Proyecto comunicacional de autoexpresión a través de indumentaria para la generación Z

Universidad de Valparaíso, Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño.
Estudiante: Stephany Camila De la Paz Fernández
Profesor: Alejandro Osorio Morán
Valparaíso, Chile.
29 de diciembre 2022

Proyecto de Título inspirado en la libre expreción,
podrán callar nuestra voz, pero no nuestras mentes.

Indice

Resumen.....4

Introducción.....5
Justificación.....6
Investigación.....6

Marco Lógico
Planteamiento del problema.....7
Objetivo general.....7
Objetivos específicos.....7
Propuesta Conceptual.....7
Propuesta Formal.....7

Marco teórico.....8-9

Observaciones
Observaciones generles.....10
Feria de frutas día miércoles 30 de marzo Valparaíso.....10
Mol Viña del Mar día miércoles 30 de marzo Viña del mar.....10
Análisis de contraposición 11
Observaciones Generales en centro de Viña del Mar.....12
Análisis observaciones.....13

Collage croquis.....14-15

Público objetivo.....16
Observaciones al público objetivo.....17
Fichas fotográficas de adolescentes en Valparaíso.....18-34
Análisis concluidas de las fichas de fotografías.....35
Fichas de marcas.....36
Adidas
Ficha.....37
Cambio Climático.....38
Colección de temporda.....38
Referentes.....39-40
Converse
Ficha.....41
Diseño de Temporada.....42
Referentes.....43
El modelo clásico.....44

Nike
Ficha.....45
Referentes musicales.....46-49
Jansport
Ficha.....50
Colaboración.....51
Modelos.....52
Maui
Ficha.....53
Promoción.....54
Head
Ficha.....55
Usuarios.....56
Análisis General de las marcas 57

Entrevista a profesionales de la psicología 58
Análisis de las entrevistas.....59-63
Sergio Roman Berrios.....61-62
Hernán Caucao Gualamán.....63-64
Karina Peña Albornozorán 65
Ana María Bacigalupo Falcón.....66-67
Paula Solervicens Silva.....68
Javier Morán Kneer.....69-71

Los límites de la autoexpresión.....72-73
Análisis.....74

Colección.....75
Moodboard.....76
Paleta de colores.....77
Diseño con armadura.....78-87
Diseño lienzo libre.....88-99
Diseño accesorios gráficos.....100-103
Guía ilustrada.....104-115
Portada.....104
Indice.....105
Bienvenida.....106
Espacio de creación.....107
Letras.....108-109
Números.....110
Signos.....111
Emojis.....112-113
Animales.....114
Tu turno.....115

Marca.....116

Proceso confección traje armadura 1.....117
.
Collage Proceso.....118-119

Chaqueta con armadura 1
- Ficha técnica.....120
- Medidas.....121
- Patrones.....121
- Distribución de patrones.....122-129
- Tabla de piesas.....136-137
- Costos.....138-142

Patalón con armadura 1
- Ficha técnica.....143
- Medidas.....144
- Patrones.....145-147
- Distribución de patrones.....148-152
- Tabla de piesas.....153-154
- Costos.....155-158

Costo Total de traje.....159

Fotografías promocionales.....160-167

Accesorio Mochila Pixel.....168
- Dibujo técnico.....169
- Dibujo frente.....170
- Dibujo costado.....171
- Dibujo espalda.....172
- Tabla de piesas.....173
- Construcción de cuadricula.....174-178

Conclusión.....179

Referencias.....180-182

Bibliografía.....183-184

Resumen

Este proyecto de título pretende abordar la relación del Diseño con la estapa de adolescencia, en la cual, se generan variados cambios tanto fisiológicos como mentales, en el que comienzan a desarrollar su personalidad e identidad, en esta busqueda pueden caer en conductas de riesgo que pueden ser perjudiciales para su salud y de las personas que los rodean, por lo que se desarrolla un proyecto en base a promover su prevención, para ello se inicia acudiendo a artículos que presenten el estado de la información actual, luego se desarrolla una investigación propia observando la comunicación no verbal en las vestimentas de personas de Valparaíso y Viña del Mar, a raíz de esta infromación se define el público objetivo a tratar el cual pertenece a la adolescencia, se observa mas detalladamente este sector de la población tomando fotografías y generándo fichas de estudio, una vez teniendo esta información, se profundiza en las marcas percibidas a fin de conocer el mercado que se ofrece a los adolescentes, a su vez se desarrollan entrevistas a psicólogos para profundizar en las repercuciones sicológicas de la autoexpresión y el medio que lo rodea, finalmente se indaga en las limitaciones de expreción que poseen establecimientos escolares con el fin de identificar los productos que poseen mayor libertad de expresión.

Una vez realizada la investigación se observa que el producto con mayor cercanía y libertad de expresión son las mochilas que los adolescentes usan en su día a día para asistir a sus establecimientos escolares, por lo que se utiliza como medio para generar la autoexpresión, también se comprende el proceso de desarrollo adolescente y la importancia de la expresión de identidad y cómo esto le permite generar vínculos con personas de sus mismos intereses, la autoexpresión siempre será positiva para comunicar preferencias y generar instancias de diálogos que promuevan la prevención a conductas de riesgo, luego de la indagación se presenta el proceso formal que acudirá a la solución de la problemática presentada desde su fase de inicial hasta la materialización de la indumentaria sugerida.

Introducción

La sociedad se vé envuelta en constantes cambios sociales en los cuales las personas tienen la capacidad de expresarse a través de su vestimenta, emitiendo algún mensaje o situándose en la sociedad con algún rol en específico, es en este contexto en el cual se desarrolla la adolescencia, el individuo experimenta el paso desde la niñez hacia la adultez, en un proceso en el que comienza a tomar decisiones sobre el rol que desempeñará como adulto en la sociedad.

Su proceso no está exento de altos y bajos que pueden llevar al adolescente a tomar actitudes de riesgo que pueden ser perjudiciales para su desarrollo, estos relacionados con el consumo de drogas, depresión, ansiedad, baja autoestima, relaciones sexuales de riesgo, entre otras.

Dar la oportunidad al adolescente de expresarse individualmente a través de su indumentaria facilita la personalización del mensaje expresado, haciéndolo meritorio de su portador, expresándose sin las limitaciones formales que se evidencian actualmente en el mercado, esto permite al usuario generar un medio de comunicación pasivo en el cual puede expresarse con libertad.

Se inicia el proyecto consultando artículos afines con el fin de comprender un marco teórico que dé inicio a la indagación primeramente realizando observaciones generales respecto a la comunicación no verbal asociada a la indumentaria, en sectores comerciales tanto en Valparaíso como Viña del Mar, luego se especifica el público objetivo a tratar definiendo características y analizando su comunicación no verbal en indumentarias esto se traduce en fichas que son analizadas, tras el reconocimiento de algunas marcas adolescentes, en las fichas creadas se profundiza en su observación recopilando características que estas poseen.

Para reconocer de mejor manera las repercusiones de la creación de un producto que promueve la autoexpresión, se entrevista a profesionales de la psicología, finalmente se comprenden las limitaciones de la autoexpresión en establecimientos educacionales consultando reglamentos escolares de colegios que usen uniforme.

Tras lo obsrevado se desarrolla un producto que permita a los adolescentes expresarse visualmente desde su indumentaria.

Justificación

Este proyecto se realiza para incentivar la expresión personal a través de la comunicación no verbal que ofrece la indumentaria en jóvenes adolescentes.

Aporta una nueva manera de expresar una idea o pensamiento de forma libre e individual.

El problema que resuelve es que los adolescentes están en un proceso de cambios y búsqueda de una identidad propia, una de sus maneras de expresión es el vestuario sin embargo este se ve limitado a la hora de asistir a sus establecimientos escolares ya que en Chile el uso de uniforme es en su mayoría obligatorio.

Este proyecto pretende facilitar a los jóvenes a expresarse de mejor manera comunicando a su entorno sus preferencias en el momento, adaptándolo a un corto periodo de compromiso, generando una indumentaria que se modifique en cuanto el usuario lo necesite. Los adolescentes intentan ser aceptados por sus pares, y se alejan del núcleo familiar en búsqueda de esta identidad, aunque el adolescente quiera integrarse a la sociedad intenta a su vez diferenciarse, actualmente la vestimenta poseen características preestablecidas y fijas, sin dar la posibilidad al usuario de modificarlo, limitando la capacidad del adolescente a expresarse.

La pertinencia de este proyecto es generar una forma sana y simple de expresión personalizada con el fin de promover la comunicación no verbal, de esta manera aportar en la salud mental de los adolescentes.

Ínvestigación

Para efectos prácticos de la acción esta es dividida en tres partes la primera genera una observación general sobre la comunicación no verbal de las personas y su relación con el entorno que lo rodea, tanto en Viña del Mar como en Valparaíso, luego una observación específica del público objetivo a tratar, de la cual se generan fichas de estudio.

En su segunda parte a modo de comprender el punto de vista desde la psicología se realizan entrevistas a profesionales de la psicología de SENDA Región de O’ Higgins, Región Metropolitana y de la Universidad de Valparaíso.

En su tercera y última parte se consultan los reglamentos escolares de colegios pertenecientes a ambas ciudades produciendo una tabla comparativa, de esa manera detectar el producto definitivo que podría ser utilizado por los jóvenes en sus aulas.

Marco lógico:

Planteamiento del problema

¿Cómo ayudar a los adolescentes en su proceso de búsqueda de identidad, facilitando su comunicación no verbal a través de su indumentaria?

Objetivo general

Diseñar una colección de productos que facilite la expresión individual aportando al autoconocimiento de los adolescentes favoreciendo su atonomía y comunicación con el entorno.

Objetivo específico

- Analizar el mercado de indumentaria dirigido a adolescentes, sus productos principales y su forma de marketing.

- Fundamentar la relevancia de la autoexpresión desde el psicoanálisis.

- Generar una nueva vía comunicacional a través de la indumentaria para facilitar la expresión individual y fortalecer la autonomía del usuario.

Propuesta conceptual

Sistema de auto expresión e interacción para jóvenes de 14 a 21 años ante su etapa de definición de personalidad y carácter adulto.

Propuesta formal

Catalizador comunicacional que permita desde lo estetico funcional desarrollar la personalización de la indumentaria favoreciendo el autoconocimiento y reconocimiento externo.

Marco teórico

La comunicación no verbal, el cuerpo y el entorno, los efectos de la apariencia física y la ropa, el cuerpo ropas y otros artefactos.

La vestimenta como un medio de comunicación no verbal, actúa como un prejuicio, pre definiendo cualidades a la persona que utiliza la vestimenta, según los estudios realizados por Hoult, señalan que existe una visión colectiva de las formas de vestir, dando mayor aceptación a una persona que se les relaciona a un estatus social más alto, manteniendo una perspectiva general en la sociedad.

"decoración, protección (tanto física como psicológica), atracción sexual, autoafirmación, autonegación, ocultamiento, identificación grupal y exhibición de estatus o rol." (Knapp p.169)

Estas son todas las funciones que cumple la vestimenta según Knapp, tambien señala la importancia del contexto en el que se desenvuelva, a su vez la forma de vestir de la persona indica que su entorno tome en cuenta este factor para interactuar con él, un ejemplo es un experimento realizado por Bickman, en el cual hace interactuar a personas con distintas vestimentas, guardia, lechero y paisano (ropa deportiva), y les pedían que realizaran una acción, por ejemplo levantar un equipaje, el que obtuvo mayor persuasión de su entorno fue la persona vestida de guardia.

Perspectivas de la camiseta como escenario de expresión del individuo

En este artículo el autor indaga sobre la camiseta, su evolución y uso, dentro de su investigación aborda la perspectiva de distintos autores entre ellos, Molinero (2006), ella señala que las camisetas "poleras" funcionan como un medio de comunicación, pasando de tener un rol protector a tomar uno significante, mostrándose como primera presentación del individuo a la sociedad. El individuo observa el vestuario de otro y lo lee, también el vestuario puede optar por un carácter comunitario a través de un carácter cualitativo como es el caso de un equipo de fútbol. (pp.309-3010)

Aunque la prenda no tenga estampado ésta mantiene una carga semántica a partir de la ocasión de uso, puede ser publicitaria, comercial, deportiva. En cuanto a la moda un mensaje puede perder su importancia en cuanto pase su temporada, haciendo que el cliente sienta la necesidad de refrescar el mensaje adaptándose a los nuevos cambios y aceptaciones sociales.

Las manifestaciones más marcadas de la camiseta se da en 1950 en su utilización como prenda interior luego tras el uso de estas en películas identificándose en personajes como "chicos rebeldes" obtiene una mayor aceptación entre los años 50 y 60 se comienza a usar la camiseta como un medio para expresar su

individualidad, la camiseta es un escenario para los discurso del individuo que lo usa, los mensajes extraídos de su contexto y momento histórico desdibujan su carga semántica, las generaciones e ideas van cambiando al igual que el receptor que identifica el mensaje, por otro lado si el individuo crea su propio mensaje se genera una externalización de su yo interior dando más valor a la prenda.

Clima social, familiar, escolar y conductas de riesgo en adolescentes

En este artículo se plantea la importancia del entorno en el que se desarrolla el adolescente y cómo estos factores de riesgo repercuten en conductas de riesgo en el mismo entendiéndose conducta de riesgo como:

"Una conducta de riesgo implica que el individuo esté expuesto o exponga a otros, a situaciones que lo ponen en peligro y provocar daño a sí mismo(a) o a los demás, afectando su integridad física, psicoemocional y/o social." (García & González p.232)

Para la investigación se toma como referencia el siguiente modelo:

> Bronfenbrenner (1987) plantea cuatro sistemas para explicar esta interconexión: el exosistema, constituye las ideologías, costumbres, tradiciones, las prácticas sociales; el microsistema hace referencia al entorno inmediato de la persona (la escuela y la familia); el sistema individual incluye las características fisiológicas, neuropsicológicas, psicológicas, de personalidad y conductuales de la persona; y el mesosistema es el que establece una interconexión entre todos los sistemas.(García y Gonzales, 2022, p.237)

En el exosistema el mayor factor de riesgo se relaciona a la venta de drogas y fácil alcance que tienen los adolescentes en su zona de residencia, en el microsistema referido a la escuela se denota la falta de tutoría como uno de los problemas más destacados advirtiendo de la falta de un acompañamiento guiado para esta etapa de desarrollo, lo que provoca ausentismo y desmotivación escolar, recayendo en conductas delictivas y antisociales, mientras que en el clima familiar la buena comunicación es el factor más relevante para generar un ambiente seguro de expresión y autoconocimiento, otros factores de riesgo son la falta de figura paterna y la ausencia de límites y reglas; finalmente el sistema personal, dispone las bajas habilidades socioemocionales como el factor de riesgo más importante, viéndose afectado de esta manera por depresión, ansiedad y baja autoestima. En cuanto a las conductas de riesgo, el consumo de sustancias es el que posee mayor porcentaje.

El artículo concluye que los sistemas se ven comunicados entre sí y si uno de ellos es afectado, esto se refleja en el otro generando mayores probabilidades de generar conductas de riesgo.

Observaciones

Para dar inicio a la investigación se genera una observación inicial de cómo las personas interactúan con sus vestimentas ante la comunicación no verbal y su relación con el entorno que la rodea.

Observaciones Generales

1._ Feria de frutas día miércoles 30 de marzo Valparaíso

El estampado de imagen en poleras es el medio más común y claro para transmitir un mensaje de mayor claridad como puede ser una marca o alguna preferencia de gustos música o deportes.

Las mujeres son más propensas a la utilización de estampados tipo rapport .

Los niños se observan principalmente con uniforme escolar pero en sus mochilas y anexos utilizan imágenes de caricaturas.

De los 18 a 30 años se atreven a usar más colores llamativos a diferencia de las personas de mayor rango etario que tienden al uso de colores mayormente monocromático

Se presenta un show callejero donde las personas están vestidas de igual manera y con colores muy llamativos, estos generan un alto contraste y llaman la atención del transeúnte.

Las mujeres trabajadoras de la feria presentan en su mayoría delantal generando una diferenciación del resto de las personas marcando un rol , mientras que los hombres usan principalmente poleras, de esto se puede inferir que el uso de las poleras les permite una mayor comodidad al transportar la mercancía.

Las bolsas de compra también presentan un modelo gráfico que se relacionan a estampados de mandalas.

2._ Mol Viña del Mar día miércoles 30 de marzo Viña del mar

Hombres y niños son los que más utilizan imágenes directas con algún mensaje principalmente de marcas de esto se infiere que son más propensos a mostrar un estatus a la exposición de las marcas de su vestuario.

Se diferencian cargos entre los trabajadores a través de su ropa siendo una polera con cuello y botones la polera más usada por todos los trabajadores del mol excluyendo tiendas de alta gama en donde los trabajadores suelen usar trajes y a los guardias que poseen un uniforme especial.

La mayoría de las personas no usan estampados, es parte de su forma de vestir una manera de expresar su estatus social, el estampado puede no ser la prioridad para una clase social más alta pero si dan una mayor prioridad a la calidad de sus prendas sin demostrar un mensaje directo pero identificándose como una persona perteneciente a cierto estatus.

Los estampados más llamativos se observan en tiendas de niños, estos poseen un mensaje tipográfico simple con un mensaje concreto de amplio alcance en el cual muchas niñas se pueden sentir identificadas y enseñan algo positivo que refuerce la educación de sus padres quienes serán los compradores de esta polera. Otras tiendas también muestran algunos estampados con mensajes directos muy escasos, referidos principalmente a la marca que se compra. Los niños y jóvenes hasta 30 años son los que más están dispuestos a utilizar ropa con mensajes directos mostrando una imagen de marcas o mostrando sus preferencias en gustos.

Análisis de contraposición

Como análisis de ambas situaciones se concluye que las personas utilizan su vestimenta para situarse en la sociedad de alguna manera, identificados con grupos de personas que tienden a tomar decisiones similares para pertenecer al mismo, la expresión generada en la comunicación no verbal de una persona al vestirse expresa su estado, labor, si esta disponible o no, si está trabajando o es un cliente.

Se destaca la diferencia de ambos sectores mientras que en Valparaíso la expresión en la vestimenta suele ser más directa posicionando al transeúnte con una identificación, en Viña del Mar las apariencias por ser el que más remuneración posee es el foco principal para ellos, es necesario mostrar un estatus mientras que en Valparaíso no lo es, si no que es más valioso mostrar un gusto idea e identificación grupal a través de su vestimenta.

Quisiera poner el foco en los artistas callejeros los cuales llaman la atención a través de su ropa comunicando una disposición, un foco de atracción de las miradas a su show.

El problema de todo esto es que la comunicación a través de mensajes demasiado directos como los son en poleras están preestablecidos, y la persona no se involucra en el desarrollo de una idea a expresar, toma lo que esté a su alcance o lo que mayor relación tenga a sus gustos y lo expone, de aquí surgen los cuestionamientos *¿Qué pasa si se le da a la persona la facultad de desarrollar su propio mensaje y exponerlo en su vestuario? .*

Observaciones Generales en centro de Viña del Mar:

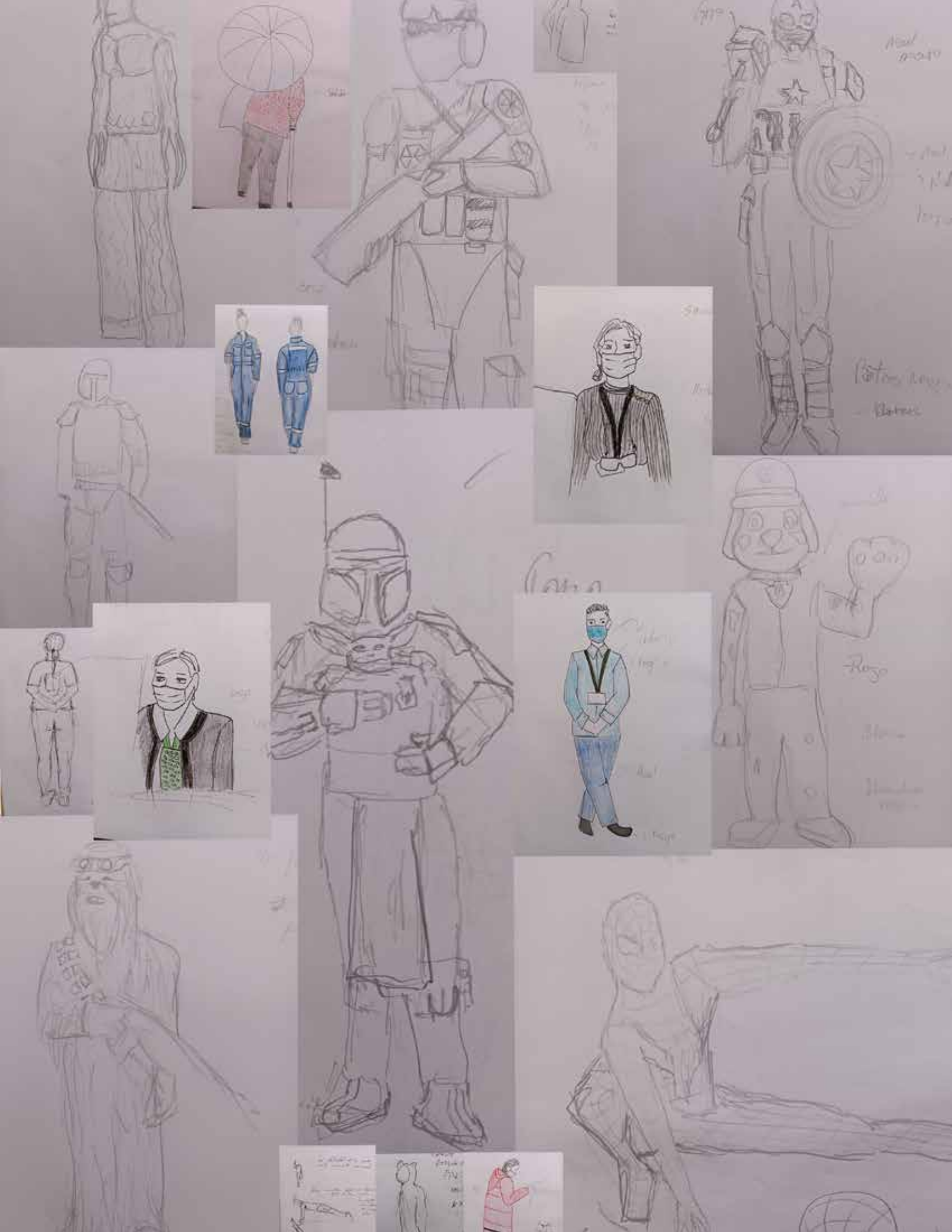
La personas se enfrentan a una constante comunicación con su entorno, y dependiendo de su labor es como se visten, una persona que se encuentra trabajando con herramientas necesitará un atuendo con múltiples bolsillos y tela apta para poder ensuciarlos en caso de que se necesite, por otro lado un oficinista presta mayor énfasis a su imagen emitiendo un rol estático pudiendo soportar vestuarios mas incomodos pero con mayor prestancia e imponencia, si las personas se tienen que relacionar con otras estas prestan más énfasis en su apariencia usando camisas y atuendos semi formales o formales, mientras que quienes no tienen la necesidad de interactuar con clientes estos pueden vestirse de manera más cómoda y desprolija, también se observa como el vestuario interactúa con el clima, todos buscan un fin principal que es mantener su corporalidad en los rangos normales y estar secos, el día de lluvia las personas tienden a evitar mojarse y para ello recurren a un vestuario de más amplitud y telas impermeables a su vez el uso de paraguas, sobre todo si no se tiene vestuario impermeable, esto, como una forma de suplir esa necesidad, en cuanto se ingresa a un lugar cerrado esta vestimenta deja de interactuar con la lluvia por lo que el paraguas se guarda y se puede abrir el amplio abrigo.

El uso de chaquetas con el frío muestra una homogeneidad en los colores se aplica a la mayoría de las personas observadas, en este caso el fin principal es refugiarse del clima y no expresarse a través de alguna representación visual.

Los que más quieren ser vistos en las calles son los artistas callejeros estos utilizan recursos de altos contrastes de colores y exagerando su vestimenta como parte de la puesta en escena, diferenciándose notoriamente con los transeúntes, su vestimenta cumple una función como foco de atención, queriendo llamar la vista hacia ellos.

Toda la vestimenta se relaciona con una función, depende de las necesidades de las personas para que ésta decida cuál será su vestimenta más apropiada para la ocasión.

Se crearon 3 grupos de vestuario, el formal referido a los oficios, se relaciona con la función, operatividad, ante la interacción con el entorno en el que se desenvuelve se genera una mimetización con el espacio de trabajo; el informal se relaciona principalmente a su interacción con el ambiente, el clima, actividades de recreación, y el imaginario en el cual se encuentran los artistas callejeros, su vestimenta busca llamar la atención y atraer la mirada, se crea una atmósfera ficticia que se separa del entorno.



Público objetivo

Se establece al adolescente como el público objetivo del proyecto debido a su búsqueda de identidad en la cual se desenvuelven expresándose en su vestimenta.

Definición de la Real academia española (2021) : Adolescentes : Período de la vida humana que sigue a la niñez y precede a la juventud.

Según UNICEF (2020) (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia), la Organización Mundial de la Salud define la adolescencia como la fase de la vida que comprende entre la niñez y la juventud, desde los 10 hasta los 19 años sin embargo, el adolescente presenta ciertas características propias de su etapa de desarrollo, separandola en adolescencia temprana, media y tardía, la primera varía entre los 10 y 13 años, es cuando comienzan los primeros cambios hormonales produciendo modificaciones corporales, aumento de sudoración, olor corporal, crecimiento de vello, la segunda es entre los 14 y 16 años en esta etapa comienzan los cambios psicológicos, la búsqueda de identidad propia, se preguntan sobre su futuro vocacional, son dependientes a sus amigos, mientras que se alejan de su familia, este periodo es el de mayor riesgo; el tercero es desde los 17 hasta las 21 años ya terminado su desarrollo físico y sexual, se sienten más cómodos con su cuerpo y buscan la aceptación para definir su identidad, en vez de querer pertenecer a un grupo comienzan a ser más selectivos con quienes se relacionan generando grupos más pequeños.

