años atrás me buscaban más para tatuajes a color. Pero con el que más me identifico es con el realismo porque por lo general cuando vos haces algo todos los días, todos los días al hacer realismo te vas volviendo más bueno para el realismo que quizá para otros estilos

**Entrevistador:**

Ya enfocándonos en la parte de la marca Fresh Style ¿Conoces las producciones fotográficas de la marca?

**Entrevistado:**

Sí, claro. Además yo tuve unas camisetas de Fresh Style, unas que tenían el tenis colgado, que decía Medallo, inclusive tuve esa camiseta en panamá y todo el mundo me preguntaba que donde era sea camiseta y les decía que la traje de Medellín.

**Entrevistador:**

¿Qué opinión tiene acerca de la inclusión de modelos tatuados en las producciones fotográficas de moda?

**Entrevistado:**

Yo pienso que cuando sale algo que quizá para la gente es nuevo, pero no es tan nuevo. Porque el tatuaje en realidad es muy viejo, es de las cosas más primitivas que hay, y hoy en día se volvió tendencia en todo entonces no me extraña que los modelos hoy en día quieran estar tatuados, que los artistas, los futbolistas, todo se vuelve tendencia. Muchas personas vienen a mí me dicen: “hay parece el tatuaje de Beckham, el tatuaje de Alex Mejía, el tatuaje de Messi”. Aunque no sé mucho de fútbol pues, sé que muchos famosos, celebridades o rock star están muy tatuados, yo digo que de ahí es que donde se vienen las tendencias. Digamos J Balvin se tatuado un tigre y en un, es todo el mundo llego a decirme que el tigre de J Balvin el del puño.

No me extraña que en el mundo del modelaje y que en otros campos el tatuaje este interactuando, ósea ya lo están aceptando como arte, pero yo pienso que el tatuaje por ser tan tabú, por ser con sangre, por necesitar tan asepsia.

**Entrevistador:**

¿Consideras que ha disminuido la estigmatización de las personas tatuadas en la sociedad?

**Entrevistado:**

Total, antes por ejemplo no veía en el éxito o en esos almacenes de cadena los hombres con los brazos tatuados, o por ejemplo que día el pediatra de mi hija se le veía un brazo en estilo japonés, se le veía solo una parte. Yo creo que ya la sociedad por tanto reality, por tantos artistas tatuados han llegado al punto de aceptarlo o de aguantárselo porque yo sé que hay personas que no gustan de esto, hay personas que odian el tatuaje, hay personas que estigmatizan a las personas tatuadas

que piensan que son vándalos, pero cuando ven la celebridad de ellos no piensan lo mismo, entonces es como una doble moral siempre.

**Entrevistador:**

¿Crees que en los últimos años la profesión de tatuador ha obtenido el respeto que se merece?

**Entrevistado:**

Yo pienso que el respeto se lo gana cada persona, individualmente, no se exige, ni se le dice a nadie dame respeto, no. Yo pienso que cada artista, cada tatuador se gana su respeto mostrando un buen arte, ahí es donde usted gana seguidores, que la gente lo recomiende. Yo digo que la profesión del tatuaje; muchas personas me dicen que quieren aprender a tatuar y de pronto de unas 10 se quedan 2 o hasta una sola persona.

**Entrevistador:**

¿Qué opina del rechazo de algunas empresas al emplear personas tatuadas y por qué cree que ocurre esto?

**Entrevistado:**

Yo pienso que en realidad hay ambientes donde no se ven bien los tatuajes, aunque hoy en día los incorporan en todos lados. Policías tatuados, bomberos el tatuaje esta en como dije ahorita en todos los ámbitos. Ahora hay empresas privadas y que cada quien si tiene su negocio puede decir quién y no trabaja y si la persona de pronto estigmatiza los tatuajes obvio no le va gustar las personas tatuadas entonces yo creo que ya depende más como del jefe, de la persona que tenga en el momento la empresa porque hay personas que vienen acá y me dicen: “yo trabajo en sofasa y me puedo hacer tatuajes pero que no seas visibles” otras personas me dicen en mi empresa no me puedo hacer ningún tatuaje visible y otras personas dicen que en la empresa nadie puede

hacerse algún tatuaje y no hay nadie tatuado. Hay muchos factores, pero que hoy en día los tatuajes han sido más aceptados.

**Entrevistador:**

¿Consideras que las redes sociales han sido de ayuda al momento de dar a conocer tu trabajo como artista?