Es relevante mantener una comunicación constante con los adolescentes para evitar que estos caigan en conductas de riesgo, la búsqueda constante de su identidad provoca que los adolescentes sientan la necesidad de probar cosas distintas, formándose como personas individuales, tomando decisiones que pueden ser riesgosas para su desarrollo, incluso atentando contra su vida o la de los demás, los factores que generan conductas de riesgos en adolescentes son externos, (familiares y escolares) e internos, una conjunción de factores negativos para el adolescente provoca la adopción de estas conductas. Asumir conductas de riesgo de forma moderada es un factor positivo para el correcto desarrollo de esta etapa, por lo que se debe dar espacio al diálogo y la comprensión.

Observaciones al público objetivo:

Los adolescentes observados evidencian una brecha en su expresión de género, en el caso de las mujeres, existe una polaridad en expresarse de manera femenina las cuales son una menor cantidad de las que se muestran con vestimentas más masculinas, como son poleras anchas, camisas y vestuario que esconda su cuerpo, se entiende como femenino vestuario más colorido, que muestre más las curvas y piel, en el caso de los hombres también se observa una polaridad en su expresión de género, los masculinos quienes hacen uso de polerones, colores oscuros y pantalones largos y los femeninos quienes utilizan colores más llamativos y juegan con brillos exaltando parte de su personalidad en su vestuario. Estas expresiones por género se pueden inferir también por su inclinación sexual, siendo el opuesto del género que le atrae. A raíz de esto se infiere que la vestimenta para adolescentes cada vez está teniendo menos brechas de género por lo que es un punto a tomar en consideración a la hora de generar indumentaria para este grupo etario, que en su búsqueda también sugiere una identidad de género que se está desarrollando, resaltando rasgos o neutralizando estos.

Es sorprendente la cantidad de vestimenta negra que utilizan los adolescentes, utilizando recursos de alto contraste con estampados que estos puedan tener, generalmente de color blanco o rojo, este recurso se evidencia en poleras y polerones. Otro factor a tomar en consideración es el insistente uso de ropa deportiva y cómoda, en esto también se evidencian por la obtención de un movimiento más fluido ya que, como a los adolescentes les atrae tomar riesgos no sienten temor de ensuciar al sentarse en lugares indebidos, o actuar de manera poco conveniente, ejemplos de esto es sentarse en suelos de calles, metros o ascensores.

Frente a lo obsrevado se puede señalar que la adolescencia es una etapa de experimentación y crecimiento en el cual los jóvenes van formando su identidad, en esto se incluye el género con el cual se identifican y sus preferencias sexuales, las cual van de la mano con su expresión no verbal en su vestimenta, resaltando este rasgo, las variaciones existentes de género son un tema en el cual también hay experimentación sin una definición concreta, por otro lado se evidencia la comodidad de movilidad en sus vestimentas y el uso de colores oscuros con elementos de alto contraste.

Fichas fotográficas de adolescentes en Valparaíso

Con el objetivo de reconocer formas de comunicación expresadas desde los adolescentes a traves de su indumentaria se fotografía a estudiantes de primer año de Diseño de la Universidad de Valparaíso, generando fichas en las cuales se expone, el tipo de prenda o accesorio, su sexo percibido, su marca, observaciones y colores usados.

	Sexo Femenino Tipo Adornos corporales Marca	Observaciones Aro bajo el labio inferior. Esfera Plateado	Color
	Sexo Femenino Tipo Adornos corporales Marca	Observaciones Pegatinas brillantes temporales, en los ojos. Circunferencia, plana. Brillante	Color
	Sexo Femenino Tipo Adornos corporales Marca	Observaciones Circunferencia Aro en la naríz Plateado	Color
	Sexo Femenino Tipo Adornos corporales Marca	Observaciones Brillantes, sector entre ojos y cejas. Circunferencia Plateado	Color

	Sexo Masculino Tipo Adornos corporales Marca	Observaciones Aro en la naríz Semicircunferencia con dos esferas en sus extremos Plateado	Color
	Sexo Masculino Tipo Adornos corporales Marca	Observaciones Aro en la oreja Circunferencia con esfera encrustada Plateado	Color
	Sexo Femenino Tipo Adornos corporales Marca	Observaciones Semicircunferencia con dos esferas en sus extremos Aro en la naríz, centro. Plateado	Color
	Sexo Femenino Tipo Adornos corporales Marca	Observaciones Aro en la oreja Cadenas y estrellas brillantes Plateado	Color

	Sexo Masculino Tipo Mochila Marca	Observaciones Tipografía palo seco, gruesa. Textura visual y presencia de marca deportiva nike Color negro, azul blanco y rojo	Color
	Sexo Masculino Tipo Mochila Marca	Observaciones Logo de goma con color Maui Negro, resalta marca.	Color
	Sexo Femenino Tipo Bolso Marca	Observaciones Tela animal print, peludo. Café en distintos tonos y negro.	Color
	Sexo Femenino Tipo Bolso y polerón Marca	Observaciones Estampado de animal print, complementa el polerón que usa, mimetizándose Blanco y negro.	Color

	Sexo Masculino Tipo Mochila y polerón Marca O'NEILL	Observaciones Complemento de la vestimenta siendo similar el color del polerón con la mochila. Gris , detalles negros	Color
	Sexo Femenino Tipo Bolso Marca	Observaciones Exterior con textura zigzag Negro	Color
	Sexo Femenino Tipo Mochila Marca HEAD	Observaciones La mochila posee estrellas doradas y la marca HEAD. Uso de accesorios en el exterior de la mochila, único uso comunicativo, preferencias y gustos. Mochila de jeans gris oscuro con accesorios plateados, chapitas con gráficas en color.	Color
	Sexo Femenino Tipo Mochila Marca SAXOLINE	Observaciones Mochila marca Saxoline. Con chapitas de colores, único uso comunicativo, preferencias y gustos. Color gris ocuro con detalles negros, chapitas con gráficas en color.	Color

	Sexo Masculino Tipo Mochila Marca	Observaciones Mochila con accesorio de oso de peluche uso decorativo, comunicativo Mochila azul marino, peluche naranjo y detalles cafés, blanco y negro.	Color
	Sexo Femenino Tipo Mochila Marca HEAD	Observaciones Marca Head, gráfica de montañas. Color burdeo con detalles grises y blancos.	Color
	Sexo Femenino Tipo Mochila Marca JANSPORT	Observaciones Marca Jansport, textura gráfica de galáxias. Azulado en distintas tonalidades, y violeta. Detalles negros.	Color
	Sexo Femenino Tipo Bolsa Marca	Observaciones Tela crea, bolsa rectangular con Imagen estampada “ KEEP FASHION WEERD” “ Mantener la moda rara” tipografía palo seco, letras gruesas, con el personaje pepinillo Rick de la seria Rick and Morty. Blanco crudo con estampado tipográfico negro e imágen gráfica de color verde.	Color

	Sexo Femenino Tipo Estuche Marca 	Observaciones Estuche con bordado de tipografía y gráfica de oso. Rosado, con gráfica colores pastel.	Color
	Sexo Femenino Tipo Estuche Marca 	Observaciones Estuche con tela estampada de tipografía palo seco y gráfica de corazones. Rosado con estampado negro y rosado más oscuro.	Color
	Sexo Masculino Tipo Mochila Marca Visible / Desconocida	Observaciones Tela con textura de rombo generada con costura. Roja con detalles negros.	Color
	Sexo Femenino Tipo Aros en las orejas Marca 	Observaciones Circunferencia de 8cm de diametro aprox, metálica. Plateado.	Color

	Sexo Femenino Tipo Mochila Marca	Observaciones Contiene un parche que emite un mensaje, pines metálicos que muestran inclinación hacia alguna preferencia. Gris oscuro con detalles negros, interior blanco	Color
	Sexo Femenino Tipo Mochila Marca	Observaciones Marca Maui, tela con estampado tipo Tie Dye. Distintas tonalidades de azul, blanco y gris.	Color
	Sexo Femenino Tipo Mochila Marca Visible / Desconocida	Observaciones En la mochila el bolsillo exterior se encuentra con estampado de elefantes, estilo indú, parche con imagen lineal, brillos metálicos alrededor del parche Color negro opaco, estampados blancos con dibujos en negro, genera un alto contraste, base de cuero.	Color
	Sexo Femenino Tipo Mochila Marca Visible / Desconocida	Observaciones Mochila negra con detalle de animal print rosado, su alto contraste provoca captar la atención en la textura gráfica que posee.	Color

	Sexo Masculino Tipo Mochila Marca HEAD	Observaciones Marca HEAD, rectángulo de goma, gráfica de casa invertida lineal. Tela negra detalle de marca y casa blanco,	Color
	Sexo Femenino Tipo Mochila Marca HEAD	Observaciones Mochila marca desconocida, detalles de cuero, tela jeans, estampado raport de puercoespin, dibujo lineal, otras gráficas de frutas, ojo, casa lineal invertida, chapitas con gráficas de colores, parche de preferencia musical y otra con mensaje irónico, bandera amarrada con preferencia sexual no heterosexual, “Bandera del orgullo”. Color azul oscuro opaco, cuero café estampado general blanco, gráficas parches y bandera de colores.	Color
	Sexo Femenino Tipo Mochila Marca	Observaciones Marca desconocida, se muestra pero lebemente con diferencia de relieve en un parche de cuero, uso de accesorio pin de obra de Vincent Van Gogh “La noche estrellada” Azul oscuro, verde y burdeo, detalles de cuero café y dorados. Pin de colore.	Color
	Sexo Femenino Tipo Bolsa Marca	Observaciones Tela crea, bolsa rectangular estampada con imagen de personaje sonriendo. Blanco crudo con estampado negro de alto contraste	Color

	Sexo Mochila Tipo Femenino Marca ✗	Observaciones Marca desconocida, contiene parche en donde podría haber estado la marca. Mochila negra, parche de colores, genera un alto contraste.	Color
	Sexo Mochila Tipo Femenino Marca DISNEY	Observaciones Marca Disney, bordada a máquina y con estampado de serigrafía. Verde musgo gráfica color crema, amarillo, rojo, personaje Winnie de Pooh.	Color
	Sexo Femenino Tipo Bolso Marca ✗	Observaciones Estampado artesanal, GOOD VIBES, “Buenas Vibraciones”. Color blanco y estamapado azul generan alto contraste.	Color
	Sexo Femenino Tipo Pines Marca ✗	Observaciones Pollo con rostro amenazador y huevo frito. Amarillo y blanco generan un alto contraste, de la mochila negra, pero su tamaño es muy pequeño 1cm aprox. por lo que se debe prestar atención para divisarlo.	Color

	Sexo Femenino Tipo Pinche Marca	Observaciones Forma de moño, centro con tela calada y una simulación de llave Color negro, alto contraste con cabelllera pelirroja, de igual manera la llave de color gris claro genera contraste con la tela negra.	Color
	Sexo Femenino Tipo Mascarilla Marca	Observaciones Mascarilla estampada con frutillas. Se puede interpretar como un rasgo femenino de la persona y una manera de hacer de la mascarilla un complemento de su vestuario. Blanca con frutillas rojas y hojas verdes, la imagen contrasta del fondo blanco.	Color
	Sexo Femenino Tipo Estuche Marca	Observaciones Tela estamapada de rayones, da la impresión de que la o el dueño del estuche hace estos rayones, pero se reconoce un raport del estampado. Tela negra estampado blanco ambos generan un alto contraste	Color
	Sexo Femenino Tipo Zapatillass Marca	Observaciones Las zapatillas le dan continuidad al blanco de sus jeans, ya que en el desgaste de estos aparece un color más claro.	Color

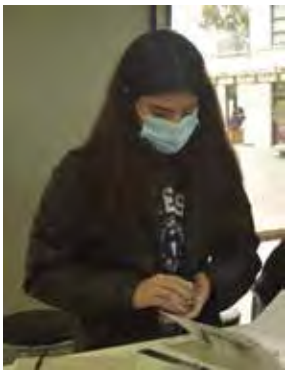
	Sexo Femenino Tipo Polerón Marca X	Observaciones Estampado de mandala. Gris estampado blanco, el estampado resalta por su alto contraste.	Color
	Sexo Femenino Tipo Atuendo completo Marca X	Observaciones Su atuendo completo es llamativo, ya que utilíza una cmbinación de colores poco usual pero que genera continuidad. Color rosado, naranja claro, oscuro y blanco.	Color
	Sexo Femenino Tipo Zapatos Marca X	Observaciones Zapatos negros brillantes, usados en la cultura rock y punk, su pantalón en el interior del zapáto genera continuidad y una mayor visibilización de estos por el contraste también de colores.	Color
	Sexo Masculino Tipo Cuello Marca X	Observaciones Textura de camuflaje. Uso de cuello como mascarilla es llamativo, ya que es una forma distinta de simular el accesorio. Negro y musgo.	Color

	Sexo Femenino Tipo Zapatillas Marca CONVERSE	Observaciones Marca Converse, modelo reiterativo, unisex. Negro con detalles blancos, genera alto contraste.	Color
	Sexo Femenino Tipo Zapatos Marca	Observaciones Marca desconocida, con plata forma, gamuza, sujeta cordón metálico. Café claro y oscuro, monocromático en distintas tonalidades que genera contraste.	Color
	Sexo Femenino Tipo Zapatos Calcetas Marca	Observaciones Negro. Marca desconocida, brillantes. Ralladas dos colores. Blanco y negro	Color
	Sexo Femenino Tipo Atuendo Marca	Observaciones Su conjunto resulta llamativo por su alto contraste en los colores y su forma visual que genera un punto de interés acentuado en el centro. Mezcla colores desde ambos extremos de su cuerpo vertical hacia su centro.	Color

	Sexo Masculino Tipo Atuendos Marca TOMMY HILFIGER	Observaciones Monocromáticos. Marca Tommy Hilfiger	Color
	Sexo Femenino Tipo Bolso Marca	Observaciones Vestimenta monocromática, el bolso resalta de su vestuario.	Color
	Sexo Masculino Tipo Atuendo Marca	Observaciones Su atuendo genera una continuidad vertical desde el color mas oscuro al más claro.	Color
	Sexo Femenino Tipo Atuendo Marca	Observaciones Uso de polerón con chipo-rro, su bufanda es rayada y ésta provoca un punto de interés por su diferencia de color y su estilo gráfico de mayor movimiento.	Color

	Sexo Femenino Tipo Polerón Marca	Observaciones Polerón con marca bajo el hombro.	Color
	Sexo Femenino Tipo Atuendo Marca	Observaciones Atuendo sobrio, Chaqueta larga “Montgomery”	Color
	Sexo Femenino Tipo Zapatos Marca	Observaciones Zapatos negros brillantes. Detalles metálicos.	Color
	Sexo Masculino Tipo Chaqueta, impermeable. Marca	Observaciones Alto contraste de colóres además de poseer una textura gráfica entre el interior de la prenda y exterior.	Color

	Sexo Masculino Tipo Atuendo Marca CONVERSE	Observaciones Atuendo sobrio oscuro, lo llamativo es el peluche naranajo de su mochila.	Color
	Sexo Femenino Tipo Abrigo Marca	Observaciones Abrigo largo negro, inspira un atuendo sobrio poco llamativo pero versatil.	Color
	Sexo Femenino Tipo Atuendo Marca	Observaciones Abrigo negro, es un atuendo sobrio, que genera un contraste en sus colores con la bufanda, su cabello tomado indica que puede estar dispuesta a alguna atividad manual.	Color
	Sexo Femenino Tipo Atuendo Marca	Observaciones Abrigo negro largo impermeables, este se combina con unos jeans holgados, y unos tímidos zapatos cafés, su cabello está tomado por lo que se supone que busca comodidad para realizar sus labores.	Color

	Sexo Femenino Tipo Zapatos Marca	Observaciones Los zapátos tienen una pequeña visibilidad ante el pantalón que posee amplitud en su zona inferior, produciendo que pasen desapercibidos, pero el color café de estos provoca que sea una prenda versátil que puede ser mezclada de distintas maneras.	Color
	Sexo Femenino Tipo Atuendo Marca	Observaciones Chaqueta impermeable negra, en su prenda interior posee polerón con gráficas de texto, letras con serif, estilo universitario estadounidense, las letras son de grosor significante por lo que es fácil de identificar a larga distancia, estas letras al ser blancas generan un alto cotraste con el color azul oscuro del polerón.	Color
	Sexo Femenino Tipo Atuendo Marca	Observaciones Chaqueta negra con jeans claros y zapatos negros, su atuendo se genera de dos colores provocando una continuidad en su zona superior e inferior manteniendo la zona de sus piernas con un color claro, respecto a su fórma es mas amplia en su parte superior disminuyendo hacia la inferior.	Color

Análisis concluidas de las fichas de fotografías

En Chile durante la enseñanza escolar es obligatorio el uso de uniforme para asistir a la escuela por lo que los adolescentes no tienen manera de expresarse comunicacionalmente de forma individual a través de su vestuario, siendo su único medio de expresión accesorios que puedan portar, principalmente las mochilas, ya que en ellas transportan útiles escolares y es usada siempre que se asiste a los establecimientos educacionales, es en este contexto en el cual los jóvenes se expresan comunicacionalmente en sus mochilas posicionando chapitas, pañuelos, parches que indiquen y comuniquen a su exterior parte de su individualidad como reacción al sistema impuesto del uso exclusivo de uniforme. La relación del adolecente con su mochila es estrecha, generando una relación con el producto desde su niñez, extendiendose en su periodo universitario.

Se observa bastante uso de adornos faciales principalmente en la zona visible del rostro, siendo los usuales aros en las orejas un accesorio poco percibido, según el estudio Asociación entre tatuajes, perforaciones y conductas de riesgo en adolescentes, (Cossio T, María Laura, Giesen F, Laura, Araya, Gabriela, & Pérez-Cotapos S, María Luisa. (2012). [Asociación entre tatuajes, perforaciones y conductas de riesgo en adolescentes. Revista médica de Chile]) demuestra que su uso es principalmente estético pero los piercing y tatuajes son un indicador de conductas de riesgo en la adolescencia, por lo que es una forma de comunicar alguna posible alteración de conducta que pueda ser perjudicial para su salud.

Los colores usados son variados priorizando los colores oscuros, y la aplicación de alto contraste con detalles de colores claros, sin embargo si no se desea pasar desapercibidos se atreven a usar colores más enérgicos y llamativos que los hagan diferenciarse del resto.

A modo de profundizar en las marcas percibidas se desarrolla un análisis de estas para captar aquello que los une a su público objetivo.

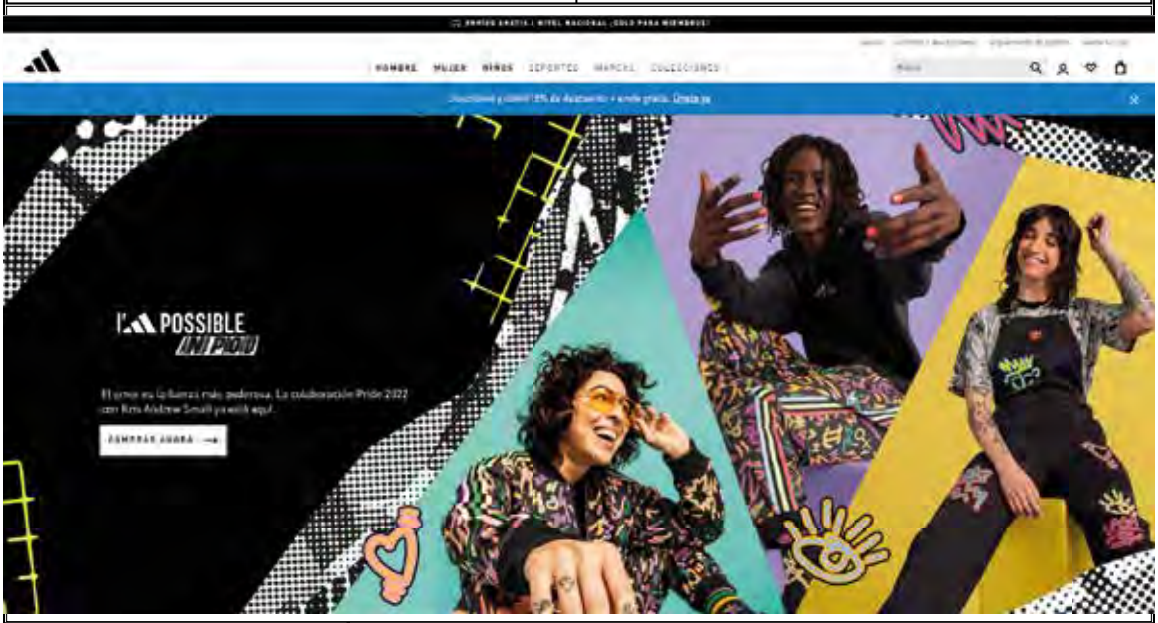
Fichas de marcas

Se investiga sobre las marcas con público objetivo adolescentes percibidas en la indumentaria de los jóvenes, identificando su logo, tipo de indumentaria, los productos que comercializa, su variación de precios, tipo de modelos, y observaciones, esto permitirá reconocer sus características y similitudes.

Figura 1
Portada de página web

Figura 2
Logo Adidas

Analisis de marca: Adidas	
Imágen: Portada de página web	Tipo de indumentaria: Deportiva



Logo / Logotipo / Isotipo	Productos:
	Calcetas, Zapatillas, Polera, Polerón, Calza, Jockey, Pantalón, Sandalias, Mochila, Short
Variación de precios: Desde $4.990 a $249.990	Observaciones: Gráficas alusivas a identidades de genero, concuerda con el reconocimiento del mes del orgullo. Gráficas que simulan fluorescencia. Principalmente negro, con gráficas de colores claros y contrastantes. Las tres rayas laterales observadas en las prendas de esta marca contituyen una visibilizacion de la marca usada ya que es caracteristica principal de ella y se representa también en su logotipo. Vestimenta unisex, Diseñador Kriss Andrew Small
Modelos: De distintas nacionalidades, contexturas y bellezas.	

Nota. *Portada de página web de Adidas [Fotografía], Adidas, 2022, adidas.cl.*
Nota. *Logo de Adidas,[Fotografía], Adidas, 2022, adidas.cl.*

Cambio Climático

Adidas presenta una postura activa ante el cambio climático, generando productos amigables con el medio ambiente, reciclando desechos plásticos; a pesar de esta iniciativa siguen siendo productos especiales.

Figura 3
Sustentabilidad

Nota.*Sustentabilidad, página web de Adidas* [Fotografía], Adidas, 2022, https://www.adidas.cl/sustentabilidad

Colección de temporada

Figura 4
Adidas x Rich Mnisi

Nota. Ricardo Simal. [adidas Originals] (1 de abril 2022). *adidas x Rich Mnisi* [Video], https://www.youtube.com/watch?v=ycjvYN97qi0&ab_channel=adidasOriginals

Diseñador: Rich Mnisi autodenominado Africano y Queer.
Concepto principal: Audacia.
Modelos: Variación de tallas, las personas tienen más probabilidades de simpatizar a través de modelos con cuerpos similares.
Las gráficas se inspiran en el continente africano.

Referentes

Figura 5
Adidas y Bad Bunny

Nota. *Bad Bunny, colaboración con Adidas* [Fotografía], Adidas, 2022, https://forbes.cl/life/2022-03-10/-bad-bunny-lanza-colaboracion-con-adidas-saldran-a-la-venta-hoy/

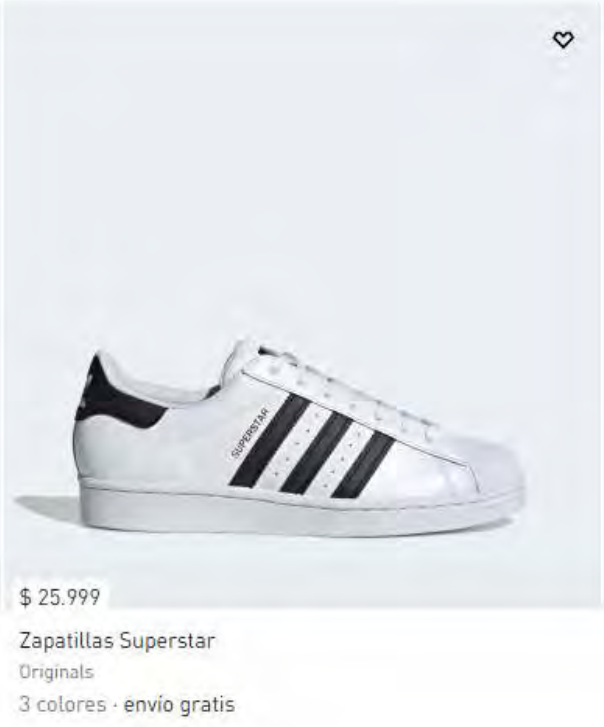
Colaboración con artista Bad Bunny estas zapatillas se vendieron solo en Latinoamérica en 2022, sus concepto es la atemporalidad.

Figura 6
Equipo Adidas

En 2020 adidas promociona las Zapatillas Superstar con un equipo de referentes culturales de la generación Z.

Nota. *Música, arte, moda y deporte: las icónicas Superstar proponen el cambio del futuro* [Fotografía], Adidas, 15 de Febrero de 2020, https://www.infobae.com/inhouse/2020/02/15/musica-arte-moda-y-deporte-las-iconicas-superstar-proponen-el-cambio-del-futuro/

Figura 7
Zapatillas Superstar Unisex



Nota. *Zapatillas Superstar Unisex* [Fotografía], Adidas, 2022, https://www.adidas.cl/superstar

Adidas es una marca que se trabaja para clientes que deseen sentirse cómodos en su vestuario, necesiten movimiento y a su vez quieran mostrar su marca en sus vestimentas ya que esta posee una amplia visibilidad al hacer los diseños con un elemento en común lo cual son las tres líneas verticales en sus laterales haciendo de ella, de fácil reconocimiento asociándose al espíritu deportivo y recreacional de la marca, promoviendo el deporte y actividades recreativas.

En la adolescencia los jóvenes en su búsqueda de identidad se sienten identificados con referentes musicales o artistas de amplia popularidad queriendo de esta manera imitar rasgos que estos posean, por lo que esta estrategia de marketing está principalmente dirigida a adolescentes.

Equipo promocional de Adidas

Chile:
- Cantante de Hélenia Melán,
- Artistas Ignacia Antonia,
- Artista Josefa Araos
- Artista Fab Ciaraolo
- Skater Tamara Iturra
- Skater Bastian Nuñez

Argentina:
- Actriz modelo y cantante Tini Stoessel
- Cantante Paulo Londra
- Modelo y cantante Oriana Sabatini
- Bailarina y actríz Sofía Morandi
- Skater profesional Federico Gonzáles
- Youtuber Kevsho
- Youtuber Angie Velasco

Brasil:
- Cantante Anitta
- Cantante Pabllo Vittar
- Cantante BK
- Cantante Nicole Balestro
- Cantante Evandro Fióti
- Skater Vitória Mendoça
- Productor musical Papatinho

Colombia:
- Artista Mario Ruiz y Calle y Poché
- Músico David Escobar

Mexico:
- Artista Natasha Duperyon,
-Skater Daniel Vela
- Fashionista Victoria Volkova
- Cantante Tino El Pingüino

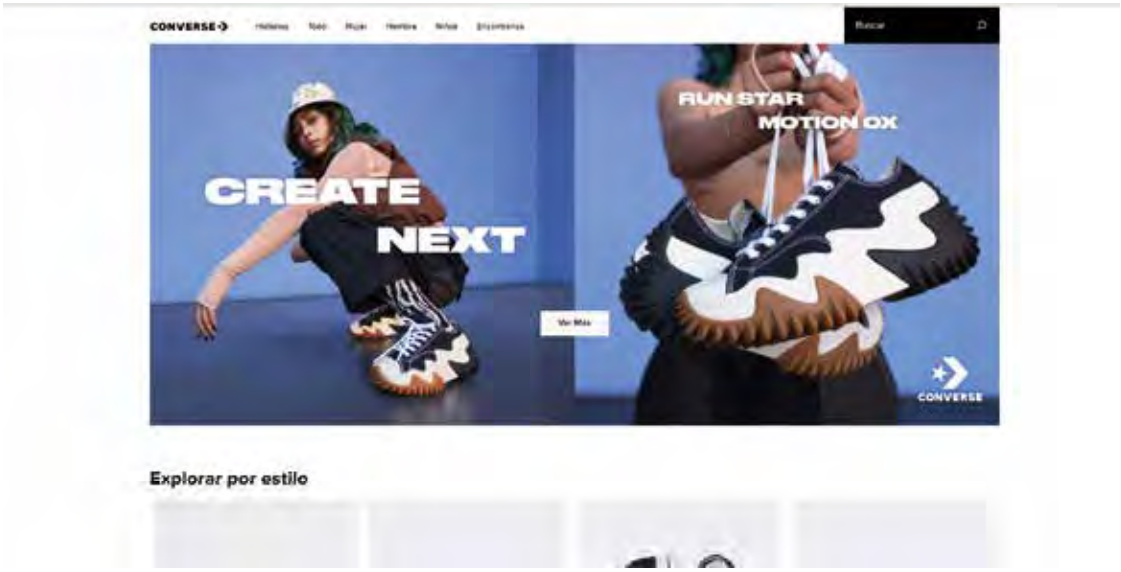
Perú:
- Cantante Leslie Shaw,
- Artista Alessandra Fuller
- Skater Angelo Caro

Figura 8
Portada página web Converse

Figura 9
Logotipo Converse

Figura 10
Isologo Converse

Analisis de marca: CONVERSE	
Imágen: Portada de página webV	Tipo de indumentaria: estuario y accesorios.



Logo / Logotipo / Isologo

CONVERSE

Productos:

Zapatillas	Polerones	Mochilas
Zapatos	poleras	Bananos
	short	Gorras
	Pantalones deportivos	Medias
	Sosten deportivo	
	Vestido	

Variación de precios:

No muestra sus precios

Observaciones:

Negro, blanco y café, colores predominntes en distintos tonos, la combi-nación hace resaltar al color blanco.

Fondo un color, minimalista.

Modelos:

Modelo con actitud

Nota. *Portada de página web* [Fotografía], Converse, 2022, https://converse.com.ar/home
Nota. *Logotipo Converse* [Fotografía], Converse, 2022, https://converse.com.ar/home
Nota. *Isologo Converse* [Fotografía], Converse, 2022, https://converse.com.ar/home

Diseño de temporada

Figura 11
Isotipo Converse

Nota. *Run Star Motion* [Fotografía], Converse, 2022, https://converse.-com.ar/section/cx

Run Star Motion

Modelo: Trigueña y de contextura normal

Concepto: Vanguardista de perfil distorsionado, mantiene su diseño clasico aportando comodidad.

Figura 12
Tienda de indumentaria

Nota. *Tienda de indumentaria* [Fotografía], Converse, 2022, https://converse.com.ar/home

Modelos generales: Caucásicos y de contextura delgada.

Su indumentaria se caracteriza por exponer su marca como estampado optando por diversos estilos y formas, siendo modificada para conseguir variedad.

Para Latinoamérica Argentína es el único país que posee página web.

Referentes

Figura 13
Converse Skate Team

Nota. *IConverse Skate Team.* [Fotografía], Converse, 2022, https://converse.com.ar/section/louie

Esta marca expone abiertamente en su página web skaters que promocionan su marca

Figura 14
Eleven, Stranger Things

Nota. *IEleven, Stranger Things.* [Fotografía], Converse, 2022, https://converse.com.ar/section/louie

Figura 15
Rue, Euphoria

Nota. *Zendaya [zendaya]. (16 de enero 2022)* [Fotografía]. Instagram. https://www.instagram.com/p/CY0An-9K6Hl/

Figura 16
Chuck Taylor

Nota. *Chuck Taylor* [Fotografía], Converse, 2022, https://converse.com.ar/collection/categories/mujer-calzado-classic-chuck

Millie Bobby Brown interpreta a Eleven en la serie Stranger Things de Netflix.

Zendaya interpreta a Rue en la serie Euphoria de HBO

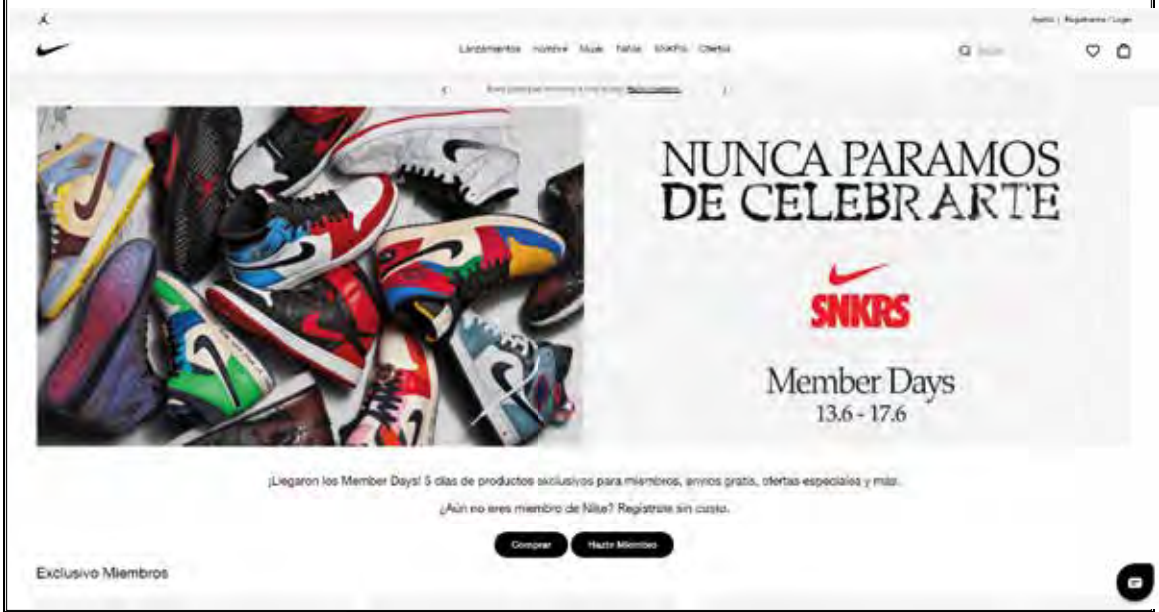
Ambas jóvenes actrices pertenecen a producciones de series dirigidas a adolescentes, y ambas usan las clásicas zapatillas converse. Es un diseño atemporal y que se combina fácilmente con prendas de distintos estilos. Con esto se infiere una publicidad indirecta en la que se muestra el producto de forma reiterativa en distintos medios audiovisuales populares entre la generación Z.

Esta marca se caracteriza por un look despreocupado, juvenil y cómodo, no así deportivo, exceptuando el Skateboarding disciplina en la que acomoda el uso de estas zapatillas, manteniendo como principal protagonista las zapatillas Chuck Taylor All Star, el modelo clásico; la marca se hace notar en sus productos con su logo.

Figura 17
Portada página web de Nike

Figura 18
Logotipo Nike

Análisis de marca: Nike	
Imágen: Portada de página web	Tipo de indumentaria: Ropa deportiva, principalmente zapatillas



Logo / Logotipo / Isologo	Productos: Zapatillas, Polerones, Gorros unisex, Short, Chaquetas
Variación de precios: $15.990 - $149.990	Observaciones: Zapatillas de colores, generan un alto contraste
Modelos: Modelos de distintas nacionalidades, de contextura delgada.	El logotipo de la marca se hace notar en sus productos, haciendo reconocible a la marca.

Nota. *Portada de página web [Fotografía], Nike, 2022, https://www.nike.cl/*

Nota. *Logotipo Nike [Fotografía], Nike, 2022, https://www.nike.cl/*

Referentes musicales

Figura 19
Harry Nach - Size

Harry Nach. [Harry Nach] (22 de julio 2022). Harry Nach - Size (Video Oficial) [Video], https://www.youtube.com/watch?v=15X9HXEA4Aw&ab_channel=HarryNach

El cantante chileno Harry Nach en el año 2021 nombra la marca en su el coro de su canción Size, esta relata sobre una joven de la cual el cantante se siente atraído físicamente, invitandola a realizar acto sexual. En esta atracción que el cantante siente por la joven nombra como una característica de ella el uso de zapatillas nike, esto es una publicidad casi imperceptible desde la postura del usuario quedando como un mensaje subconsciente el hecho de que una de las características de la chica que gusta del cantante usa este tipo de zapatillas, él al ser un referente, es recepcionado por el público y aceptado como algo positivo.

Figura 20
ITHAN NY y Marcianeke - LAS NAIK

ITHAN NY y Marcianeke [ITHAN NY] (26 de agosto 2021). LAS NAIK - ITHAN NY Ft. Marcianeke (Video Oficial) [Video], https://www.youtube.com/watch?v=OOyGpEKsR08&ab_channel=ITHANNY

Los cantantes chilenos ITHAN NY y Marcianeke nombran su canción “LAS NAIK” generando un relato a través de la marca analizada. La canción, relacionada a conductas de riesgo adolescentes, referencia al sexo y al consumo de drogas, mientras que su video se muestra en un ambiente de fiesta y diversión.

Figura 21

Rayan Castro - JORDAN

Rayan Castro [Rayan Castro] (8 de mayo 2021). Ryan Castro - JORDAN (Video Oficial) [Video], https://www.youtube.com/watch?v=oFKu8wm7RcA&ab_channel=RyanCastro

Su videoclip es el más gráfico, haciendo una marcada referencia a la marca, el cantante colombiano Rayan Castro en su canción “JORDAN”, mostrando sus productos nombrandolo en su coro tanto a Nike como a Jordan. La canción hace referencias a desear tener relaciones sexuales con una joven que le gusta, nombrando como atributo caracteristico de si mismo el uso de estas marcas, como algo positivo.

Figura 21

Rayan Castro - Tweet

Rayan Castro [ryancastrro] (23 de junio 2021). Pusimos a todo mundo a vestir jordan y Nkie [Tweet], Twitter. https://twitter.com/ryancastrro/status/1407906152730537984

Twitter de Ryan Castro realizando una referencia a su canción.Todas las canciones posicionan la marca Nike en el coro de su estructura por lo que es un mensaje repetitivo.

Figura 22

Nicki Nicole, Lunay - No Toque Mi Naik

Nicki Nicole y Lunay [niki nicole] (24 de marzo 2021). Nicki Nicole, Lunay - No Toque Mi Naik (Official Video) [Video], https://www.youtube.com/watch?v=S8DxMEF90W4&ab_channel=nickinicoleVEVO

Lunay es de Puerto Rico Nicki Nicole es de Argentina.

Esta canción hace referencia a una advertencia en el actuar externo, avisando una repercución ante un acto; demostrando un tipo de marketing que resulta ser directo ante la constante repetición de la marca pero también indirecto ya que el usuario lo absorbe como parte de una canción y no como un recurso publicitario.

Figura 23

NANO - LAS NAIKY RKY

Nano [nano] (16 de diciembre 2021). NANO - LAS NAIKY RKT (Video Oficial) [Video], https://www.youtube.com/watch?v=jkBzz2uVnFw&ab_channel=Nano

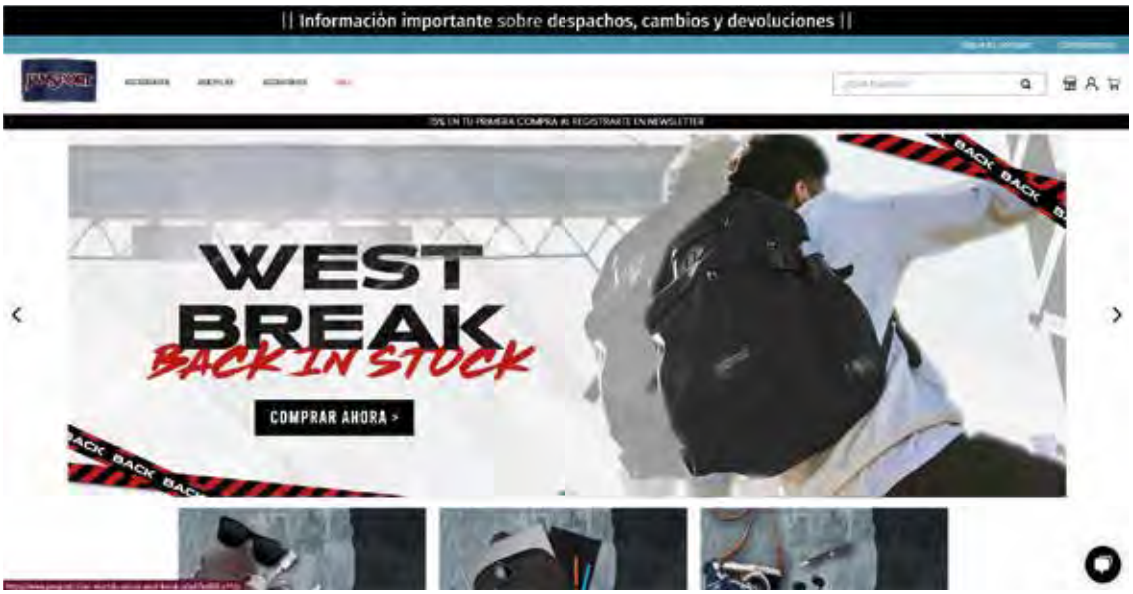
Nano musico urbano Argentino, menciona la marca de forma coloquial, es probable que no tenga autorización de la marca, sin embargo es un recurso que el cantante opta de esta manera llega a la multitud que agrade de la marca quienes están relacionados a su vez con su genero musical.

Las canciones en las que se nombra la marca poseen el factor común de pertenecer al género de música urbana, integran a Nike en su propuesta artística mostrándose como un elemento positivo y aceptado, dando un valor agregado a las personas que utilizan sus productos, especialmente zapatillas.

Figura 24
Portada de página web Jansport

Figura 25
Logotipo Jansport

Análisis de marca: Jansport	
Imágen: Portada de página web	Tipo de indumentaria: Accesorios



Logo / Logotipo / Isologo

Productos:

Mochilas
Estuches
Bananos

Variación de precios:

Accesorios:$7.990 - $19.990
Mochilas:$22.990 - $54.990

Modelos:

Son de contextura delgada y no se ve su rostro ya que las fotos enfatizan el producto.

Observaciones:

Combinacion de colores negro blanco, rojo, gris en este caso el color que genera mayor contraste es el negro.

El fondo que se muestra parece ser un sector de construcción. Esto hace referencia a la ciudad en la cual constantemente se aprecian edificaciones.

Actitud desafiante, se muestra un joven traspasando un lugar indedido, esto es por las lineas que simulan cintas de peligro.

Nota. *Portada de página web [Fotografía], Jansport, 2022, https://www.jansport.cl/*

Nota. *Logotipo Jansport [Fotografía], Jansport, 2022, https://www.jansport.cl/*

Colaboración

Figura 26

Jansport y Stranger Things

Nota*. Jansport y Stranger Things [Fotografía], Jansport, 2022,https://www.jansport.cl/137?initialMap=productClusterIds&initialQuery=137&map=productClusterIds,promotion&query=/137/si&searchState*

Asociado a Stranger Things serie original de Netflix.

Esta marca decide asociarse a la serie Stranger Things la cual consiste en un grupo de adolescentes que resuelven misterios en un pueblo, tienen actitud valiente y desafiante para resolver problemas, por lo que tiene sentido esta asociación ya que la marca enfocada en productos para el transporte de útiles escolares, se sitúa en un contexto que toma relevancia en la serie ante el constante uso de los jóvenes de mochilas, como producto indispensable para sus aventuras.

Figura 27

Despliegue de menú mochilas

Nota*. Despliegue de menú [Fotografía], Jansport, 2022, https://www.jansport.cl/*

Figura 28

Despliegue de menú accesorios

Nota*. Despliegue de menú accesorios [Fotografía], Jansport, 2022, https://www.jansport.cl/*

Gráfica sencilla lineal, da la sensación de una hoja de cuadernos dibujada, tal como si fuese en el colegio representando un dibujo técnico.

Modelos

Figura 29
Modelos de tienda

Nota*. Modelos de tienda [Fotografía], Jansport, 2022, https://www.jansport.cl/*

Figura 30
Modelos de banner

Nota*. Modelos de banner [Fotografía], Jansport, 2022, https://www.jansport.cl/*

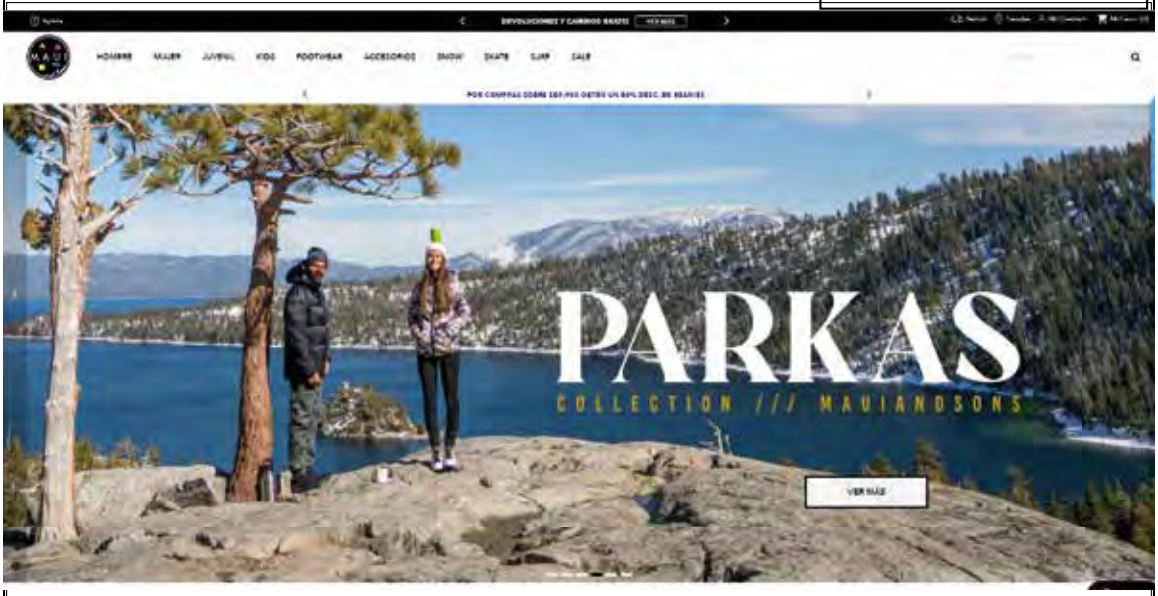
Los principales protagonistas son las mochilas, los modelos dan contexto y el paisaje es una ciudad acentuando el urbanismo.

La marca JANSPORT se especializa en la producción de mochilas, bananos y estuches, con su público objetivo adolescente, quienes utilizan estos accesorios en sus aulas de clases y fuera de ellas, a su vez sus imágenes publicitarias no muestran los rostros de los modelos, solamente se observa una contextura delgada y juvenil, se muestra a los adolescentes sobre un elemento de construcción de esta manera evoca a una acción indebida y atrevida que es atractiva para el usuario. Dentro de su oferta de productos se observa variedad en tamaños y formas, con el fin de que el cliente pueda elegir la que más se acomode a sus necesidades.

Figura 31
Portada de página wb Maui

Figura 32
Isologo Maui

Análisis de marca: MAUI		
Imágen: Portada de página web	Tipo de indumentaria:	Vestuario, accesorios, deportes de tabla.



Logo / Logotipo / Isologo	Productos:	Lentes de Sol	Parkas y Chaquetas
		Jockey y Gorros	Street Jacket
	Trajes de Surf	Billeteras	Overshirt y Cortavientos
	Poleras de Agua	Cinturones	Chiporros y polar
	Botines de Surf	Bolsos y Bananos	Polerones
	Toallas y Ponchos	Mochilas	Camisas
	Paleta de Playa	Calcetines y Boxer	Poleras
	Tablas y Bodyboards	Toallas y Paletas	Pantalones y Jeans
	Skateboard	Globe (zapatillas)	Shorts y Bermudas
	Cruiser y Longboard	Sandalias	Trajes de Baño
	Tablas y Decks	Hawaianas	Packs y Promociones
Variación de precios: $7.190 - $299.990	Observaciones: Texturas contrapuestas entre modelos.		
Modelos: Los modelos tienen apariencia caucásica.	Fondo de naturaleza, esto transmite que su marca está apta para soportar estaciones frias.		
	Continuidad de colores verticalmente, posicionando color blanco en los extremos o negro a los extremos		
	No se observan en los modelos otras exprecones corporales como piercing, taturaes o notorias dicidencias sexuales o generos no bindrios, se hace una diferencia marcada entre hombre y mujeres.		

Nota. *Portada de página web [Fotografía], Maui, 2022, https://mauiandsons.cl/*

Nota. *Isologo Maui [Fotografía], Maui, 2022, https://mauiandsons.cl/*

Figura 33
Maui And Sons Viña del Mar Open of Surf

Nota. *Maui And Sons Viña del Mar Open of Surf[Fotografía], Maui, 2022, https://mauiandsons.cl/blogg/post/maui-and-sons-vi-a-del-mar-open-of-surf-alas-3-estrellas.html*

Promoción

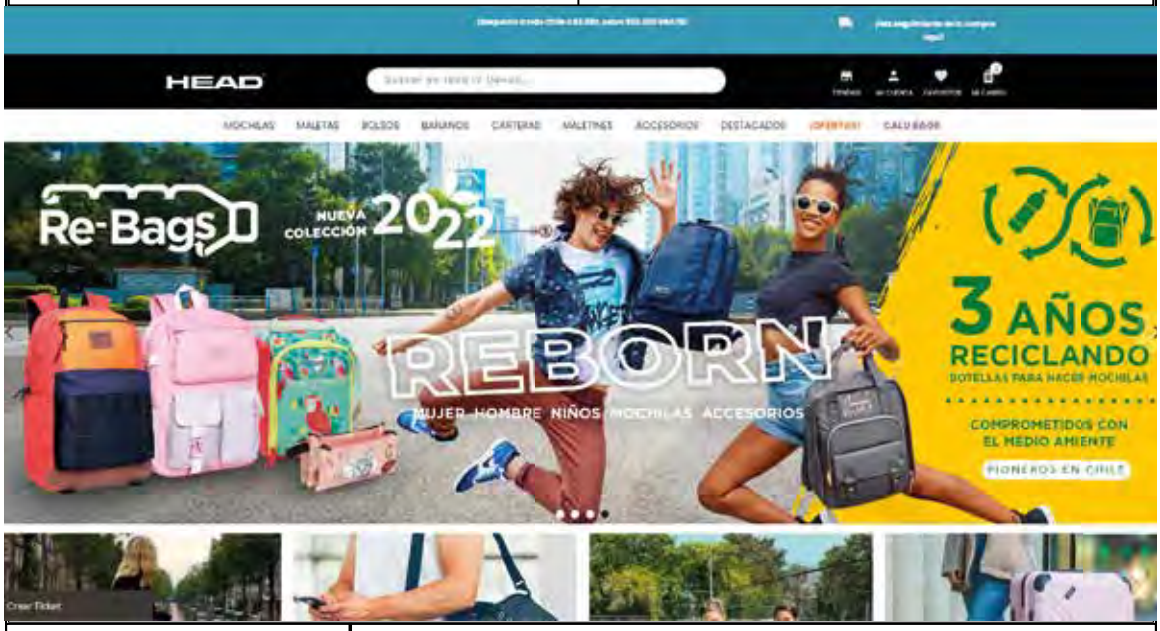
La marca Maui genera espacios de encuentro y participación para surfistas, promoviendo el deporte y promocionando su marca.

MAUI no muestra su marca de forma insistente como otras marcas dirigidas a adolescentes, ya que esta se muestra dirigida a un público de mayor remuneración y tal como se observó en Viña del Mar, es más importante la calidad de las prendas que mostrar la marca de manera evidente, esto se puede deducir por sus modelos de apariencia europea, excluyendo la diversidad de razas, a su vez los deportes que promueve no están al alcance de cualquier persona ya que el equipamiento genera un gasto que se debe costear.

Figura 34
Portada página web Head

Figura 35
Logotipo Head

Análisis de marca: Head	
Imágen: Portada de página web	Tipo de indumentaria: Accesorios



Logo / Logotipo / Isologo	Productos: Mochilas, Maletas, Bolsos, Bananos, Carteras, Maletines, Accesorios
Variación de precios: $4.190 - $94.991	Observaciones: Paisaje urbano
Modelos: Modelos de distintas edades, los protagonistas son adultos jovenes de contextura delgada y distintas razas.	Personajes vestidos con colores relacionados a la marca. Expresa una postura ante el cuidado al medio ambiente

Nota. Portada página web Head [Fotografía], Head, 2022, https://www.headchile.com/

Nota. Logotipo Head [Fotografía], Head, 2022, https://www.headchile.com/

Usuarios

Figura 36
Modelos Head

Nota*. Modelos Head Fotografía], Head, 2022, https://www.headchile.com/*

Esta marca es de gran versatilidad en cuanto a sus usuarios ya que se especializan en mochilas y bolsos es dirigido a todas las edades, siempre priorizando la comodidad y diversiadad en sus diseños, los cuales sulen ser monocromaticos o texturizados.