**Entrevistado:**

Total, sí usted no tiene redes sociales prácticamente no es nadie, las redes sociales lo es todo porque la gente siempre te pregunta: ¿Tienes Facebook, Instagram, twitter?

**Entrevistador:**

Ya para terminar ¿Piensa que el aumento de personajes públicos tatuados ha ayudado a la inclusión de los tatuajes por parte de la sociedad?

**Entrevistado:**

Total, estamos en una sociedad consumista donde todo lo vuelven tendencia y moda, hasta alguien que haga bobadas ya lo vuelven rock star, ahorita todos los artistas, todos los futbolistas. Claro que ayuda, la gente del común quiere ser como un Messi, quieren llevar sus tatuajes. Todo se vuelve una red comercial.

**Entrevistador:**

Te agradecemos mucho la entrevista.

#### **8.2.4 Entrevista Andrés Layos (fotógrafo-apasionado por la Dirección de arte)**

**Entrevistador:**

¿Hace cuánto y por qué eres Director de arte?

**Entrevistado:**

Bueno, pues yo realmente yo como tal no tengo un título en Dirección de arte, yo soy más bien fotógrafo y utilizo la Dirección de arte en mis fotos propiamente en las producciones que hago implemento el hecho de hacer direcciones de arte que creen como escenario diferentes a lo que comúnmente se pueden ver en la calle, como un estudio pues normal. Entonces más que todo es esa parte la que trabajo dentro de mis producciones.

Estoy ahora como profesionalizándome en eso, en la Dirección de arte fotográfica y para cine, pero hasta ahora realmente ha sido algo más empírico, pues y del gusto estético que tiene uno para hacer sus fotos y producciones.

**Entrevistador:**

Excelente, ¿Vos qué características considera que debe tener una persona que se quiera enfocar en esta profesión?

**Entrevistado:**

Bueno, más que todo es una profesión creativa que requiere mucho ingenio y mucha conceptualización de las ideas, entonces tiene que ser una persona que tenga cierta agilidad mental como para poder procesar bien las ideas que tiene, tiene que tener demasiada constancia, mucha responsabilidad, es un trabajo que demanda mucho esfuerzo físico porque hay que trabajar con

herramientas, materiales que son pesados, entonces también hay que tener como disposición hacia el trabajo duro y sobretodo como mantener esa parte creativa muy viva.

**Entrevistador:**

¿Demanda muchísimo tiempo?

**Entrevistado:**

Sí, bastante. Pues cuando uno no tiene un equipo muy grande y las cosas las hace uno y unos pocos colaboradores realmente si es de mucho tiempo para lograr buena factura en las cosas que se hace.

**Entrevistador:**

Es decir que es un trabajo que requeriría un equipo de trabajo bastante grande

**Entrevistado:**

Sí. Exacto.

**Entrevistador:**

¿Qué es lo que más te apasiona de tu trabajo?

**Entrevistado:**

A mí lo que más me apasiona, realmente en cuanto a la fotografía que es como mi vida es poder crear realidades y como otros mundos pues que sean un poquito más salidos de la realidad, yo creo que hay que ser un poquito distorsionador del mundo común en el que vivimos y tal vez darle un poco más de fantasía a esas imágenes que uno está acostumbrado a ver, realmente eso es lo que más me apasiona. La fantasía y el ensueño que uno puede crear desde la fotografía

**Entrevistador:**

¿Podrías hablarnos un poco de las marcas con las que has trabajado?

**Entrevistado:**

Bueno, con las marcas que he trabajado hasta ahora, realmente son muy pocas y son todas independientes de acá de la ciudad de Medellín. Ha sido un trabajo más de colaboración entre las partes porque es gente que conozco, con la que tengo una relación como más allá de esto, sino que es como una amistad, pero también es gente que está produciendo muchas cosas en cuanto al diseño, la moda y entonces a partir de ahí se ha generado como una colaboración entre las partes pues para generar producciones que sean visuales y representen esa identidad de la marca frente al público que están teniendo acá en la ciudad, pues hasta ahora ha sido eso, todo muy independiente y muy Colombiano, entonces ese es como el principal fuerte que he trabajado.

**Entrevistador:**

¿De acuerdo a tu experiencia qué opinión tiene en cuánto a la Dirección de arte de la marca Fresh Style?