CALU

Marca nacida de HEAD dedicada exclusivamente a bolsos para mujer.

Si bien la marca no se dirige exclusivamente a adolescentes es relevante su mención ya que estos pasan mucho tiempo de sus días en instituciones escolares, necesitan transportar sus materiales de estudios en una mochila o bolso por lo que se vuelve un elemento indispensable , estos mismos son intervenidos y se transforman en medios de expresión sobre sus preferencias y gustos de distintos tipos, disidencias sexuales, grupos musicales, preferencias cinematográficas, este producto tiene una función de transporte y a su vez de comunicación no verbal emitiendo mensajes claros y directos sobre cómo desean ser percibidos por la sociedad que lo rodea.

Análisis general de las marcas

En cuanto a las marcas que pudieron ser identificadas, se genera un énfasis en conceptos como audacia, comodidad, rebeldía y diversión.

Estas a su vez utilizan técnicas de persuasión indirectas aliándose a figuras con las cuales estos jóvenes puedan sentirse identificados y sean referentes, a su vez, deben tener algún tipo de conexión con la marca en el caso de los músicos nombran la marca en sus canciones asociando la marca a un público específico también algunos muestran el producto en sus videoclip, lo mismo pasa con los deportistas de riesgo quienes representan su esencia y les permite mostrar visualmente la marca de manera natural y llamativa.

Pasando por artistas musicales urbanos, deportistas de riesgo y series populares son algunos de los métodos de publicidad indirecta que utilizan para llamar la atención del joven y prefieran su marca.

Las diversidades de género y la libertad de elección que están poseyendo las nuevas generaciones respecto a este, indica una inclinación a disminuir la brecha entre lo femenino y lo masculino, aceptando a su vez bellezas distintas que difieren del clásico modelo caucásico que aunque se siga presentando no parece ser el tipo de modelo adecuado en este tiempo. Los colores blanco y negro son escenciales para representar la union de la dualidad en una prenda sin caer en diferencias de genero, tal como lo hace Converse con su modelo Chuk Taylor All Star y Adidas con su modelo Superstar, ambas son tipo unisex y presentan las mismas características de color.

Entrevista a profesionales de la psicología

Para comprender qué pasaría con el usuario en cuanto a su autoexpresión tanto individualmente como en su interacción con el exterior, se consulta a profesionales de la psicología a través de una entrevista desarrollada por distintos medios según el profesional contactado entre ellos Gmail, Meet y Whatsapp, a continuación se presenta la entrevista realizada.

Sistema comunicacional de autoexpresión a través de indumentaria para la generación Z

Estimados profesionales de la psicología, las siguientes preguntas tienen relación con la comunicación no verbal que utilizan los jóvenes adolescentes a través de su indumentaria.

El proyecto de Título en desarrollo consiste en la generación de un producto de indumentaria personalizable que permita a los adolescentes comunicarse de manera no verbal expresando parte de su interior para ser recepcionado por el entorno que lo rodea, de esta manera permite al joven expresarse gráficamente desde su perspectiva personal generando una declaración de identificación con el mensaje entregado durante el tiempo que desee.

1.-¿Según su perspectiva será posible reconocer a través de esta autoexpresión gráfica si el adolescente tiene tendencias a caer en conductas de riesgo o ya se encuentra ejerciendo alguna?

2.-¿Qué elementos gráficos utiliza en su quehacer profesional para reconocer estados anímicos de las personas?

3.-¿Que provocaría en el adolescente, desarrollar una imagen o un mensaje propio que sea expuesto a su entorno familiar y escolar?¿El ejercicio de realizar la expresión personal será perjudicial o benéfico para el joven?
Por ejemplo: es perjudicial para el joven ya que se expone a críticas externas o es beneficioso ya que el joven se puede expresar libremente exteriorizando sus preferencias e inclinaciones

4.- ¿Cree que un producto que invite a la auto expresión le permita generar un mejor análisis del caso a tratar?¿ Lo utilizaría como antecedente?

Gracias por su apoyo.

Stephany De La Paz Fernández, estudiante de la carrera de Diseño de la Universidad de Valparaíso.

Análisis de las entrevistas

1.- ¿Según su perspectiva será posible reconocer a través de esta autoexpresión gráfica si el adolescente tiene tendencias a caer en conductas de riesgo o ya se encuentra ejerciendo alguna?

No es determinante que un adolescente por utilizar indumentaria referida a alguna conducta de riesgo la esté ejerciendo o vaya a ejercerla debido a que ellos en su búsqueda de identidad se relacionan por vínculos que se forman por afinidades de intereses primordialmente musicales, por lo que pueden utilizarlo para ser aceptado por sus pares a su vez, reconocen que es relevante en el proyecto la identificación, diferenciación y el reconocimiento del entorno para forjar la personalidad del adolescente.

2.- ¿Qué elementos gráficos utiliza en su quehacer profesional para reconocer estados anímicos de las personas?

En la segunda pregunta se responde que la mayoría de los profesionales usa elementos gráficos esto les permite indagar de forma no verbal en rasgos de personalidad y mecanismos de defensa, para ello se realizan ejercicios gráficos guiados pero para poder hacer uso de este recurso es necesario un análisis previo del caso a tratar, a su vez la autoexpresión les permite depositar su emoción en un producto concreto ayudando en su salud mental a través de la libre expresión, pero para poder hacer uso de este recurso es necesario un análisis previo del caso a tratar.

3.- ¿Que provocaría en el adolescente, desarrollar una imagen o un mensaje propio que sea expuesto a su entorno familiar y escolar?¿El ejercicio de realizar la expresión personal será perjudicial o benéfico para el joven?
Por ejemplo: es perjudicial para el joven ya que se expone a críticas externas o es beneficioso ya que el joven se puede expresar libremente exteriorizando sus preferencias e inclinaciones

Los profesionales concuerdan que el entorno que rodea al joven es determinante para generar una reacción positiva de autoconocimiento y aceptación, es relevante el rol de su red de apoyo ya que si no lo contiene y el adolescente posee baja autoestima puede reaccionar negativamente y no desarrollar habilidades sociales que le permitan enfrentarse a dificultades, la expresión al joven le permite identificarse con elementos que conforman su identidad y entorno cultural lo cual permitirá conocerlo más, dar cuenta de rasgos identitarios ayuda a su entorno a reconocer temas de interés en los cuales si se expresa una inclinación a algún acto de riesgo se pueden generar espacios de educación que ayuden al adolescente en su etapa de desarrollo.

4.- ¿Cree que un producto que invite a la autoexpresión le permita generar un mejor análisis del caso a tratar?¿ Lo utilizaría como antecedente?

El producto tiene una mayor aceptación desde el uso preventivo exponiendo los intereses del joven expresándose libremente, mientras que en el caso de ser usado en una consulta es también aceptado ya que permite a los profesionales indagar en el caso identificando su construcción de identidad, a su vez servirá como tema de conversación y si es una elaboración propia es mucho más acertado.

Elementos relevantes de mencionar

Otro elemento a resaltar de la entrevista es la continua insistencia ante las redes sociales como principal medio de comunicación que poseen los jóvenes, del cual generan su autoexpresión, este medio es legítimo y se ven expuestos tanto a la aceptación como a críticas, sin embargo es un medio digital no palpable del cual es posible hacer uso.

Más allá de la detección, de si el adolescente cae en conductas de riesgo o no, es en el ejercicio de la autoexpresión en donde existe la prevención para adolescente en caer en conductas de riesgo.

A continuación se presentan las entrevistas realizadas a profesionales de la psicología de SENDA, Región Metropolitana y Región de O'Higgins y de la Universidad de Valparaíso.

Sergio Roman Berrios, Gestor de Tratamiento SENDA, Región de O'Higgins.

1.- ¿Según su perspectiva será posible reconocer a través de esta autoexpresión gráfica si el adolescente tiene tendencias a caer en conductas de riesgo o ya se encuentra ejerciendo alguna?

"Sin duda que una de las etapas de la vida que históricamente en las sociedades modernas occidentales se ha caracterizado por el cambio es la adolescencia. Y una de las variables que analizamos los psicólogos es la motivación que las personas tienen para enfrentar los conflictos que se le presentan en su vida y la visualización que puedan tener sobre conductas de riesgos que puedan estar desarrollando. Un elemento interesante en el Trabajo es la clasificación de la adolescencia, pero en especial de la especificación de que hoy hablamos de la generación Z un grupo de adolescentes jóvenes nacidos post 2000 que se caracterizan por ser nativos digitales , jóvenes globalizados y que tienen un acceso a la moda mucho más universal a través de los medios digitales, si ya en la generación x y la y estos fenómenos de globalización fueron influyendo en la forma de vestir, en esta última generación marca definitivamente su organización.

La comunicación verbal y no verbal es clave al momento del diagnóstico de alguna conducta que pueda estar afectando a la persona, (si entendemos por esto conductas de riesgo), cualquier mensaje no verbal y en este caso la expresión gráfica debería ser un elemento que permitiera al profesional de la psicología, ser uno de los elementos que le permitiera realizar un análisis de conductas y expresiones del observado. Siempre expresamos , cuando estamos tristes o frente a un duelo colores como el negro se asocian a esa condición, sin embargo hay que ser cuidadoso de no caer en sesgos ya que muchos grupos o tribus urbanas tomas estos colores y asumen formas de vestir como parte de una consigna critica y no necesariamente expresan un estado de animo propio.

Para mi la autoexpresión gráfica permite conocer un elemento de la personalidad y la expresión de esta , lo que ayuda al diagnóstico y el trabajo y reconocimiento de emociones en la persona."

2.- ¿Qué elementos gráficos utiliza en su quehacer profesional para reconocer estados anímicos de las personas?

"En la psicología el uso de elementos gráficos ha sido muy importante desde sus orígenes ya que nos permite acercarnos al conocimiento de la persona. Diversos autores han generado trabajos para análisis gráficos proyectivos, como test de persona, árbol, casa, que permiten conocer elementos de la conducta y que son los elementos con los que se trabajo en consulta ya que además ayudan mucho en la construcción de vínculo en pacientes donde lo verbal aparece con mayor dificultad . También existen estudios asociados al color que nos permiten analizar la estructura de la persona, en fin hay elementos que utilizo en mi quehacer para

el análisis . Muchos de estos elementos gráficos se ocupan en el diagnóstico pero también muchos elementos gráficos audiovisuales y digitales son ocupados en procesos posteriores de terapia para poder interactuar con los pacientes que muchas veces responden mejor a este tipo de elementos, sobre todo jòvenes donde lo digital les permite comunicarse de mejor manera y les es un lenguaje natural (como nativos digitales) versus gente mayor donde la comunicación análoga es mas segura"

3.- ¿Que provocaría en el adolescente, desarrollar una imagen o un mensaje propio que sea expuesto a su entorno familiar y escolar?¿El ejercicio de realizar la expresión personal será perjudicial o benéfico para el joven?
Por ejemplo: es perjudicial para el joven ya que se expone a críticas externas o es beneficioso ya que el joven se puede expresar libremente exteriorizando sus preferencias e inclinaciones

"Es complejo predecir la conducta o el comportamiento de las personas frente a determinadas situaciones en especial en contextos sociales distintos como el familiar o escolar, y hablar con certeza de que provocaría puede sonar un poco vanidoso si entendemos que todas las personas somos distintas en nuestra psicología, sin embargo podemos generar ciertas aproximaciones que nos ayuden a comprender la conducta de los sujetos. En general el concepto que creo prima aquí por un lado es la autoestima y la seguridad del adolescente que lo puede llevar a expresar su conducta a través de su imagen sin problemas , si además su red de apoyo lo valida, por ejemplo sus compañeros de colegio, le permitirán expresar sin que eso tenga un impacto que se pueda entender como perjudicial, sin embargo si esta red no lo contiene y su autoestima es baja este joven puede reaccionar negativamente al entorno y no desarrollar las habilidades sociales necesarias que le permitan enfrentar dificultades , ante lo cual puede ser esto perjudicial .

Si un joven genera una desarrollo emocional adecuado y cuenta con redes de apoyo saludables, cualquier forma de expresiòn lo ayudará en su desarrollo personal y la expresión propio de su mensaje tendrá una retroalimentación positiva, un fenómeno que puede servir como ejemplo es el uso de las redes sociales y como estas hoy son parte de la identidad de muchos jóvenes y constituyen un espacio más de comunicación"

4.- ¿Cree que un producto que invite a la autoexpresión le permita generar un mejor análisis del caso a tratar?¿ Lo utilizaría como antecedente?

"Sin duda que cualquier elemento que ayude al contacto emocional y el reconocimiento de estados de ánimo es una herramienta única, sobre todo con pacientes que presentan dificultades de expresión puede ayudar al desarrollo de un diagnóstico más acabado de las necesidades de esa persona y claro que lo utilizará como antecedente, es una muy buena idea"

Hernán Caucao Gualamán, Asesor de prevención, SENDA, Región Metropolitana.

1.-¿Según su perspectiva será posible reconocer a través de esta autoexpresión gráfica si el adolescente tiene tendencias a caer en conductas de riesgo o ya se encuentra ejerciendo alguna?

"Existe una relación entre el mundo interno y como se proyectan a través de sus expresiones referido al aspecto en general tipos de ropa, corte de pelo, como este adolescente busca una imagen que proyectar, tiene que ver con la música, tríbus urbanas con la que se genera una definición, ahora la variedad es más amplia, el abanico es más variado en la expresión estética,si se generan estas expresiones pero con distintas sensibilidades y el abanico de emociones se puede leer. No es concluyente, pero si el estado anímico se muestra de forma variada, no sólo la rabia y el disgusto como antes, ahora se proyectan melancolía y pena entre otras."

2.-¿Qué elementos gráficos utiliza en su quehacer profesional para reconocer estados anímicos de las personas?

"En el trabajo todo lo gráfico es validado al momento de acercarse a los adolescentes se hacen talleres de serigrafía, ellos expresan en un espacio en blanco algo que lo identifica explora el mundo interno. Los medios digitales en redes sociales son otra forma de expresión, se trabaja en talleres con adolescentes de escuelas en establecimientos públicos principalmente y también subvencionados, la prevención aborda problemáticas que tienen mismo origen, existen factores comunes que abordan variadas problemáticas. La expresión no solo apoya su salud mental también apoya a que se eviten estas conductas, mientras antes sea la prevención, más general se desarrolla."

3.-¿Que provocaría en el adolescente, desarrollar una imagen o un mensaje propio que sea expuesto a su entorno familiar y escolar?¿El ejercicio de realizar la expresión personal será perjudicial o benéfico para el joven?
Por ejemplo: es perjudicial para el joven ya que se expone a críticas externas o es beneficioso ya que el joven se puede expresar libremente exteriorizando sus preferencias e inclinaciones

"Expresión con el mundo, fuera del sistema son expresiones válidas, como es recepcionado depende de en donde se utiliza, puede ser una provocación generalmente son para perturbar, la adolescencia desafía la autoridad."

4.- ¿Cree que un producto que invite a la autoexpresión le permita generar un mejor análisis del caso a tratar?¿ Lo utilizaría como antecedente?

“Sí rotundo, como el adolescente logra la expresión cada vez que logran comunicarse desde su mundo interno, en los talleres de serigrafía crean desde ellos mismos hacia el exterior. En la etapa de adolescencia es necesaria la expresión como medio de comunicación.”

Karina Peña Albornoz, profesional de la dupla psicosocial del programa prepara2 de educación de SENDA, Comuna de Rancagua, Región de O'Higgins.

1.-¿Según su perspectiva será posible reconocer a través de esta autoexpresión gráfica si el adolescente tiene tendencias a caer en conductas de riesgo o ya se encuentra ejerciendo alguna?.

"No necesariamente podrían ocurrir conductas de riesgo a través de la autoexpresión, también podrían ocurrir conductas de autoexploración, auto-liberación y creatividad en el consultante. Se podría hipotetizar que esta forma de comunicar fomenta una diferenciación e identificación en el consultante."

2.-¿Qué elementos gráficos utiliza en su quehacer profesional para reconocer estados anímicos de las personas?.

"Dentro de la Consulta se aplican diferentes test grafológicos, la persona bajo la Lluvia PBLL, dibujo libre, test wartegg, la casa el árbol y la figura humana.
Estas herramientas psicodiagnósticas nos permite obtener ciertos rasgos de personalidad y dilucidar mecanismos de defensa, fantasías inconscientes, miedos, deseos y amenazas del consultante."

3.-¿Que provocaría en el adolescente, desarrollar una imagen o un mensaje propio que sea expuesto a su entorno familiar y escolar?¿El ejercicio de realizar la expresión personal será perjudicial o benéfico para el joven?
Por ejemplo: es perjudicial para el joven ya que se expone a críticas externas o es beneficioso ya que el joven se puede expresar libremente exteriorizando sus preferencias e inclinaciones

"Desde un ámbito psicoterapéutico provocaría, liberación, proyección, capacidad de comunicar, capacidad creativa, generar identidad, diferenciación, libertad y desahogo en su expresión corporal. Sin perjuicio dentro de lo social, parental y transgeneracional podría fomentar manifestaciones sintomáticas, discriminatorias y valóricas."

4.- ¿Cree que un producto que invite a la auto expresión le permita generar un mejor análisis del caso a tratar?¿Lo utilizaría como antecedente?.

"Provocaría tener una comprensión y un punto de vista reflexivo en torno a sus distintas manifestaciones, como un punto de partida y entrada a la observación de lo corporal y físico del consultante; sin perjuicio tratar de no caer en la categorización o estigmatización por los distintos colores, diseños y accesorios que puede usar el consultante. Es relevante conocer los colores y accesorios del consultante, cómo las significa en su cotidianidad a partir de su autobiografía e historia."

Ps.Mg. Ana María Bacigalupo Falcón, Académica Pre y Post Grado, Coordinadora de Prácticas, Escuela de Psicología, Universidad de Valparaíso.

"Antes de dar inicio a la entrevista quisiera comentar que para los adolescentes es muy importante el proceso de desarrollo social con su grupo de pares forjan la identidad con el ser joven es importante expresar y que tenga aceptación por su entorno, las redes sociales son un recurso que ellos utilizan a modo de expresar su identidad.

Ellos buscan configurar su identidad y diferenciarse respecto al resto; el colegio impone rasgos formales y pone muchas restricciones, tu proyecto permite encauzar ese proceso de desarrollo"

1.- ¿Según su perspectiva será posible reconocer a través de esta autoexpresión gráfica si el adolescente tiene tendencias a caer en conductas de riesgo o ya se encuentra ejerciendo alguna?

"Tiene matices ya que en algunos casos sí pero en otros no, no es claro, podrían dejarse llevar por influencias, por ejemplo un joven que usa una imagen de marihuana podría hacerlo por moda. En el caso de por ejemplo de suicidios algunos muestran estados anímicos en redes sociales, señales que podrían inferir una conducta de riesgo pero no es concluyente. Lo principal que aporta el proyecto es el autoconocimiento y reconocimiento del entorno."

2.- ¿Qué elementos gráficos utiliza en su quehacer profesional para reconocer estados anímicos de las personas?

"No lo utilizo, existen varios instrumentos proyectivos de interpretación, test de familia, persona bajo la lluvia, en mi experiencia las habilidades psicomotoras del paciente se involucran en el resultado, a su vez la motivación que este tenga; por otro lado, no hay estudios concretos y existe poca validez estadística."

3.- ¿Que provocaría en el adolescente, desarrollar una imagen o un mensaje propio que sea expuesto a su entorno familiar y escolar?¿El ejercicio de realizar la expresión personal será perjudicial o benéfico para el joven?
Por ejemplo: es perjudicial para el joven ya que se expone a críticas externas o es beneficioso ya que el joven se puede expresar libremente exteriorizando sus preferencias e inclinaciones

"Depende del entorno, si lo valida, se ve reforzado su proceso de autoconocimiento y aceptación, por otro lado si el entorno lo cuestiona, humilla, crítica lo deja vulnerable ante su autoimagen."

4.- ¿Cree que un producto que invite a la autoexpresión le permita generar un mejor análisis del caso a tratar?¿ Lo utilizaría como antecedente?

“No lo utilizo, por mi posición, otros si tras dialogar con la persona puede ser una herramienta de psicoanálisis, pero solo por mirar algo no se puede inferir o levantar hipótesis.”

Ps. Mg. Paula Solervicens Silva, Psicóloga Clínica Infantojuvenil, Directora de Postgrado y Postítulo, Escuela de Psicología - Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Valparaíso.

1.-¿Según su perspectiva será posible reconocer a través de esta autoexpresión gráfica si el adolescente tiene tendencias a caer en conductas de riesgo o ya se encuentra ejerciendo alguna?

"No me parece que sólo por mostrar alguna vestimenta particular se pueda identificar conductas suicidas u otras de riesgo."

2.-¿Qué elementos gráficos utiliza en su quehacer profesional para reconocer estados anímicos de las personas?

"Uso materiales concretos como cartas con dibujos o iconos de emociones, lo utilizo con niños y niñas."

3.-¿Que provocaría en el adolescente, desarrollar una imagen o un mensaje propio que sea expuesto a su entorno familiar y escolar?¿El ejercicio de realizar la expresión personal será perjudicial o benéfico para el joven? Por ejemplo: es perjudicial para el joven ya que se expone a críticas externas o es beneficioso ya que el joven se puede expresar libremente exteriorizando sus preferencias e inclinaciones

"Creo que la expresión es legítima y que se debe estimular, si el/la joven desea ejercerlo, pero el efecto es difícil de predecir en general, ya que hay que considerar elementos contextuales y socio históricos."

4.- ¿Cree que un producto que invite a la autoexpresión le permita generar un mejor análisis del caso a tratar?¿ Lo utilizaría como antecedente?

"Generar experiencias de autoexpresión podría ser positivo en algunas personas, pero es difícil hacer una afirmación general ya que depende de la situación clínica de cada persona."

Javier Morán Kneer, Psicólogo Clínico, Doctor en Psicoterapia,
Docente Departamento de Psicología Clínica, Escuela de Psicología, Universidad de Valparaíso, Investigador Instituto Milenio para la Investigación en Depresión y Personalidad (MIDAP)

1.-¿Según su perspectiva será posible reconocer a través de esta autoexpresión gráfica si el adolescente tiene tendencias a caer en conductas de riesgo o ya se encuentra ejerciendo alguna?

"La forma en que se visten para la escolaridad definitivamente depende de contextos escolares ya que hay algunos colegios que poseen más flexibilidades que otros respecto a la uniformización de la gente y hay otros que no poseen uniformes, pero donde si lo hay tambien hay un margen que pasa por las misiones y visiones de los colegios, también hay un límite en donde los estudiantes los sobrepasan y modifican parte de su uniforme, lo que dan cuenta estas expresiones como cortes de pelo, aros anillos, etc. tiene que ver con las posibilidades en donde se da cuenta de manera visual su identidad, dicho esto pensando que en una mochila se exponen ciertas imágenes alusivas a elementos de riesgo no significa necesariamente están asociadas a riesgo ya que están en un proceso de definición identidad en que la imagen no necesariamente define una conducta de los jóvenes sino mas bien la adhesión a sentirse parte de ciertos grupos, ante un análisis sociológico la adhesión a un grupo significa incompatibilidad ante otro grupo eso genera un posicionamiento de cuestionamiento y violencia hacia grupos distintos por ejemplo un neonazi y toda la ideología que hay detrás se podría potenciar, al estar dando cuenta de la identificación con ciertos grupos.

Si ya se ejerce conductas de riesgo no es determinante, depende más bien de las ganas de identificarse con ciertos elementos, pero la conducta por sí misma no se caracteriza por la forma en que decora su mochila, que posicione una hoja de marihuana no significa que consuma, es más bien, no quien soy, si no, con que me identifico, quizás el joven se siente más cómodo en un ambiente en el que se consuma marihuana pero no significa que vaya a consumir o consuma en el futuro, seguramente si se le ponga música alusiva a la marihuana va a disfrutarla."

2.-¿Qué elementos gráficos utiliza en su quehacer profesional para reconocer estados anímicos de las personas?

"El estado de ánimo se identifica más bien conversando con la persona ya que mostrar cómo se siente en ciertos momentos, no significa que se sienta de cierta forma, si no que me vean de cierta forma, es como una trampa en el que puede caer en entender que ciertas emociones están asociados a la forma en que las personas se ven, hay fenómenos sociológicos más complejos que habría que estudiar, porque en parte se están identificando, pero eso no da cuenta de que hay un estado anímico detrás de eso, más bien se siente más cómodo o le da

identidad, por el grupo que se está identificando, por ejemplo vestirse emo no significa que esté depresivo pero sí considerar que hay chicos que que se identifican con cierto modelo y luego les cuesta salir de ahí ya que otro aspecto es la exigencia de que el joven se mantenga relativamente estable ya que cuando cambian los intereses cambian los vínculos.

Por otro lado el método de identificar de forma gráfica lo que ocurre, tiene que ver con las producciones personales y hablar de ellas por ejemplo un dibujo, no necesariamente un dibujo guiado y de ahi sacar una depresión, es más decidor discutir con más detalle una creación que tenga la persona, por ejemplo si dibujan y ellos te cuentan una historia y parte de esos detalles se identifican síntomas esto también tiene que ver con el momento en el que lo produce; el expresarlo les hace bien para sus síntomas como una forma de depositar esos afectos, pero no necesariamente para otras personas va a representar ciertos afectos."

3.-¿Que provocaría en el adolescente, desarrollar una imagen o un mensaje propio que sea expuesto a su entorno familiar y escolar?¿El ejercicio de realizar la expresión personal será perjudicial o benéfico para el joven?
Por ejemplo: es perjudicial para el joven ya que se expone a críticas externas o es beneficioso ya que el joven se puede expresar libremente exteriorizando sus preferencias e inclinaciones

"Es totalmente necesaria a esta edad y es bueno que existan espacios que lo promueven y lo acepten también informa a otras personas sobre sus intereses que está ligado al tema identitario que es muy importante, por lo que cualquier posibilidad de dar espacio de depositar en elementos concretos, partes internas, es necesario, ojo que los adolescentes en término de formas de pensamiento y funcionamiento son bien concretos no abstractos, traducirlo en un producto hacer una canción, un dibujo, guardar una carta que le han regalado, los objetos con significado poseen más valor que un bien material.

Es más muestran a través de la expresión, la identificación con ciertos símbolos la posibilidad de mostrar a otras personas el contexto en el que se rodea no necesariamente de lo que están haciendo por ejemplo un rockero no significa que toque guitarra o se adhiere al mensaje de la canción, quizás más bien, representa algo que se identifica con la rebeldía y decir yo soy distinto por escuchar este tipo de musica, me diferencia del resto que escuchan otras cosas, pero ¿por qué identificarse con esto y quiere diferenciarse de otro? ¿Qué significa este símbolo? Esto lo lleva al contexto familiar y cultural de la persona y a medida que se conoce la persona en términos culturales te acerca a conocer un poco más de ellos.

Evidentemente que tengo cuestionamiento éticos de tras de lo que usan, estoy pensando en la adolescencia como etapa de desarrollo, hay que pensar que etariamente pueden haber ciertas situaciones que requieran la orientación de los cuidadores por ejemplo el tema de la marihuana lo pienso en un joven de cuarto

medio, pero si alguien de 11 años está con estos símbolos no necesariamente da cuenta de un riesgo sino más bien de la necesidad de orientación para tocar temas que ya conocen, es como decir "ojo estoy conociendo de estos temas, forma parte de la cultura en la que estoy parece un elemento positivo", así que ahí uno tiene posibilidades de intervenir y explicar de manera psicoeducativa y efectiva, por lo que es necesario omar en cuenta las diferencias etarias, cual adolescencia no es para todos lo adolescentes, ya que no es lo mismo para todos."

4.- ¿Cree que un producto que invite a la autoexpresión le permita generar un mejor análisis del caso a tratar?¿ Lo utilizaría como antecedente?

"Cualquier cosa que promueva la autoexpresion es maravilloso para identificar su historia de construcción de identidad, en la adolescencia tener preferencias y gustos es elemento esencial en la clínica, si llega alguien a la consulta por malas notas no se conversa de malas notas, los temas pasan por otros elementos, si alguien llega con tu proyecto el psicólogo puede tomarlo como un punto de conversación el que el adolecente exponga su preferencia y tomar información relevante respecto a ello, por ejemplo si un joven llega con una imagen de minecraft el psicólogo puede reconocer los intereses que tiene, las cantidad de horas que pasa en el juego, con quienes juegas… etc."

Los límites de la autoexpresión

En gran parte de la educación escolar chilena se presenta la imposibilidad de los estudiantes de asistir a sus instituciones de educación básica y media, con vestimenta libre, ellos deben usar uniforme obligatorio, por lo que buscan otros medios de expresarse en su indumentaria. ¿Cuáles son los límites de la expresión no verbal en los estudiantes?.

El ministerio de educación no obliga a los establecimientos escolares a utilizar uniforme escolar por lo que cada establecimiento posee un reglamento interno que define su uso.

“La decisión del uso obligatorio del uniforme escolar es del establecimiento y se debe generar a partir del acuerdo entre el director, el Centro de Padres y Consejo de Profesores, previa consulta al Centro de Alumnos y Comité de Seguridad Escolar.”

Superintendencia de Educación

Para reconocer las restricciones existentes y de qué manera es posible ingresar un producto aceptado por los establecimientos escolares se leen los reglamentos escolares de:

Colegio los Príncipes
Pan American College
Colegio Inmaculada de Lourdes
Colegio Sagrados Corazones Monjas Francesas
Colegio Profesor Huguet
Escuela Hugo Errázuriz
St Paul's School
Colegio Internacional Valparaíso
Colegio San Pedro Nolasco
Colegio Saint Thomas

Los colegios consultados poseen enseñanza media, uniforme obligatorio y pertenecen a Viña del Mar o Valparaíso.

Se genera una tabla comparativa entre la indumentaria que es obligatoria esto quiere decir que el establecimiento no permite el uso de otra prenda que no sea la exigida, las que poseen condicionantes, estas poseen restricciones en su uso pero cierta flexibilidad dependiendo del establecimiento y las que son libres de uso, esto puede ser usado tanto en el establecimiento escolar como en el exterior.

Restrictivo	Condicionantes	Uso libre
Prendas superiores		
Prendas inferiores		
Calcetas		
Zapatos		
Zapatillas	Zapatillas para uso deportivo, colores claros No se aceptan zapatillas de colores fluorecentes Zapatillas negras o blancas Zapatillas deportivas blancas, negras, grises o azul marino. Zapatillas no fosforescente, sin ruedas ni luces	Zapatillas
Calcetas deportivas con color especifico, generalmente blancas		Calcetas deportivas
Adornos faciles y corporales	Cabello teñido de un solo color y aspecto natural Adornos faciles y corporales previa autorización de los apoderados	
Accesorios	Accesorios con condicionamiento de color adherido a la marca del colegio	Accesorios
Mochila de color azul, gris o negra.	Mochila preferentemente de color azul	Mochilas

Para facilitar la comprensión de la tabla se definen adornos faciales y corporales y accesorios a través de la definición de estos según los reglamentos escolares del colegio Pan American College y el colegio Friendly High School respectivamente.

Adornos faciales y corporales:

Mujeres:
cabellos de colores; cortes de pelo o peinados extravagantes o de fantasía, como dreadlocks, gothic, punk, emo y otros; maquillaje; uñas pintadas; aros colgantes y/o artesanales; collares; pearcing o similares; pulseras u otro tipo de alhajas; gorros, tatuajes, pañuelo al cuello, a la cabeza o en las muñecas.

Hombres:
uso de bigote; barba o pera; patillas largas; teñidos de cabellos de colores y cortes de pelo extravagantes o de fantasía, como dreadlocks, gothic, punk, emo y otros; uñas pintadas; aros; collares; pearcing o similares; pulseras; gorros, tatuajes, pañuelo al cuello, a la cabeza o en las muñecas.

Accesorios: collet, cintillo, gorro, bufanda, guantes, etc.

Análisis

De acuerdo a lo consultado en los reglamentos escolares de cada institución se identifica que el elemento con mayor libertad de uso por parte del estudiante son las mochilas, con restricción en colores en un solo colegio, mientras que en otro se insinúa una preferencia no obligatoria por el color azul, otros elementos que poseen mayor libertad son las calcetas deportivas y zapatillas, sin embargo, estas son utilizadas solo al momento de realizar educación física u ocasiones especiales por lo que no se presenta la mayoría del tiempo en su vestimenta formal, por otro lado los accesorios utilizados en su mayoría deben ser del color institucional, por lo que puede variar según el establecimiento, otro aspecto a destacar es la insistencia en la presentación personal y su regularidad en donde se presenta un control no solo en su vestimenta sino que también en su expresión corporal.

Con esto se identifica la mochila como el elemento que permite a los estudiantes a expresarse sin mayores restricciones, por lo que se pretende utilizar este medio como un canal comunicacional del cual los jóvenes puedan expresarse libremente.

COLECCION

Para dar inicio al desarrollo de la colección se toman en consideración los puntos tratados anteriores buscando una forma de autoexpreción en distintos elementos de indumentaria sin definición de género, a modo de dar diferentes opciones de medio comunicacional y tipos de diseños.

La mayoría de los diseños poseen una lámina plástica la cual es posible intervenir con plumones de pizarra, y ser borrados con el mismo traje, la mano o cualquier elemento textil para dar chance a otra creación del usuario, en menor medida se utiliza un recurso de pixel art en el cual es posible cambiar el color del producto por cuadrado predefinido al ser deslizado.

Se contextualiza en la estación de invierno dando protección y calor.

EXPRESA LO QUE ERES

PALETA DE COLORES

#000000
Sin luz

#ffffff
Destello

#C0C0C0
Ornamentado

La paleta de colores proyecta el contraste de tonos brillantes ante la ausencia de luz dando un foco de atención que será intevenido por su portador, siendo utilizado con fines comunicacionales y de autoexpresión invitando a exponer desde la personalización, eovoca un espacio tecnológico y personal, tal como el uso de aparatos tecnológicos y sus medios de comunicación masivos tan recurrentes en su uso diario.

Diseño Con Armadura

Como es conocido, la adolescencia es un periodo de alta complejidad por lo que se presentan este tipo de diseños que emulan una protección visual extra, la cual al ser expuesta permite la generación de mensajes, una vez no se desee expresar se puede tapar la zona de comunicación, a su vez ser borrada con un movimiento vertical u horizontal dependiendo de la idumentaria, para dar paso a un nuevo mensaje.

Su interior es suave emitiendo confort y seguridad al usuario; siendo suave por dentro y rudo por fuera.

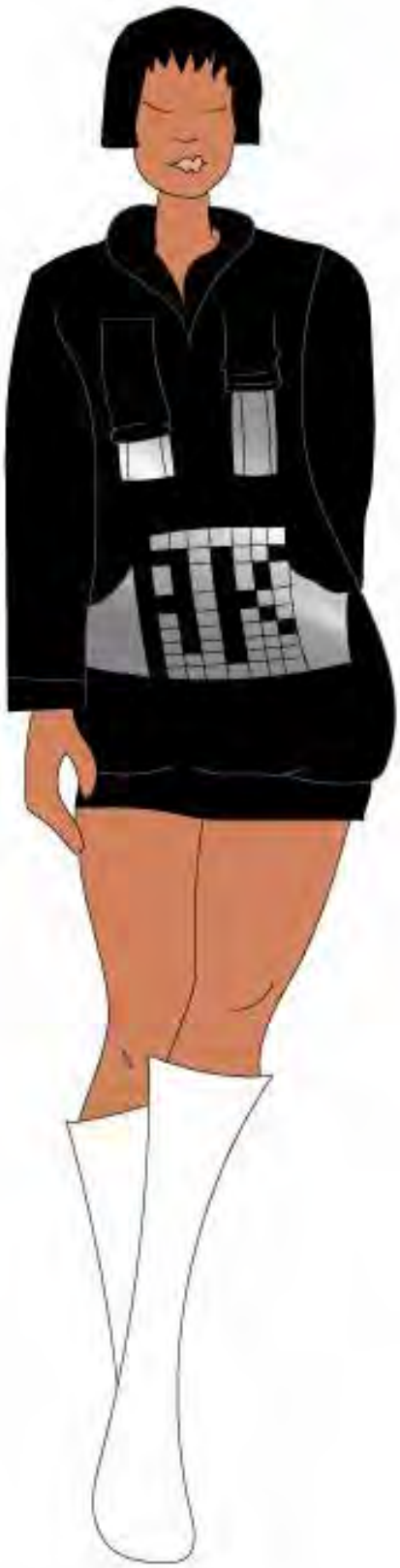
Todos los diseños en su exterior su color base es sin luz, tienen como característica ser semi impermeable y cortaviento, se puede observar lineas de relieve generadas por un cordón interior y poseen en su interior una suave tela de algodón, a su tacto emite confort a su vez calor.

El primer y segundo diseño son un traje con 12 y 6 láminas interactivas colores ornamentado y destello respectivamente que pueden ser expuestas o no dependiendo de la intervención realizada por el usuario, para efectos de la muestra se presenta con todas las láminas expuestas, sus puños, tobillos y cadera son elasticados, en su interior posee bolsillo.

Para dibujar en en ellas se retira la tela superior de la lámina con un movimiento horizontal, dejando al descubierto la lámina, una vez se desee cambiar la imágen proyectada puede ser borrada, al tapar nuevamente la lámina y generando un movimiento reiterado de arriba hacia abajo hasta quedar limpia.

El tercer diseño es una chaqueta larga con gorro color destello su exterior es semi impermeable y cortavientos posee un bolsillo tipo cangurera en donde se encuentran las láminas interactivas de color electrónico, para dibujar en ellas se retira la tela superior con un movimiento ascendente, dejandolas al descubierto, si se desea cambiar la imágen proyectada se borra bajando la tela superior generando movimientos horizontales reiterados.

El cuarto diseño es una chaqueta larga con gorro y pretina en su zona inferior, posee dos láminas interactivas verticales y una cangurera con pixeles interactivos.



Diseño Lienzo Libre

Estos tipos de diseños no poseen una cobertura a las láminas de interacción como se muestra en los diseños anteriores, si no, que se dejan como un lienzo en el cual es posible la expresión.

La visibilidad del mensaje depende directamente de si el usuario dibuja sobre ella o no.

Estos diseños son más limpios visualmente ya que no poseen cordón interior, a su vez son de menor complejidad por tanto de menor costo.

Al igual que en los diseños anteriores su exterior es semi impermeable y cortavientos de color sin luz como base, en su interior es suave con un forro de tela de algodón, dando confort en su interior y expreción en su exterior.

El primer diseño es un traje de láminas de expreción continuas color destello, siendo los costados y el pecho en su parte superior sus zonas de comunicación.

El segundo diseño es un traje de láminas continuas color destello, pero estas a diferencia de las primeras se ubican en su parte delantera dejando dos lineas que cruzan todo el traje como si fuesen pergaminos.

El tercer diseño es un traje con ventanas de láminas, de 3 colores cada cuadrilatero, poseen láminas de expreción tanto en su parte delantera como en sus brázos de forma distribuida irregularmente.

El cuarto diseño consiste en una camiseta básica de algodón y un pantalón con dos láminas color electrónico en su parte superior delantera, hasta la rodilla.

Ejemplo de intervención gráfica

A modo de ejemplo se muestra una intervención gráfica posible en el pantalón de la modelo, ésta es totalmente libre de expreción dependiendo solamente de la creatividad, el mensaje que se quiera expresar y en el caso de este diseño de la expertiz gráfica que posea el usuario, siendo no esto un requisito definitivo para lograr la autoexpreción ya que no hay reglas que impidan la emisión de cualquier linea sobre la lámina.

Modelos

Para la elección de los y las modelos se decide optar por cuerpos de contextura normal y pieles de diversas tonalidades que demuestren la diversidad de las personas que habitan en el planeta Tierra.

Diseño Accesorios Gráficos

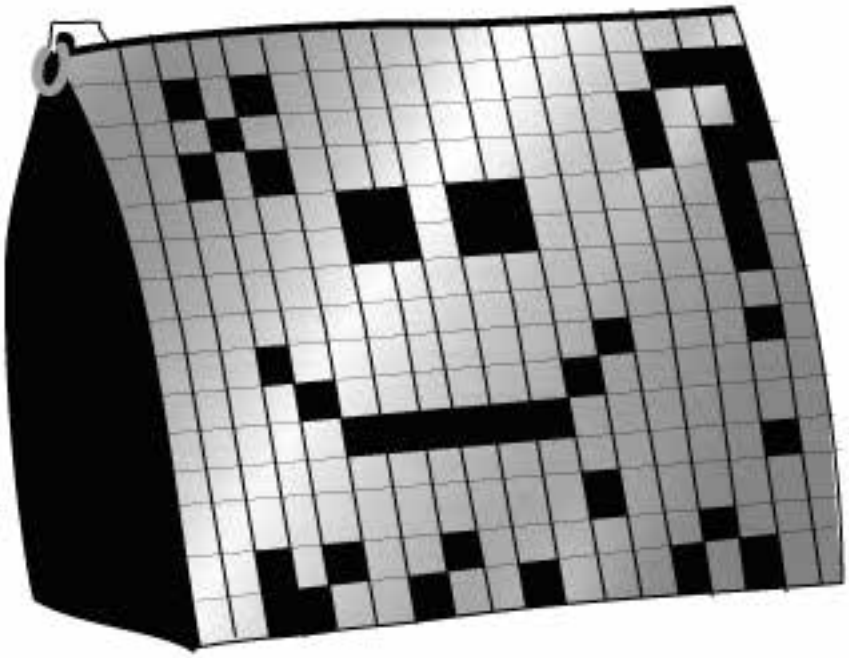
Los accesorios se muestran con intervenciones gráficas realizadas a modo de exponer su funcionalidad.

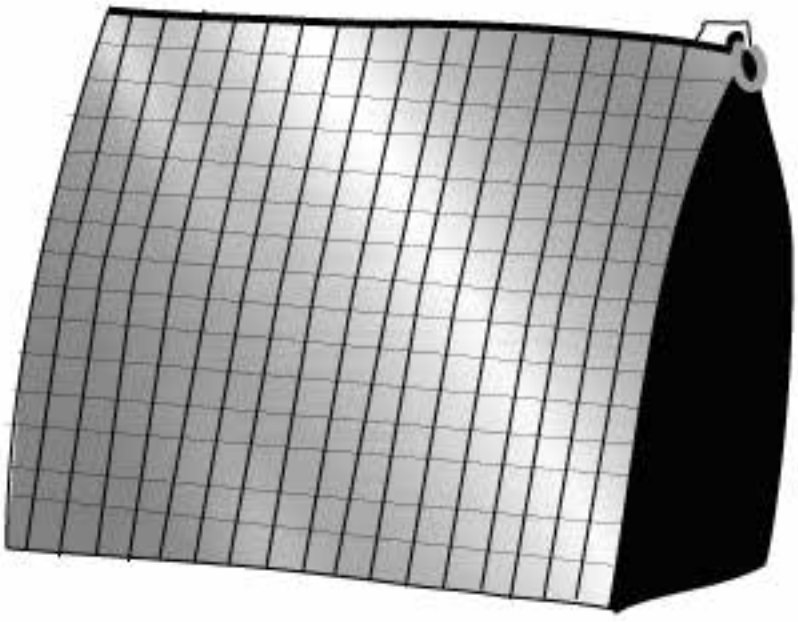
Dentro de los accesorios se encuentra el estuche cuadrillé, producido con lámina de plástico en su exterior con color ornamentación, su costura a cuadrillé permite tener una guía gráfica para desarrollar imágenes tipo pixel art, con plumones de pizarra estas imágenes pueden ser borradas y cambiadas por otras.

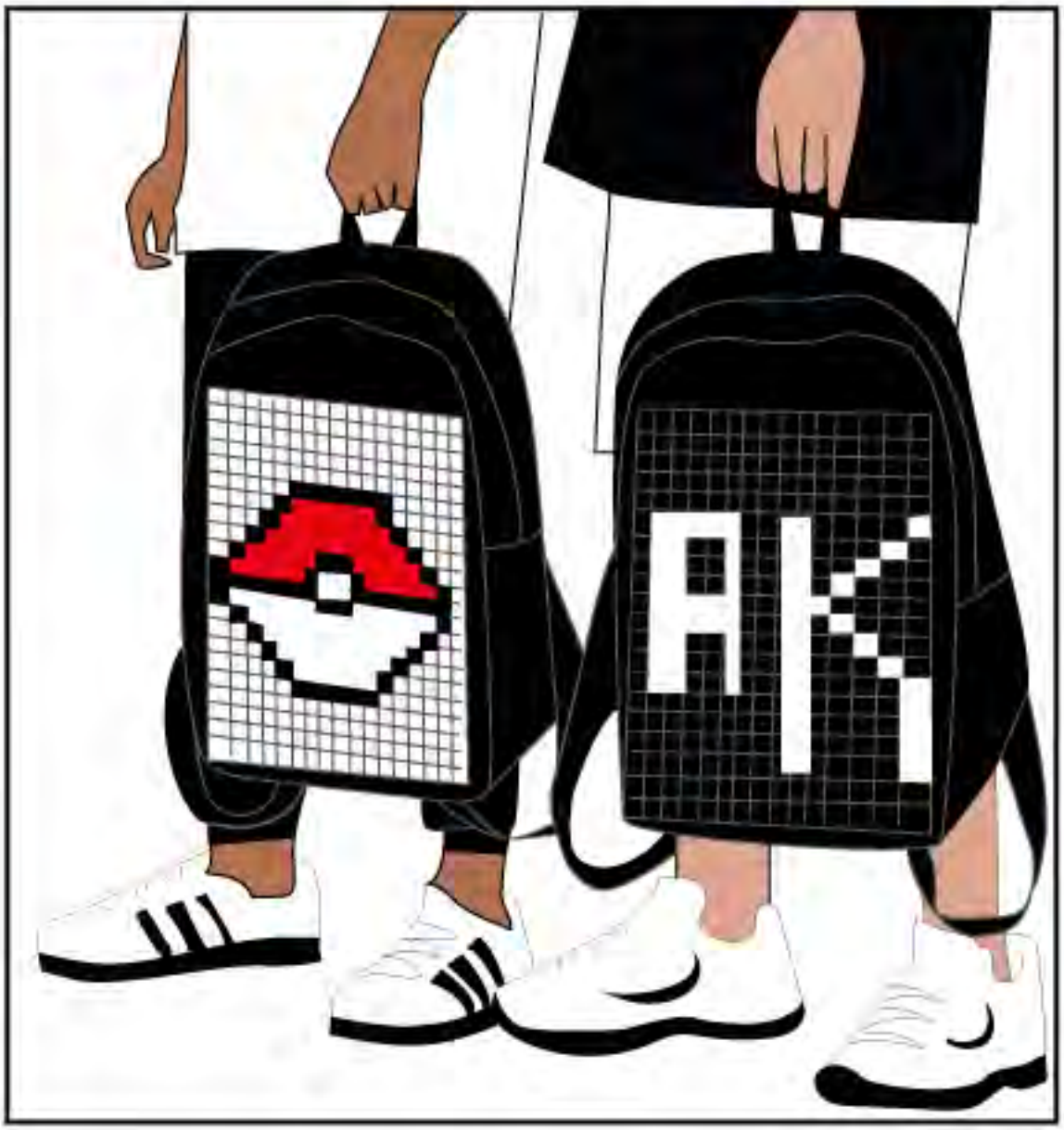
También se cuenta con tres tipos de mochila todas con color base sin luz, la primera es tipo lienzo libre, ella se muestra tal como una pizarra en limpio que puede ser dibujada con total libertad, este tipo de mochila es principalmente para jovenes que ya peseeen algun tipo de habilidad en el dibujo ya que es la que tiene mayor libertad gráfica, Mochila Lienzo.

La segunda es la Mochila Cuadriculada, posee el mismo sistema de cuadricula que el estuche, al tener la cuadricula definida es posible realizar en ella gráficas tipo pixel art, y al igual que la mochila anterior combinar colores.

La tercera es la Mochila Pixel, para jovenes que no poseen principalmente una gran capacidad gráfica ya que no es necesario utilizar un lápiz para emitir la imágen deseada, en ella un movimiento de desliz en cada cuadrado cambia el color generando un alto contraste, esto tambien limita los colores a utilizar ya que solamente puede ser negro y un unico color previamente definido, en este caso destello.







Para facilitar la comprención de uso de los productos en la realización de pixel art, se propone una breve guía ilustrada ejemplificando gráficas posibles de realizar.

GUIA ILUSTRADA

Recursos gráficos para su uso en
la modificación de imágenes

INDICE

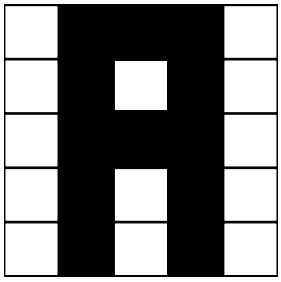
Bienvenida.....2
Espacio de creación.....3
Letras.....4
Números.....6
Signos.....7
Emojis.....8
Animales.....10
Tu turno.....11

BIENVENIDO
BIENVENIDA
BIENVENIDX

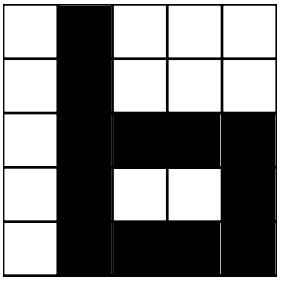
Esto es una guía para dar inicio a tus más locas creaciones, te mostraré algunos ejemplos de construcción para que te inspires y produzcas tus propias imágenes.

Explorar en la autoexpreción te ayudará conocerte más y a transmitir lo que eres, éxito en esta busqueda.