**Entrevistado:**

La Dirección de arte yo pienso que está enfocada hacia el público que tienen, me parece que en ese sentido son asertivos frente a lo que exponen de la marca. Me parece tal vez que podrían profundizar un poquito más en eso mismo porque actualmente hay demasiada exposición de imágenes en redes, pues en todo tipo de espacios y constantemente nos estamos nutriendo de imágenes y a veces hay que hacer que las imágenes sobresalgan un poco más para que puedan generar también más recordación en las personas y eso haga que las cosas que la marca muestra tengan más fuerza y sean más atractivas para la gente.

Mi opinión es esa. Está muy bien pero hay que, se puede cosechar más para que pueda ser un poco más diferenciada también de las otras marcas que están con el mismo nicho sobretodo acá en Medellín que es más importante sobresalir.

**Entrevistador:**

Sí, el mercado acá en Medellín se ha vuelto bastante fuerte, han surgido muchas marcas locales.

**Entrevistado:**

Sí, muy bacano.

**Entrevistador:**

¿Qué opinión tiene de que las marcas de alta costura hayan implementado modelos tatuados en sus producciones fotográficas?

**Entrevistado:**

Para mí es algo natural que suceda y que está súper bien porque el cambio es la nueva ola, entonces en ese aspecto es muy bueno que la gente también empiece a notar que hay gente que esta tatuada y que eso no tiene nada que ver con ser malo o con los estigmas pues, si no que al contrario es simplemente una muestra de una identidad que está súper respetable de que sea así

**Entrevistador:**

Sí, súper bien que toque ese tema de los estigmas porque precisamente el trabajo incluye lo de la inclusión social de estas personas en general, en trabajos.

¿Qué elementos visuales de las producciones fotográficas de la marca Fresh Style, cree que hacen falta de acuerdo al concepto?

**Entrevistado:**

Bueno, creo que hace falta un espacio que represente más la identidad de la marca, por lo mismo que te estaba hablando anteriormente, una calle, un muro, un graffiti, son cosas que están muy vistas, yo creo que de pronto en ese sentido hay que arriesgarse a dar un paso más adelante con cosas y situaciones que sean un poco más descontextualizadas, también lo digo personalmente por el gusto que yo tengo, puede ser unas bodegas con luces de neón, ósea espacios que sean un poco más oscuros, que dejen atravesar la luz de diferentes fuentes, que de pronto saquen un poco más el estilo que pueda llegar a tener la identidad de la marca para que no sea precisamente algo tan del común sino que pueda tener un factor de diferencia frente a los demás. Es como el aporte que tengo pues para eso.

**Entrevistador:**

¿Consideras qué es bueno a no utilizar modelos tatuados en las producciones de las marcas?

**Entrevistado:**

Bueno, yo creo que obviamente primero que todo parte del estilo que tiene la marca, hay a marcas y a situaciones de foto que no le conviene para nada que la persona que está frente al lente este tatuada simplemente por cuestiones estéticas de identidad de marca, pero para las que se arriesgan a cambiar eso y para las que lo empiezan hacer desde el principio para mí es algo súper bonito, estéticamente es algo que marca a la persona de una forma muy especial y muy única, entonces para mí también refuerza esa identidad que está detrás de las personas que usa las prendas de la marca que también es algo que tiene que ser considerado muy importante también porque la persona que está ahí al frente tuyo teniendo tu marca pues tiene que identificar también el concepto y el estilo que vos quieres vender, eso es muy importante y si es alguien tatuado, es muy bien, adorna muy bien la foto

**Entrevistador:**

Ya que tocas el punto de vista de la estética, aprovechando que el arte del tatuaje ha evolucionado tanto, hoy en día las piezas son demasiado bien hechas.

¿Cómo Director de arte, implementarías o no modelos tatuados en las producciones en las que seas contratado?

**Entrevistado:**

Sí, cien por ciento. Siempre que sea posible me gustaría trabajar con gente que esta tatuada, no solamente con gente que este tatuada como la gente normal pues que tendrá los brazos, si no gente que este realmente tatuada un 90%, mucha cantidad de su piel.

Me gustaría, me parece que genera texturas y formas interesantes con las cuales se puede trabajar y se puede hacer cosas muy buenas.

**Entrevistador:**

Excelente que lo tendrás en cuenta. Muchas gracias por la colaboración con la entrevista.

## 9. Conclusiones

De acuerdo a la encuesta realizada por medio de la plataforma Google forms a 86 personas en total, podemos concluir que casi el 100% de las personas encuestadas conocen la marca de moda urbana Fresh Style y que en su mayoría lo hacen a través de las redes sociales especialmente Facebook, seguida de Instagram. Redes sociales utilizadas por la marca para darla a conocer de sus nuevos y actuales consumidores a quienes les podría interesar la marca de acuerdo a sus afinidades, intereses y gustos.

Esto quiere decir, que ha sido efectiva la estrategia utilizada por la marca debido a que a través de la pregunta realizada en la encuesta ¿Ha visto las publicaciones en redes sociales de las producciones fotográficas de la marca de moda urbana Fresh Style? En su mayoría, las personas encuestadas respondieron que sí y es por medio de estas redes que se publican las producciones fotográficas realizadas por la marca, de la mano del creador Julian Zapata y en compañía del fotógrafo Julian García, en las cuales se destacan modelos tatuados, lo cual ha sido de gran importancia para la marca que vende un concepto urbano y con el cual quiere incluir por parte estas producciones a estas personas, dejando de lado la estigmatización hacia quienes lucimos en nuestra piel obras de arte, creadas por artistas del tatuaje.

Por medio de las encuestas realizadas y por las entrevistas que se hicieron al creador de la marca, al fotógrafo, a un tatuador y a un Director de arte, podemos concluir que en los últimos años la percepción que se ha tenido del tatuaje ha cambiado radicalmente, a tal punto que antes se pensaba que solo un presidiario era quien tenía un tatuaje, ahora al ver personas famosas, ya sean futbolistas, actores o modelos se ha logrado una aceptación masiva por parte de la cultura pop.

Por otra parte, podemos concluir que la influencia que han tenido los tatuajes en la marca ha sido tan grande que se comercializa en un local de tatuajes llamado “House Tattoo”, cada año se asiste a la convención de tatuajes realizada en plazo mayor “Expotatuajes” en la ciudad de Medellín y se han creado diseños para la marca en base a este arte, creando piezas en estilo chicano; estilo que dicho por su propio creador es uno de los que más identifican la marca.

En cuanto a la Dirección de arte para la marca de moda urbana Fresh Style ha sido aprobada por los consumidores y conocedores de la marca, los casting implementados, las locaciones, la iluminación, los conceptos urbanos tanto americano como europeo, la selección de los outfits, la producción, la edición, entre otros factores tenidos en cuenta a la hora de desarrollar una producción fotográfica han sido en gran parte acertados según la opinión de los encuestados y entrevistados.

En conclusión afirmamos la importancia que tiene el tatuaje en la Dirección de arte de las producciones fotográficas de la marca de moda urbana Fresh Style, no es solo una pieza más de la composición, sino que aporta en gran medida a la estética y al atractivo final de la fotografía, es decir si alguien tatuado ve la producción se sentirá bastante atraído debido a que esta identificación con la marca lo ayudara de una manera u otra a estar más cómodo en la sociedad y a derrumbar el estigma que se ha tenido a través de la historia con las personas tatuadas.

## 10. Producto

**Spot:** It's Fresh Style



Por medio del spot se quiso resaltar el trabajo del creador de la marca urbana Fresh Style, quien realiza en su mayoría el proceso de elaboración de las prendas solo. En este se evidencia todo el proceso detrás de las prendas y se aprecia el proceso de diseño, impresión, corte, serigrafía, sublimación, confección, hasta su llegada al local de tatuajes House tattoo donde se comercializa.

El concepto utilizado para la edición fue de un juego de blancos en tuesteno, muy utilizado en las producciones de moda europeas, algunas tomas en blanco y negro y otras con efecto de VHS.

El video fue publicado en las redes sociales de la marca y en youtube, con gran acogida por parte de los seguidores.

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=GjyPXy6Mfog>

## **11. Bibliografía**

### **12.**

Molina y Morán, J y A (2013) Viva la publicidad viva 5 Bogotá DC, Colombia:Lemoine Editores.

Rodrigo Martín, L. (2011).Publicidad, innovación y conocimiento.Ed. Comunicación social.

Rom, J. (2006). Sobre la dirección de arte. Del diseño gráfico a la dirección de arte en  
publicidad.

Línea de investigación – publicidad social (López y París, p.13-14)

Corsario & Fanzine, 2001

(Fisher, 2002). (S., 2003).

### **13. Cibergrafía**

FBM (2013, Octubre 4, Los tatuajes y la moda, una Tendencia permanente. Recuperado de fashion blog México.

2015, Julio 25, Los 10 mejores programas de TV sobre tatuajes. Recuperado de El Mendolotudo online

Tatoo odín (2015, Noviembre 6, historia\_tatuaje)