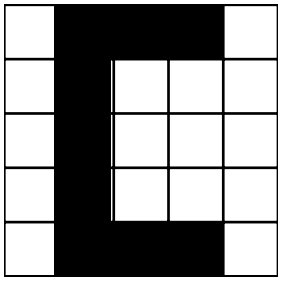
LETRAS



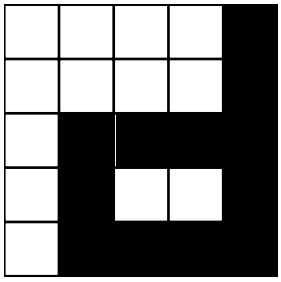
A



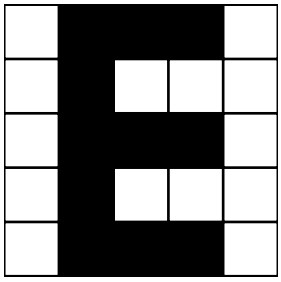
B



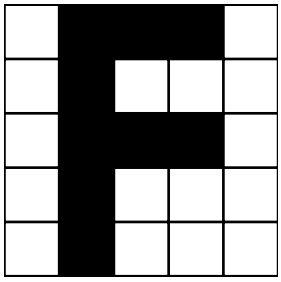
C



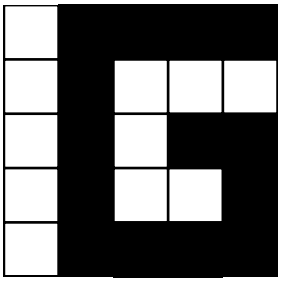
D



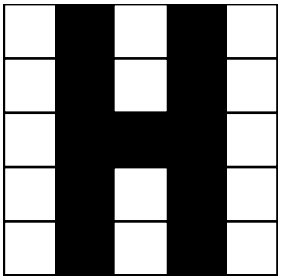
E



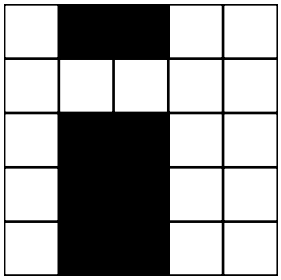
F



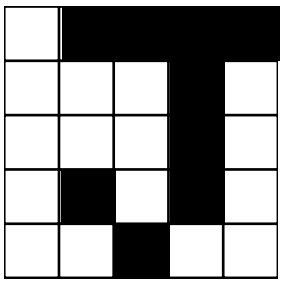
G



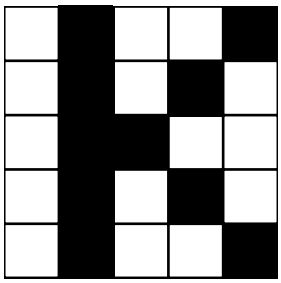
H



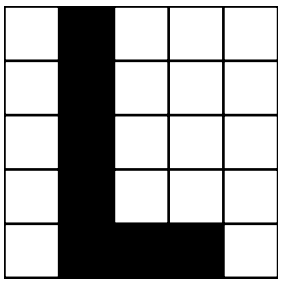
I



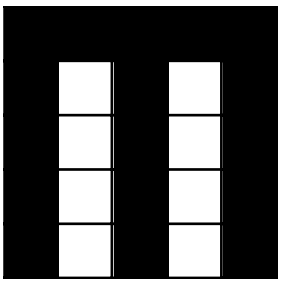
J



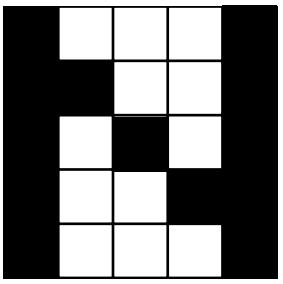
K



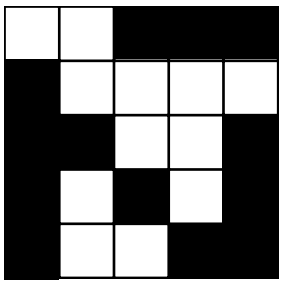
L



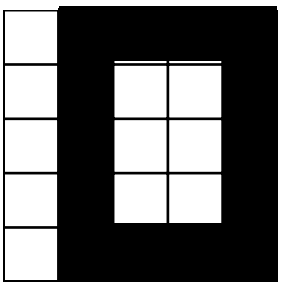
M



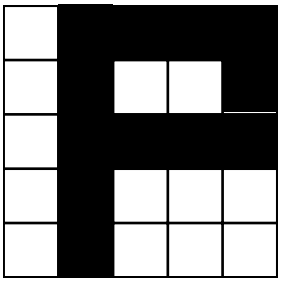
N



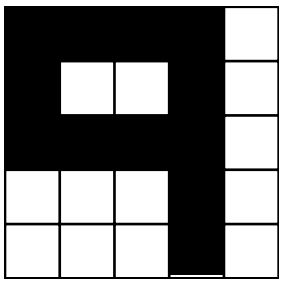
Ñ



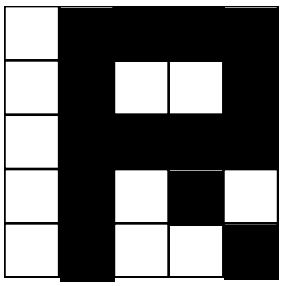
O



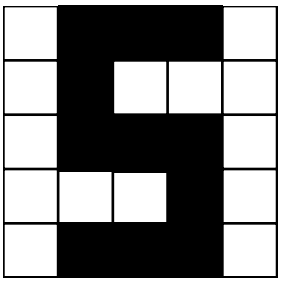
P



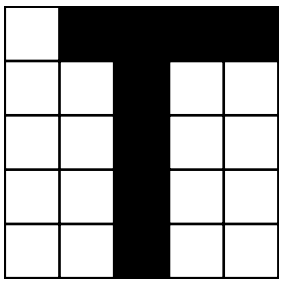
Q



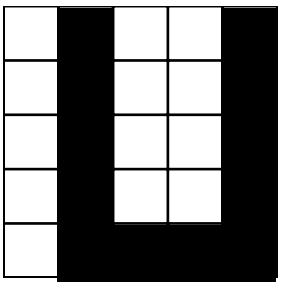
R



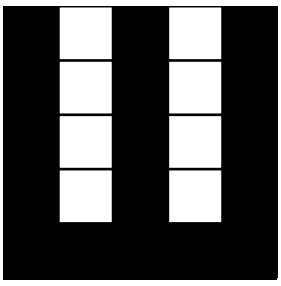
S



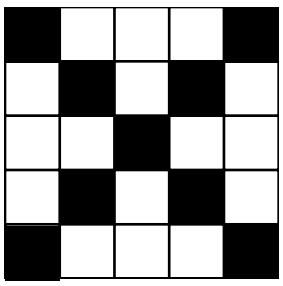
T



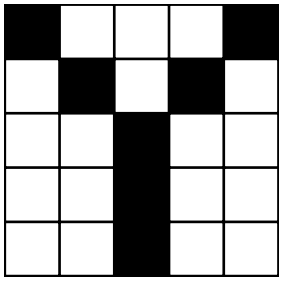
U



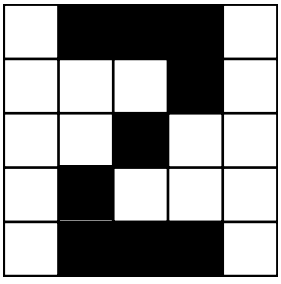
W



X

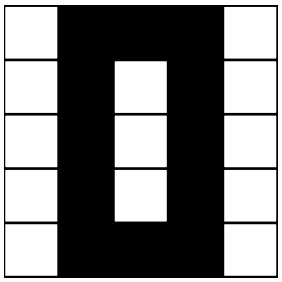


Y

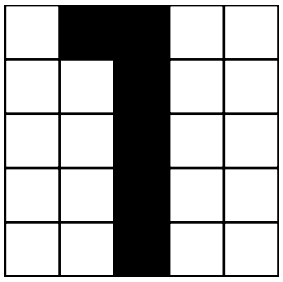


Z

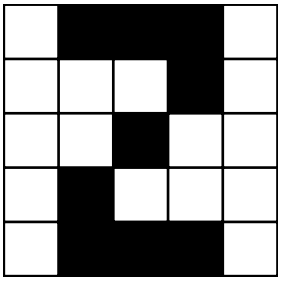
NUMEROS



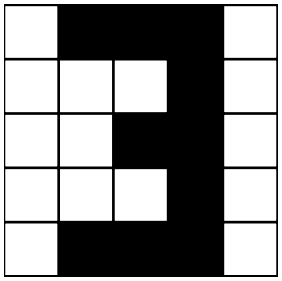
0



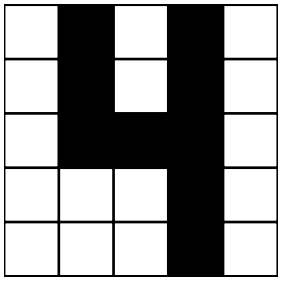
1



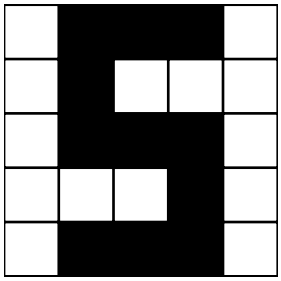
2



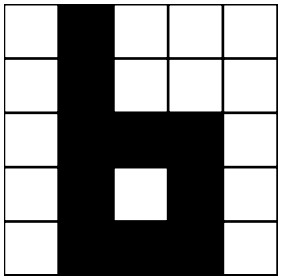
3



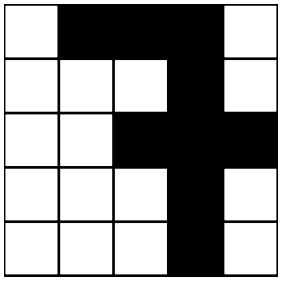
4



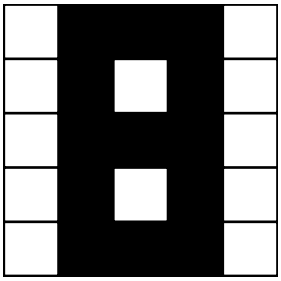
5



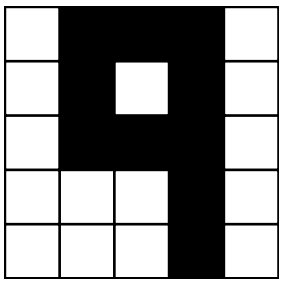
6



7

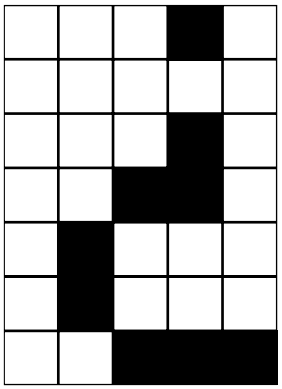


8

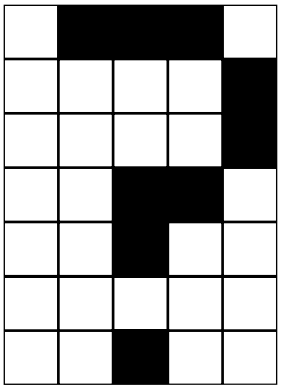


9

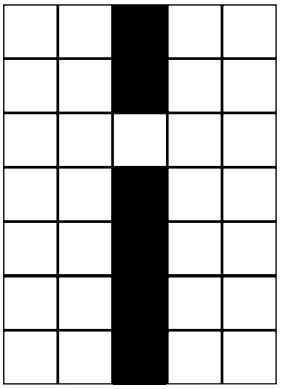
SIGNOS



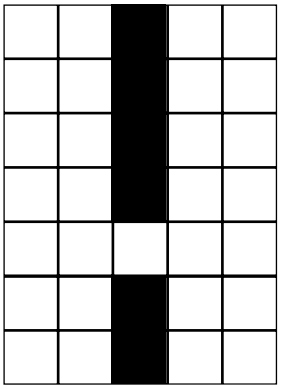
¿



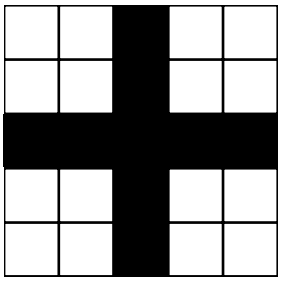
?



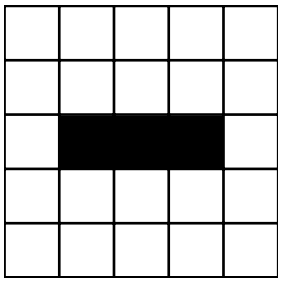
¡



!

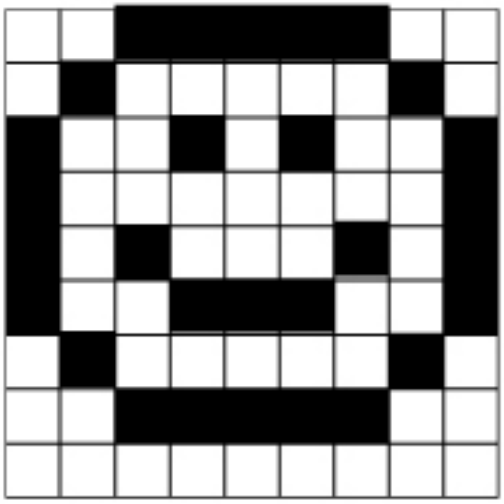


+

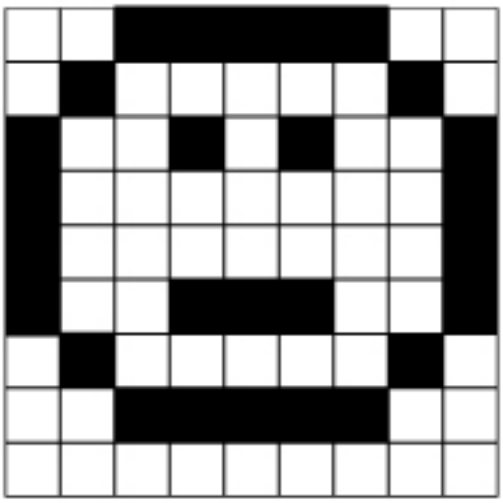


–

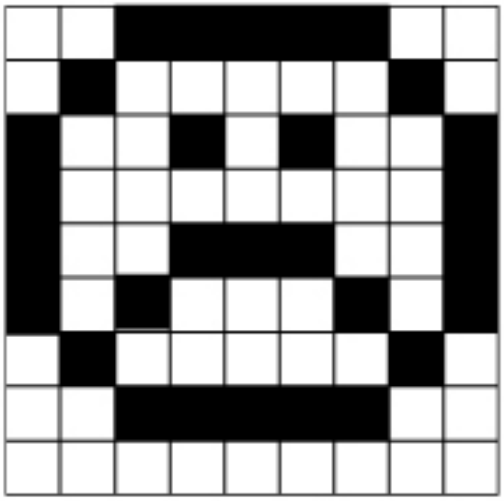
EMOJIS



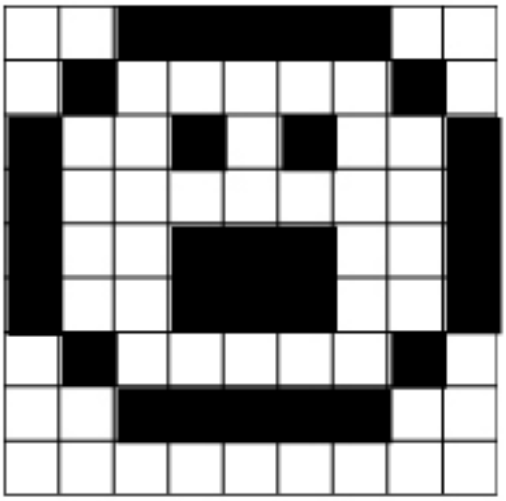
:)



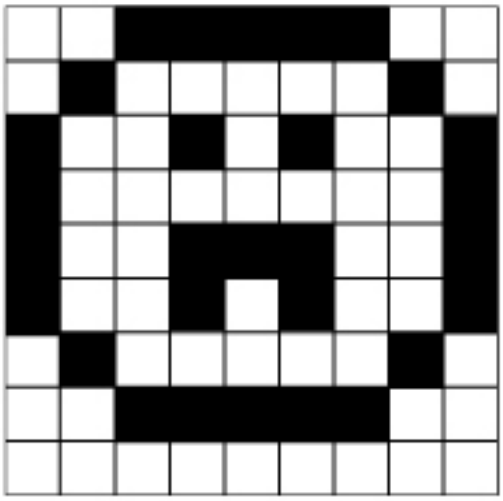
:|



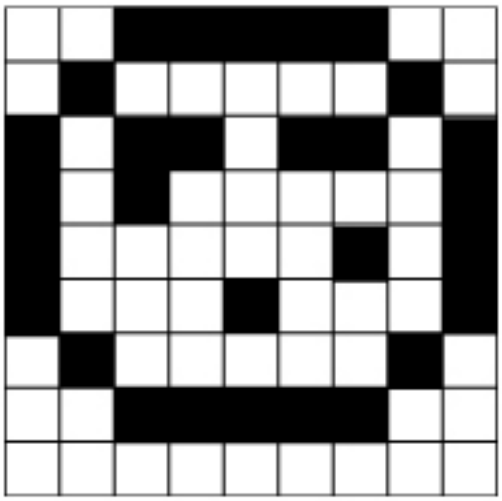
:(



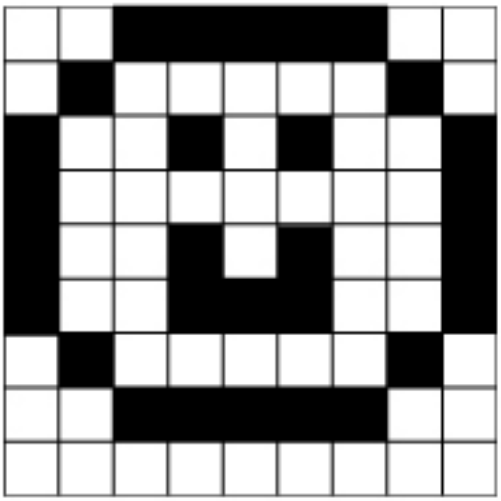
:o



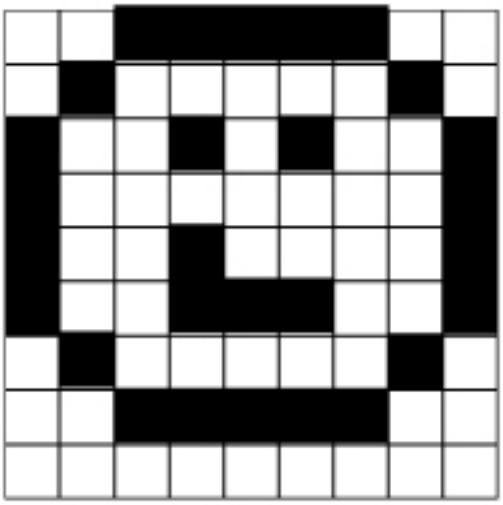
:c



:´(

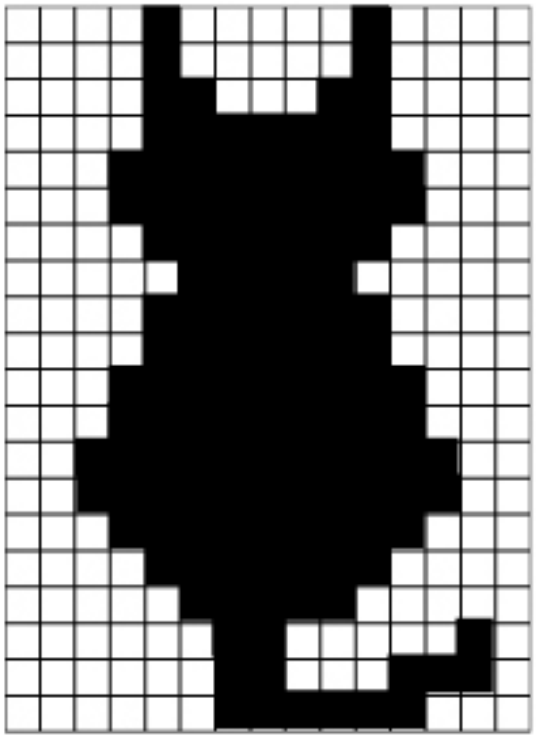


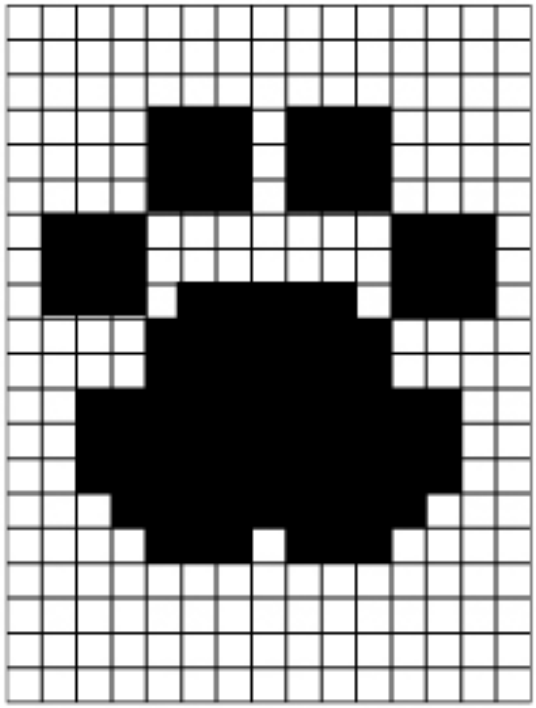
c:

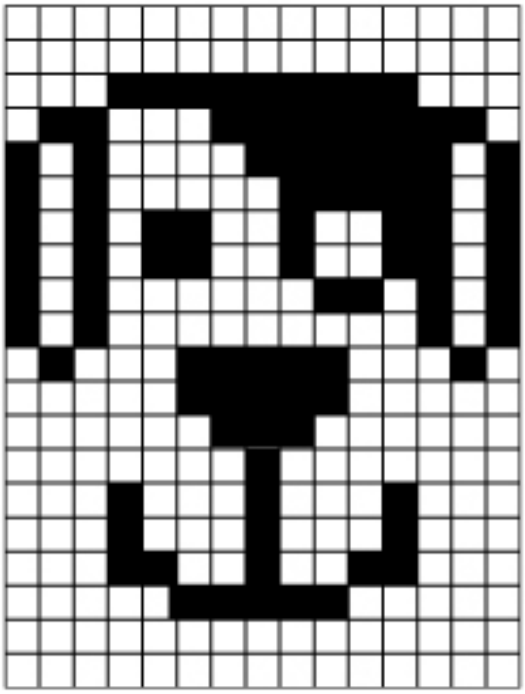


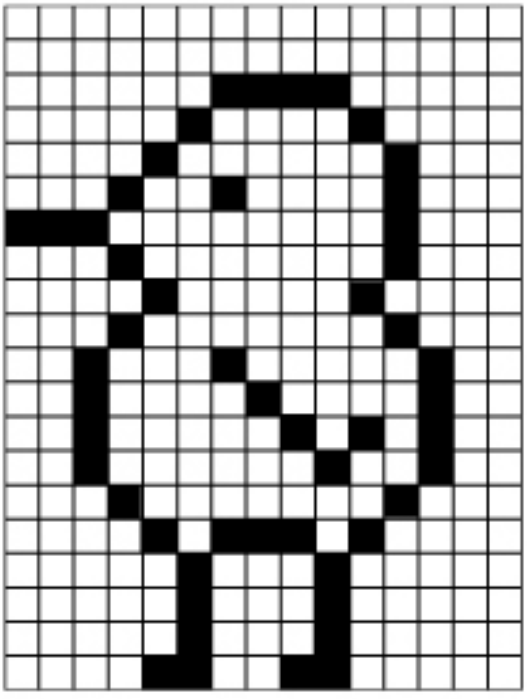
L :

ANIMALES



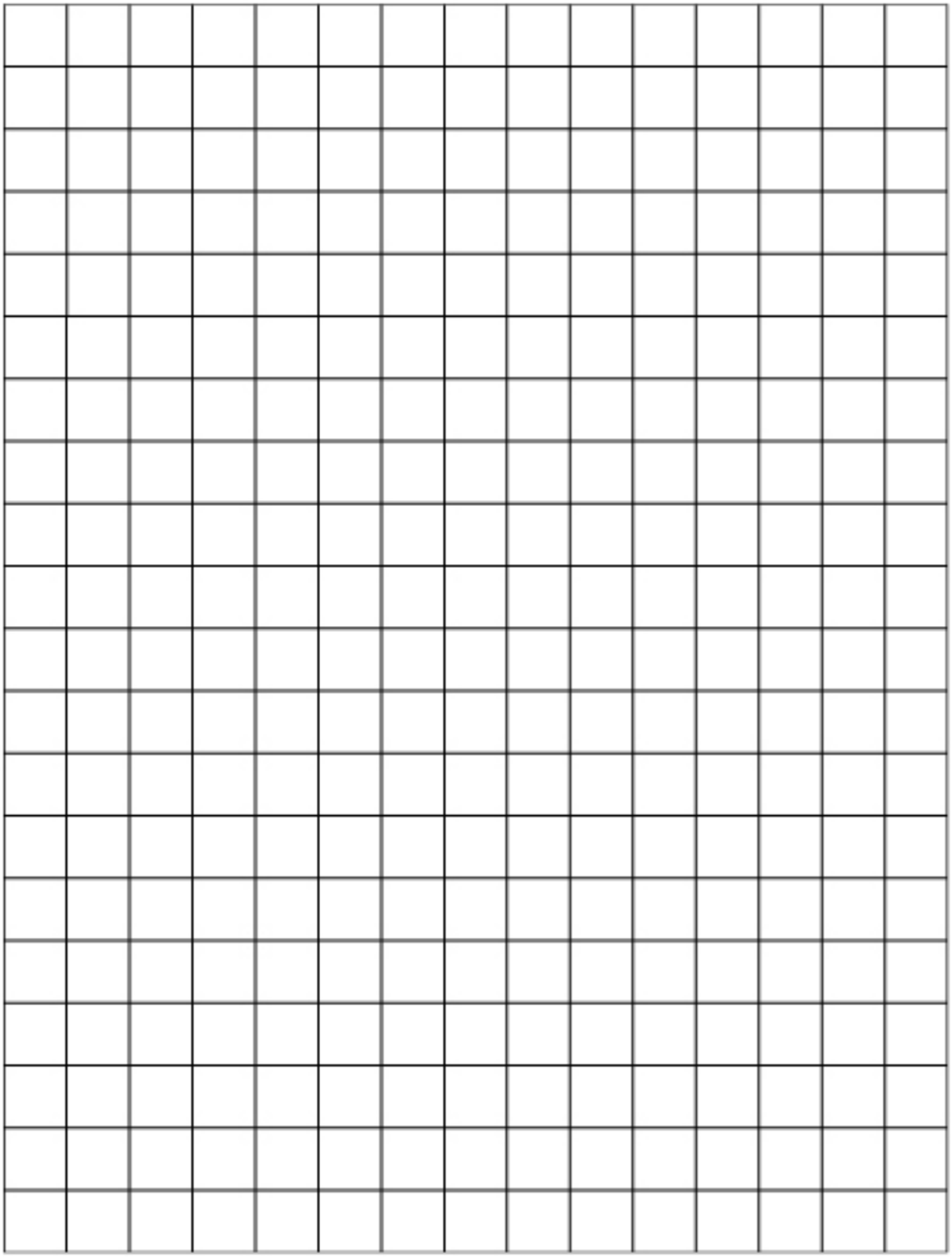




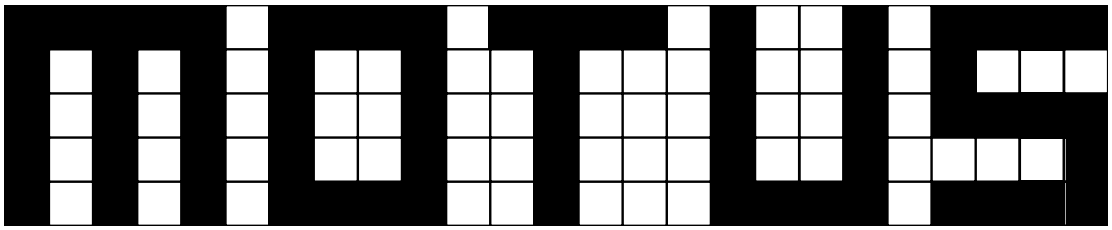


TU TURNO

Toma un lápiz para pizarrón y experimenta en esta hoja.



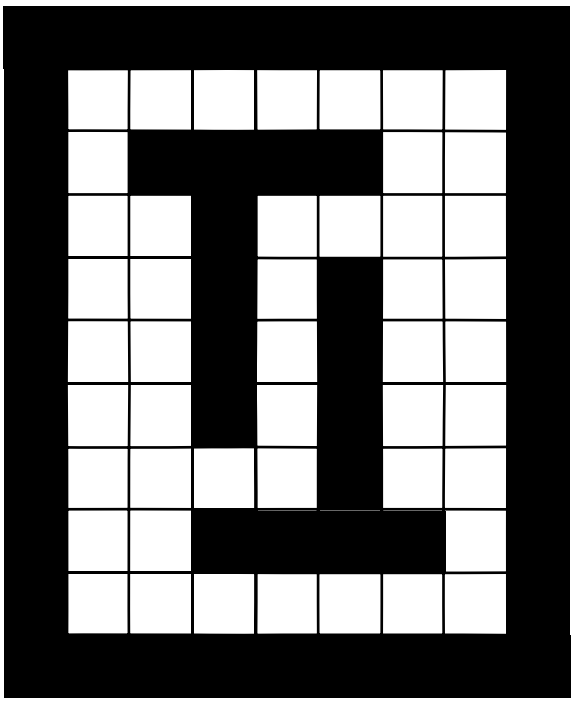
Nombre de la marca



Logotipo

La palabra Motus significa movimiento.

Relacionado al contante cambio gráfico que se propone en la colección.

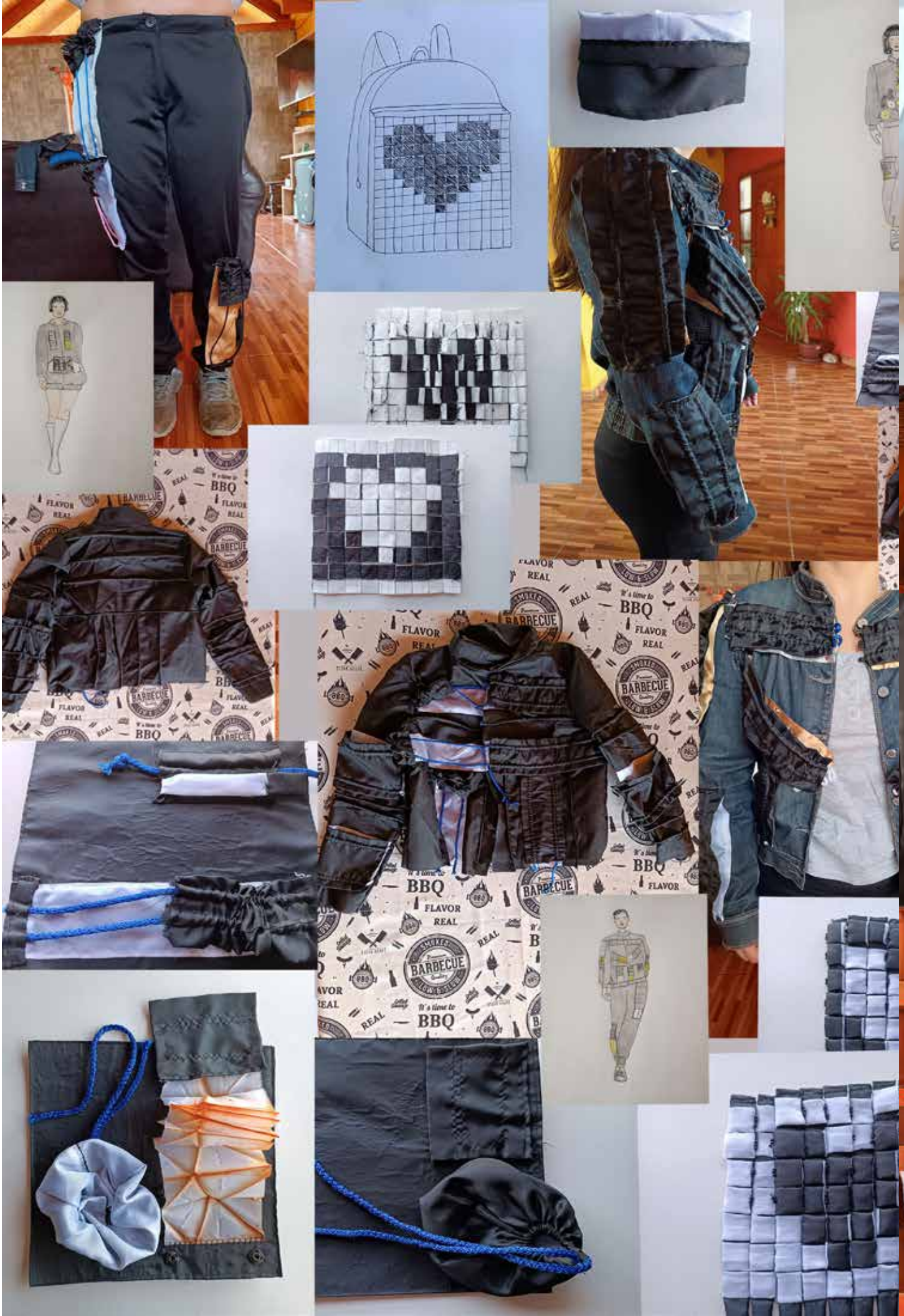


Monograma

Tipografía ubicada en la página (108-109), (Guía ilustrada).

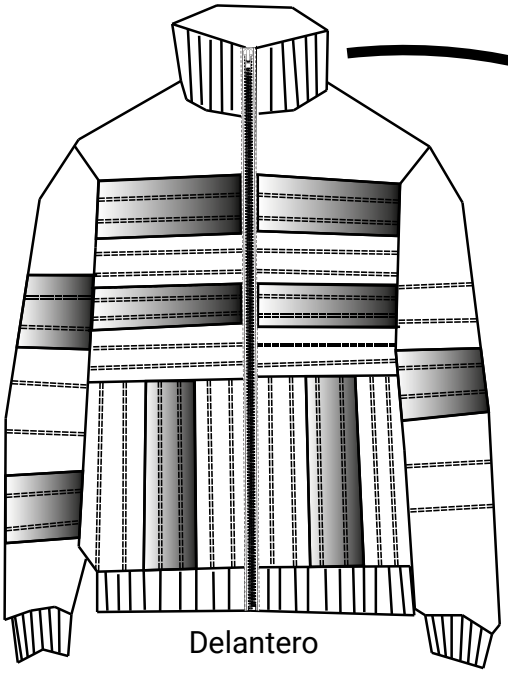
Proceso de confección

Traje armadura 1

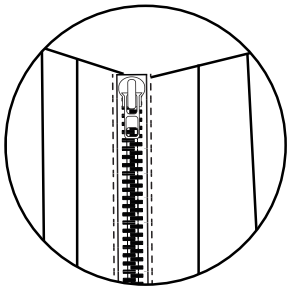

BBQ
FLAVOR
REAL
BARBECUE
It's time to

Marca: MOTUS	Genero: Unisex
Modelo: Chaqueta traje armadura 1	Tallas: A medida

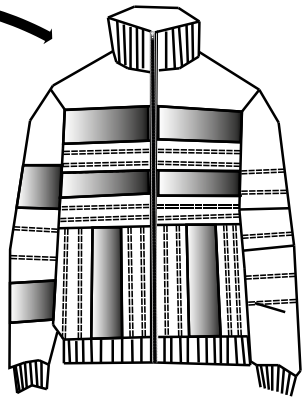
Telas: Exterior raquelado - Forro algodón - Puños cadera y cuello RIB -
Lycra metalizada para zonas de interés y lámina plástica sobre ellas



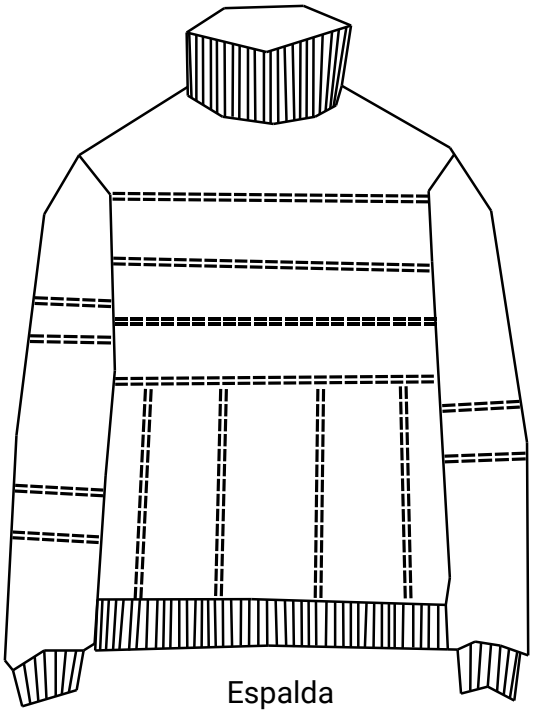
Delantero



Cierre



Tela interna lycra metalizada
sin cordones



Espalda

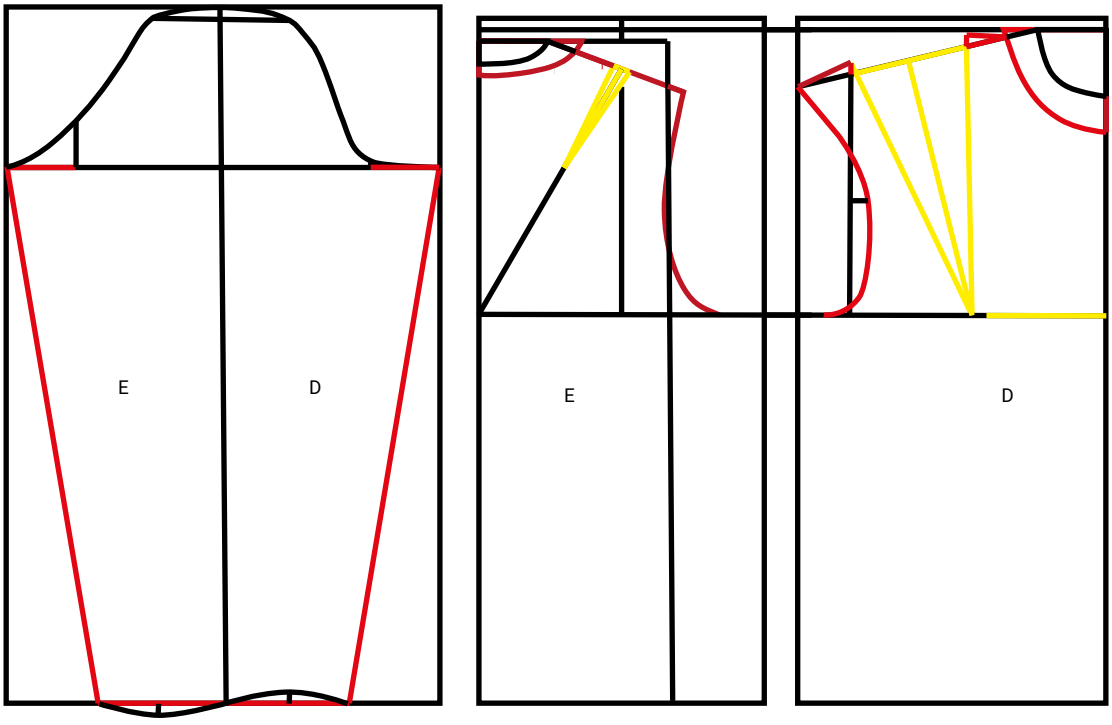
Cordones internos,
generan relieve

Diseñadora: Stephany De la Paz

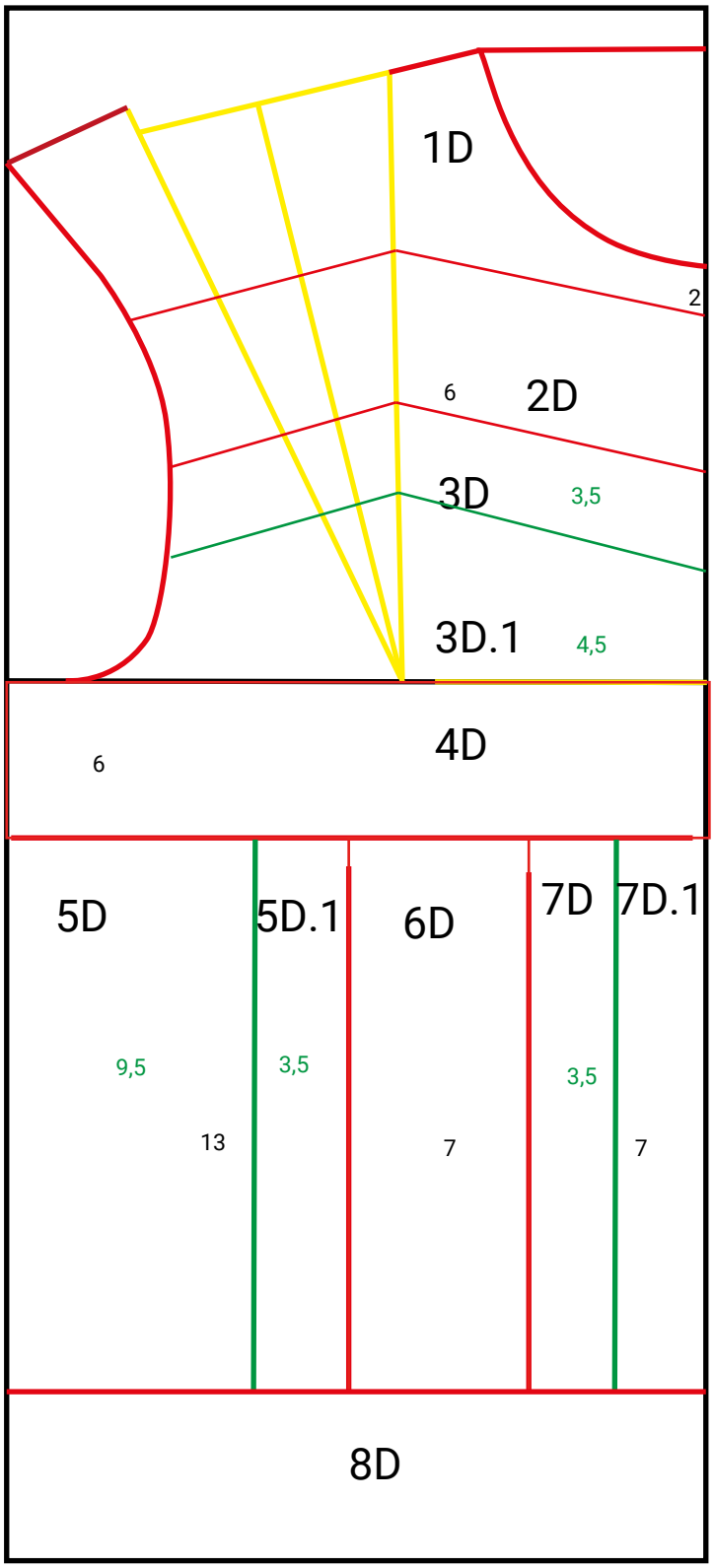
Medidas

Largo delantero: 60cm
Largo espalda: 58cm
Largo brazo: 61cm
Contorno cadera: 100cm
Contorno cintura: 78cm
Contorno brazo: 38cm
Contorno pecho: 100cm
Contorno cuello: 42cm
Contorno muñeca: 22cm
Ancho espalda: 38cm

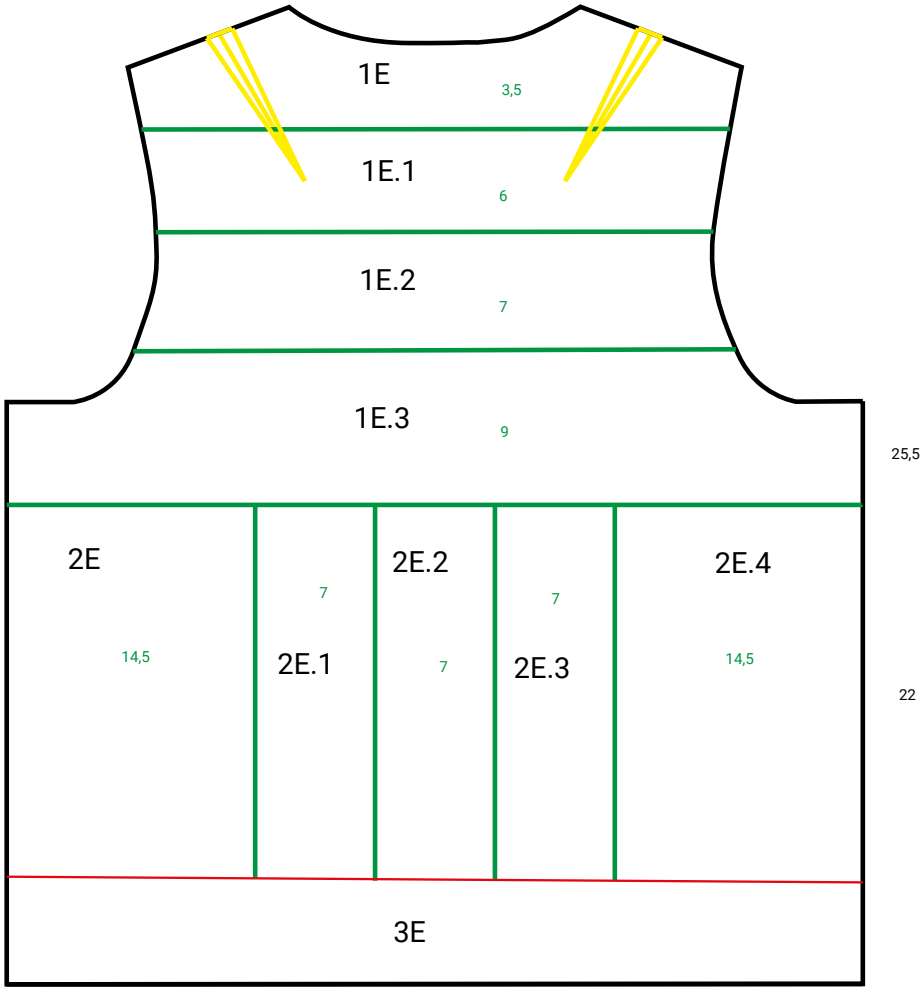
Molde base



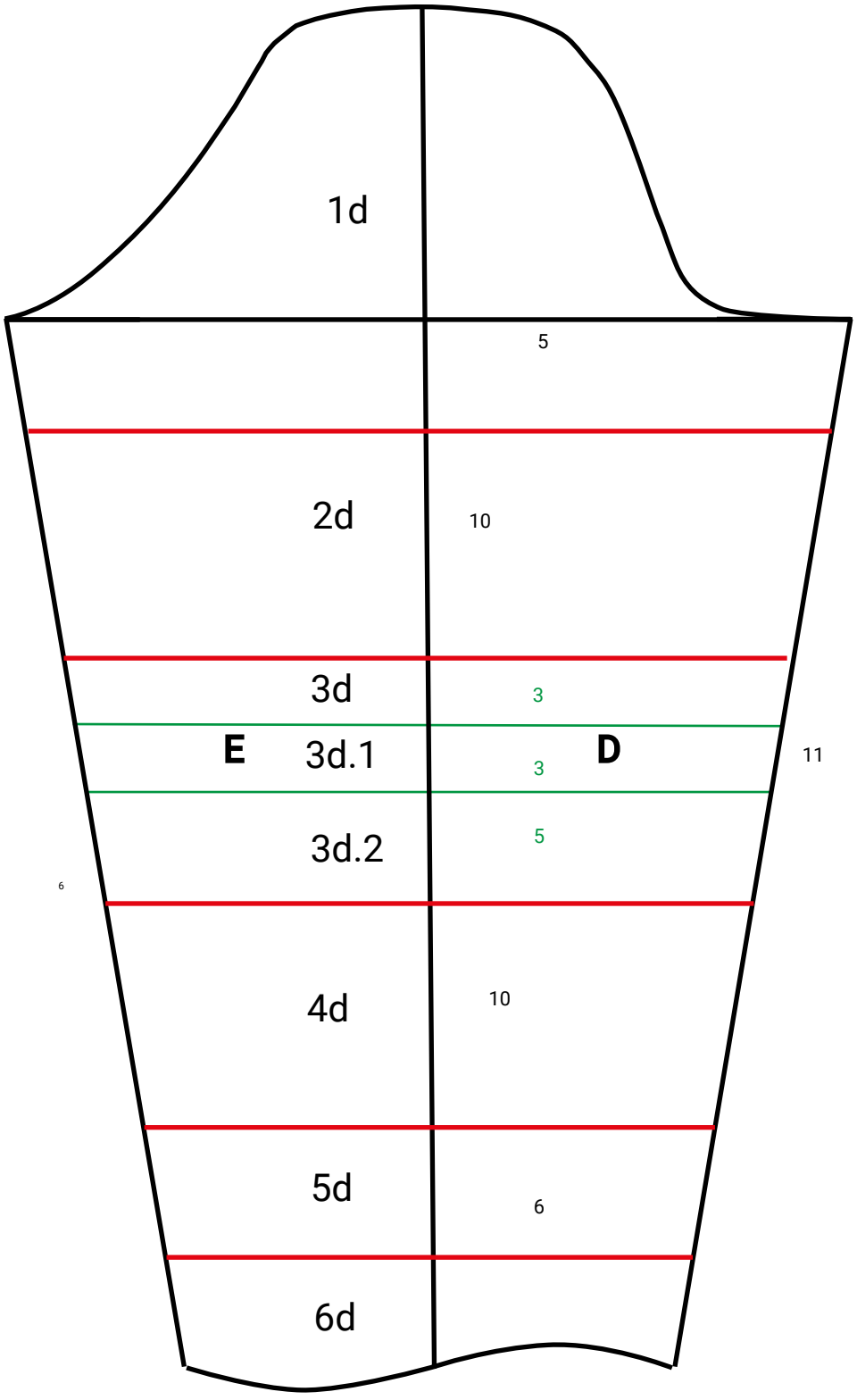
Delantero



Espalda



Brazo derecho



Brazo izquierdo

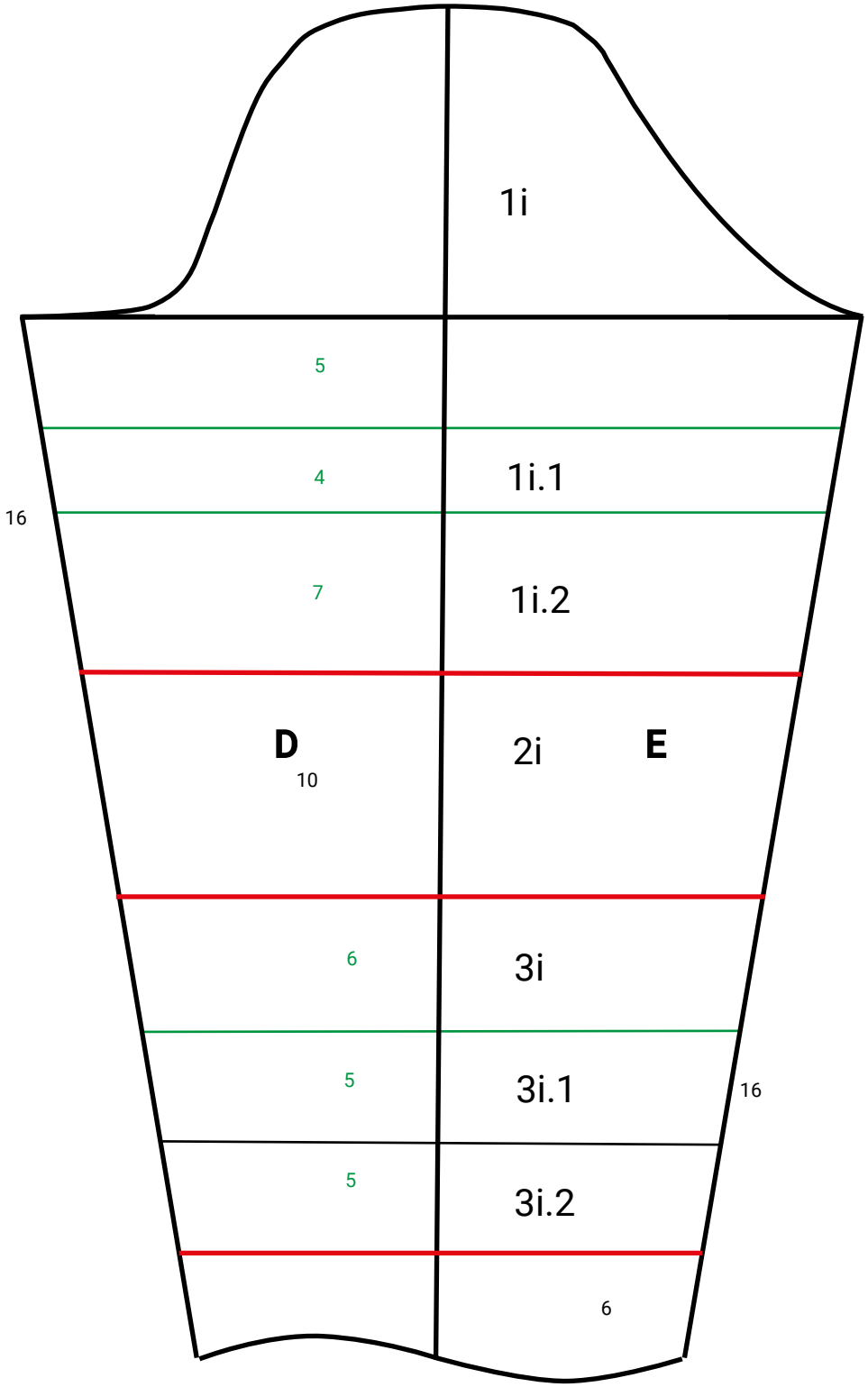
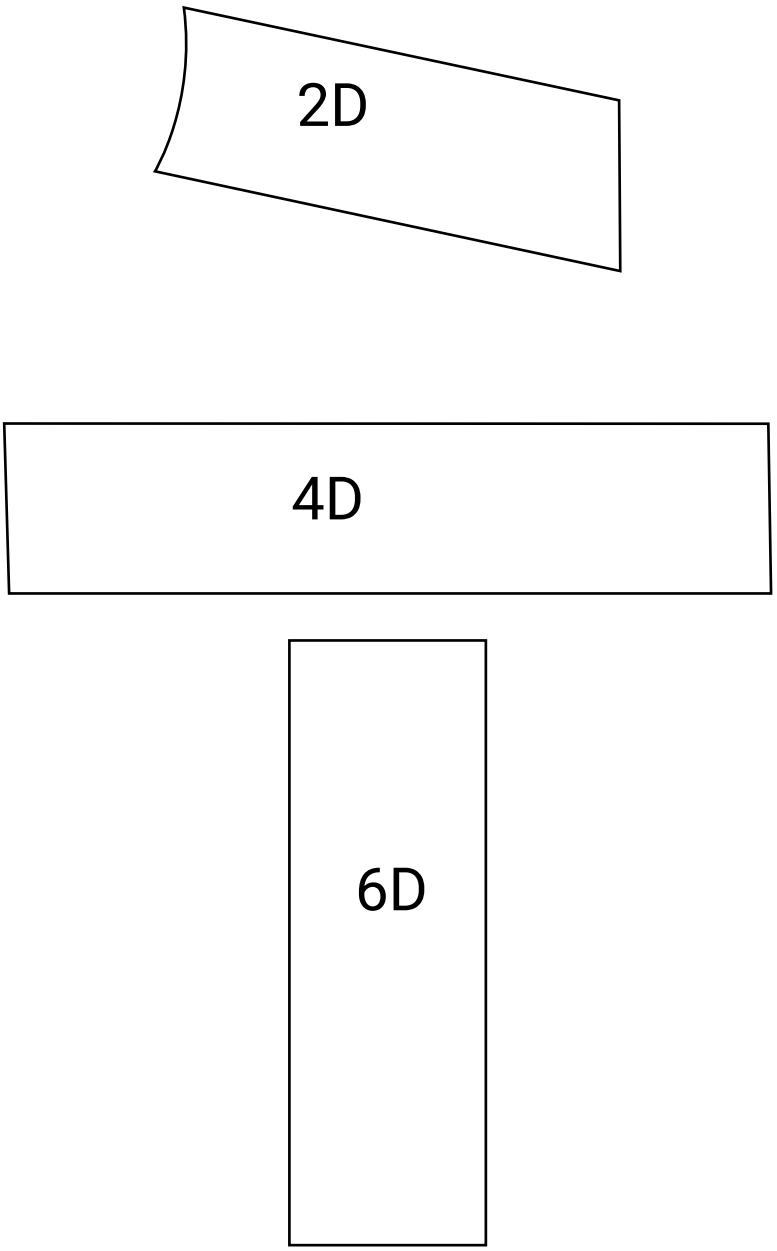


Lámina plástica y lycra plateada delantero



Parches delantero

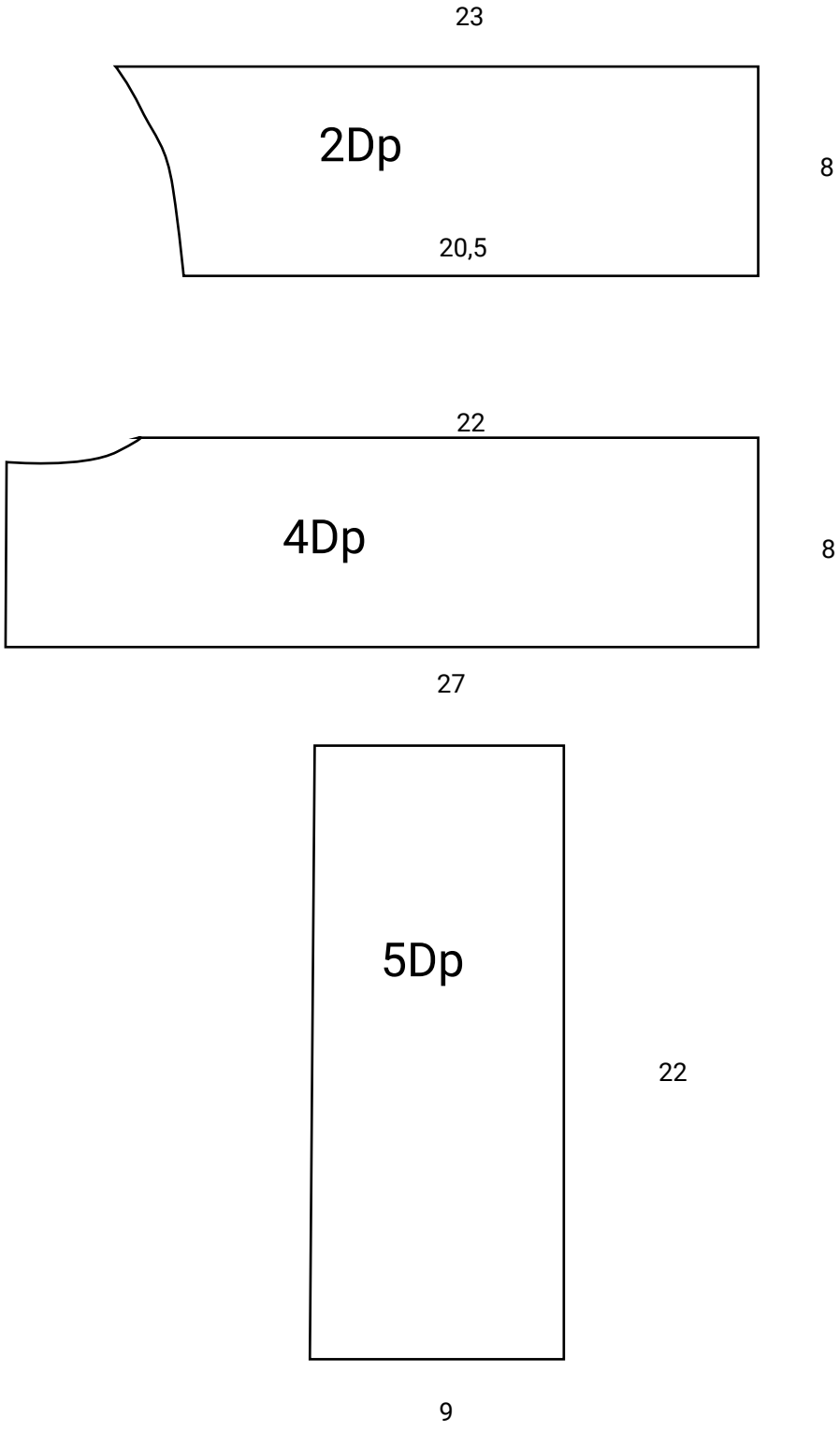
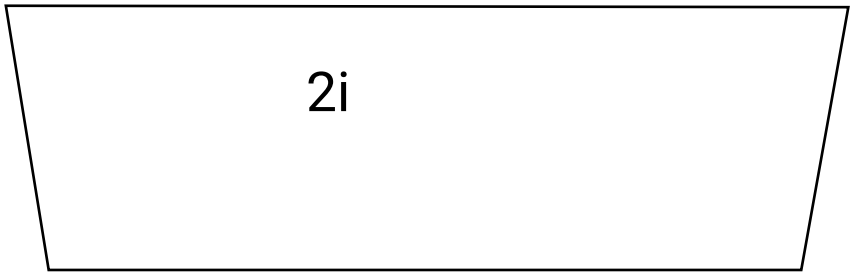
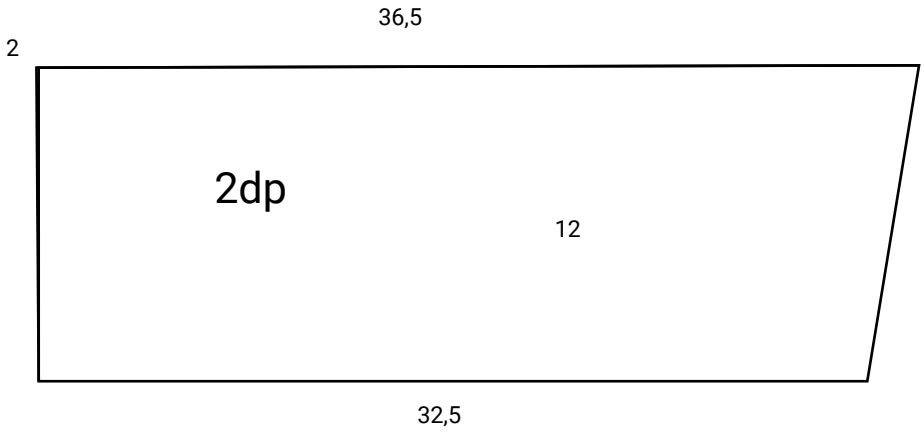
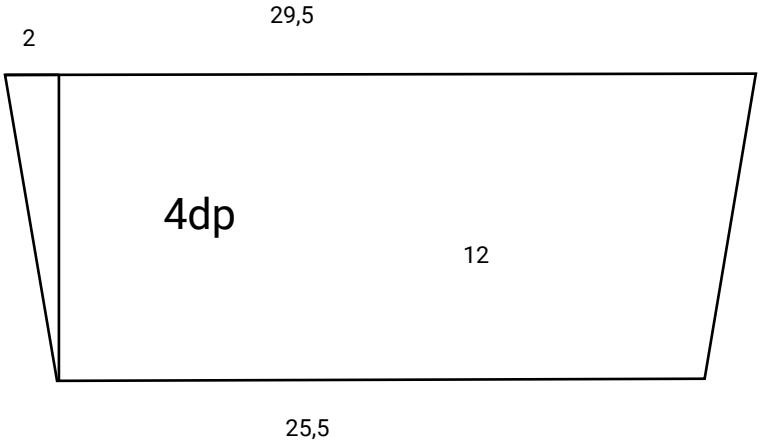


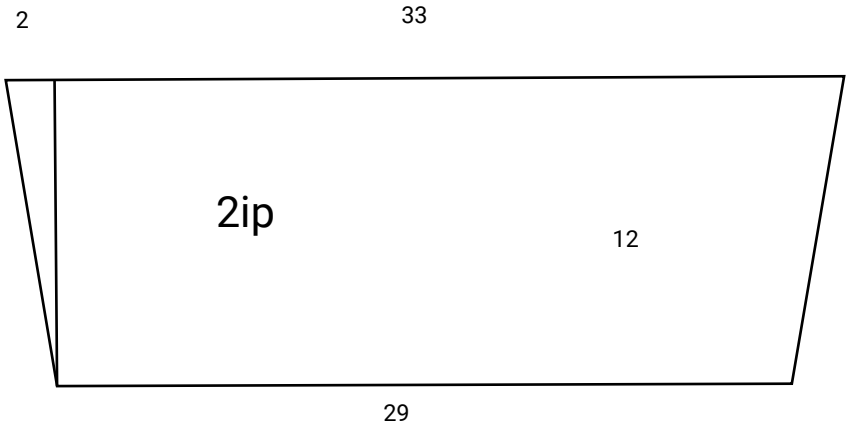
Lámina plástica y lycra plateada brazos



Moldes parches brazo derecho e izquierdo



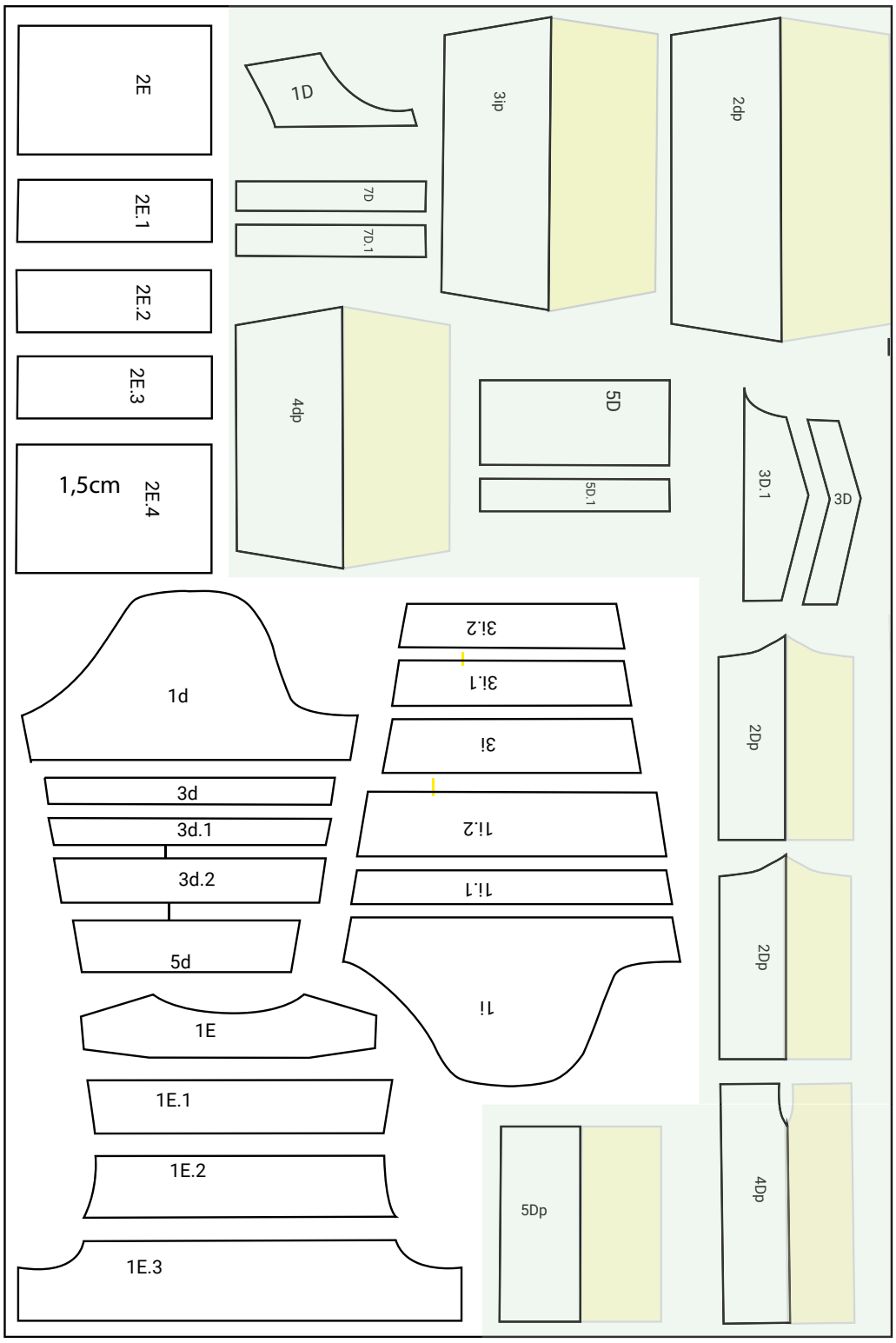




2 metros de tela

100

150



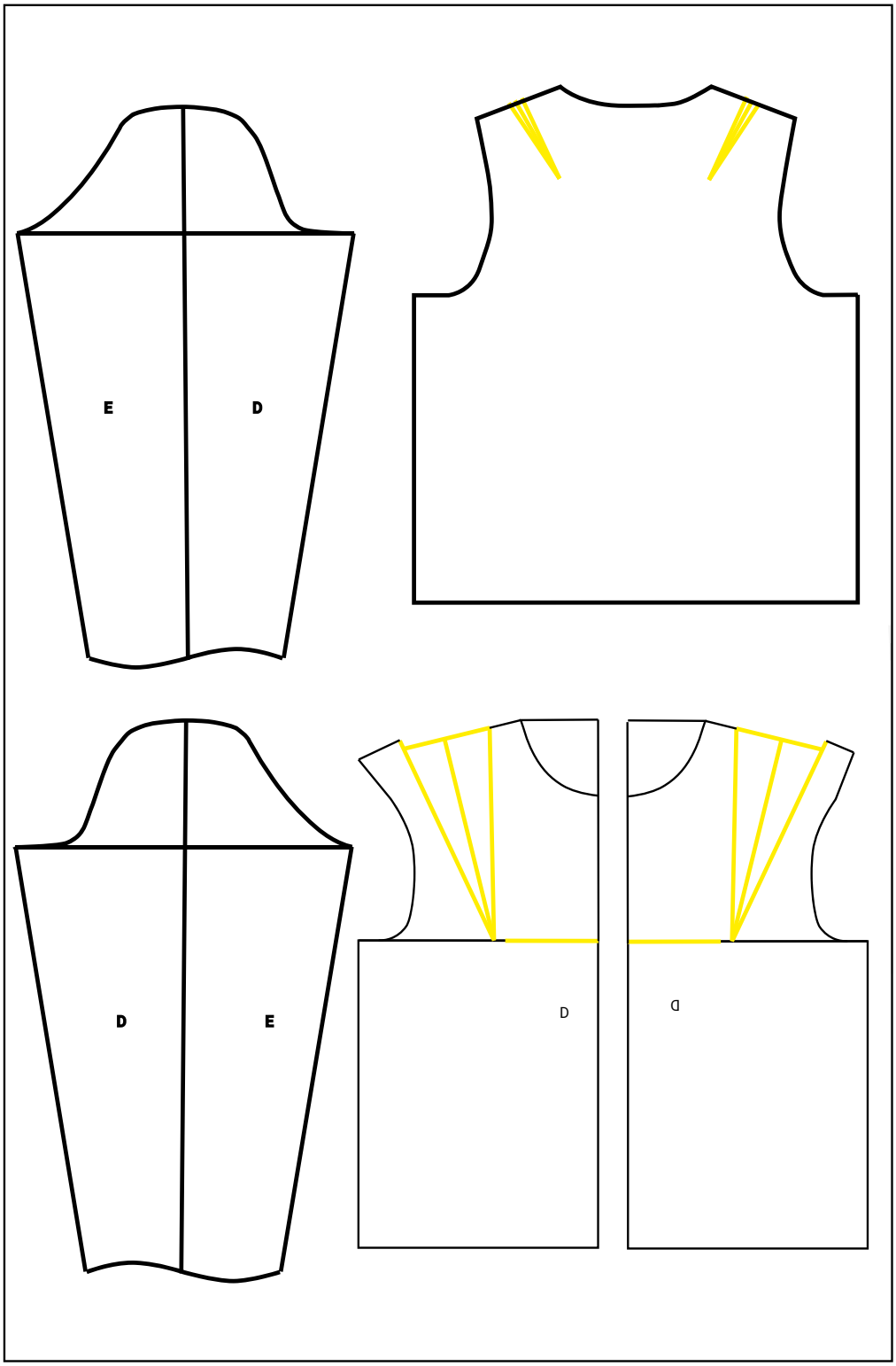
Zona doble

Pieza doblada

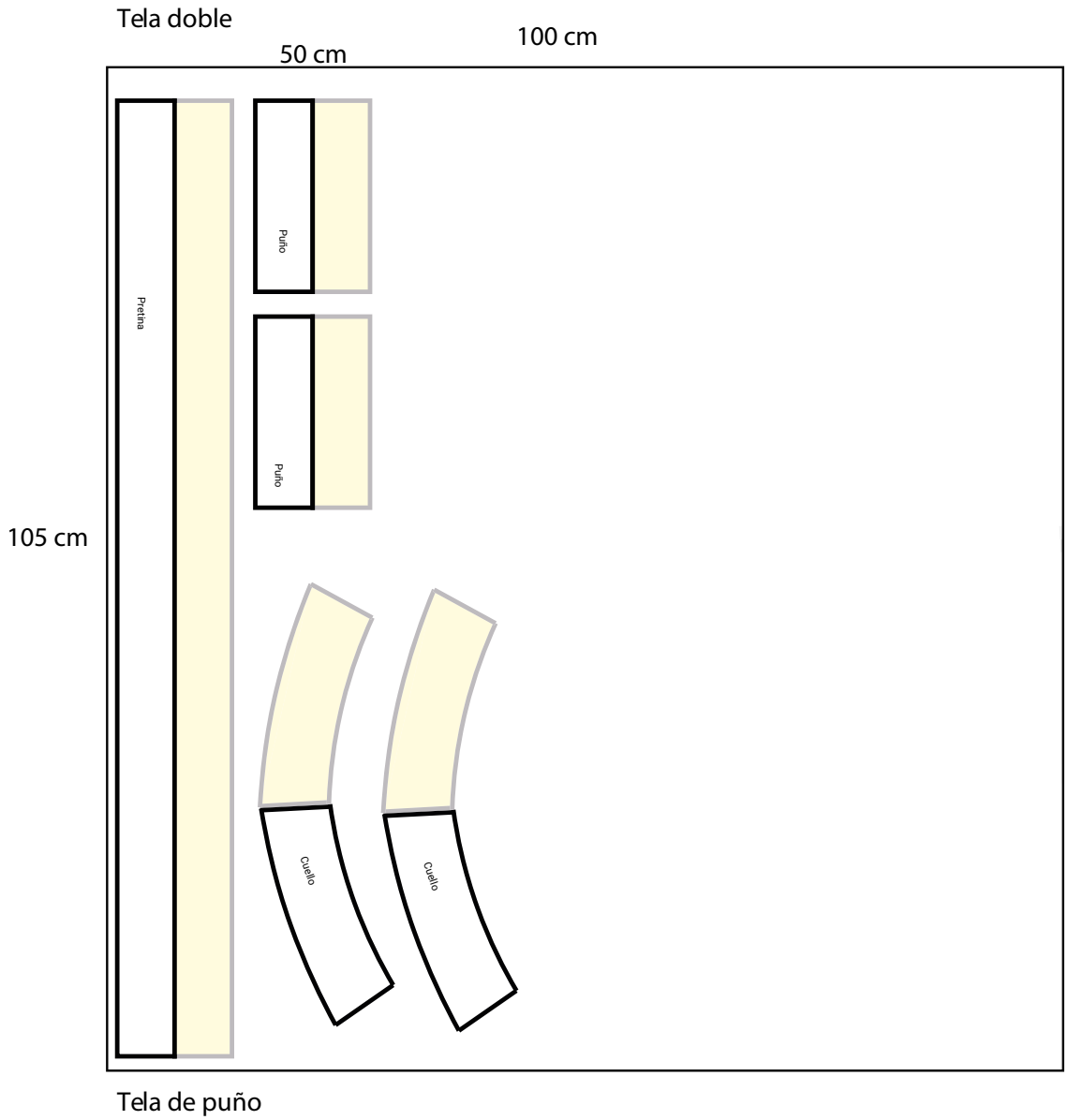
130

100 cm

150 cm



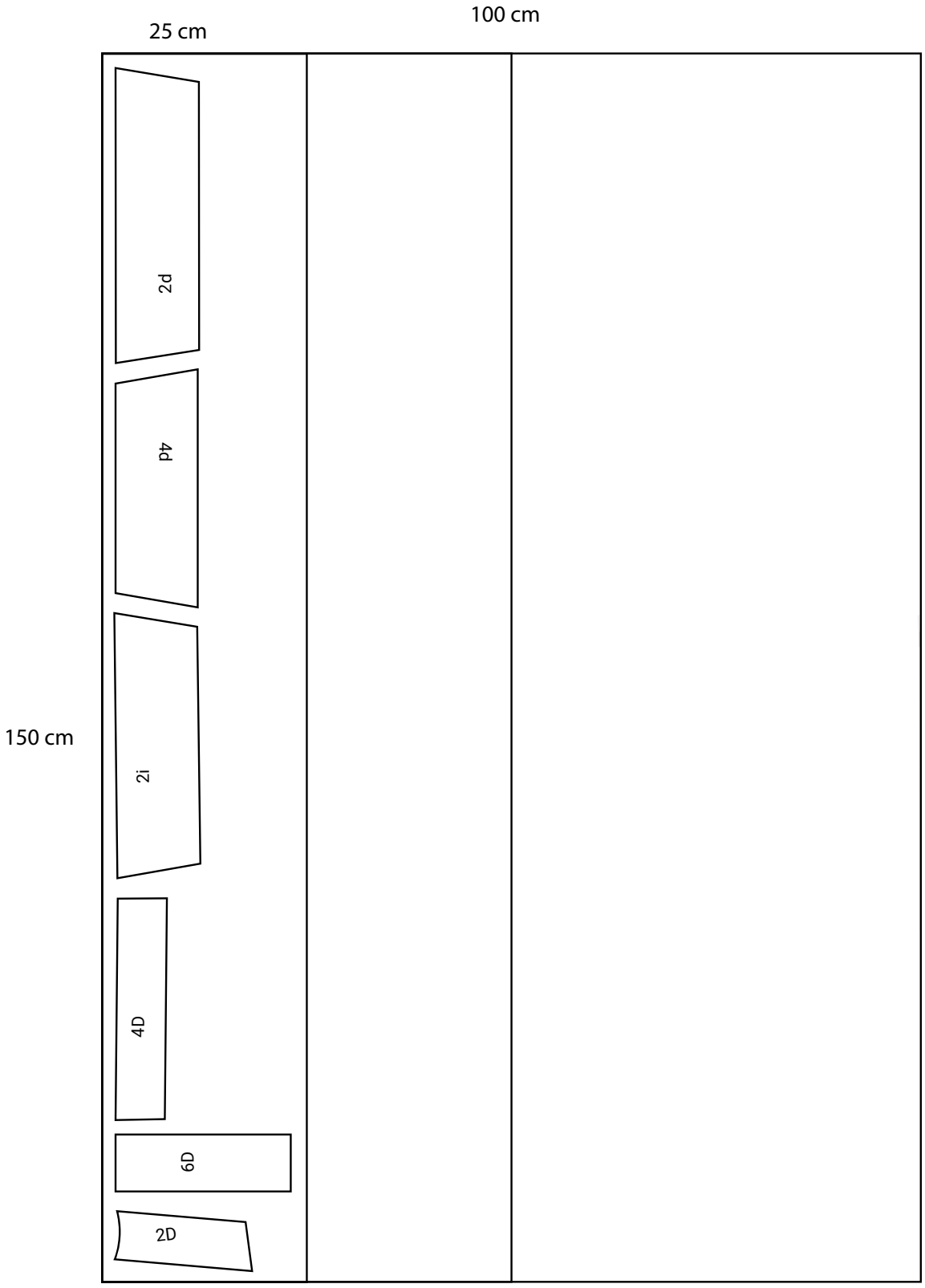
Tela de algodón



La tela es doble de fábrica, por lo que las piezas se deben cortar por un solo lado con un molde.

Pieza doblada

Pieza doble



Lycra plateada sin doblez

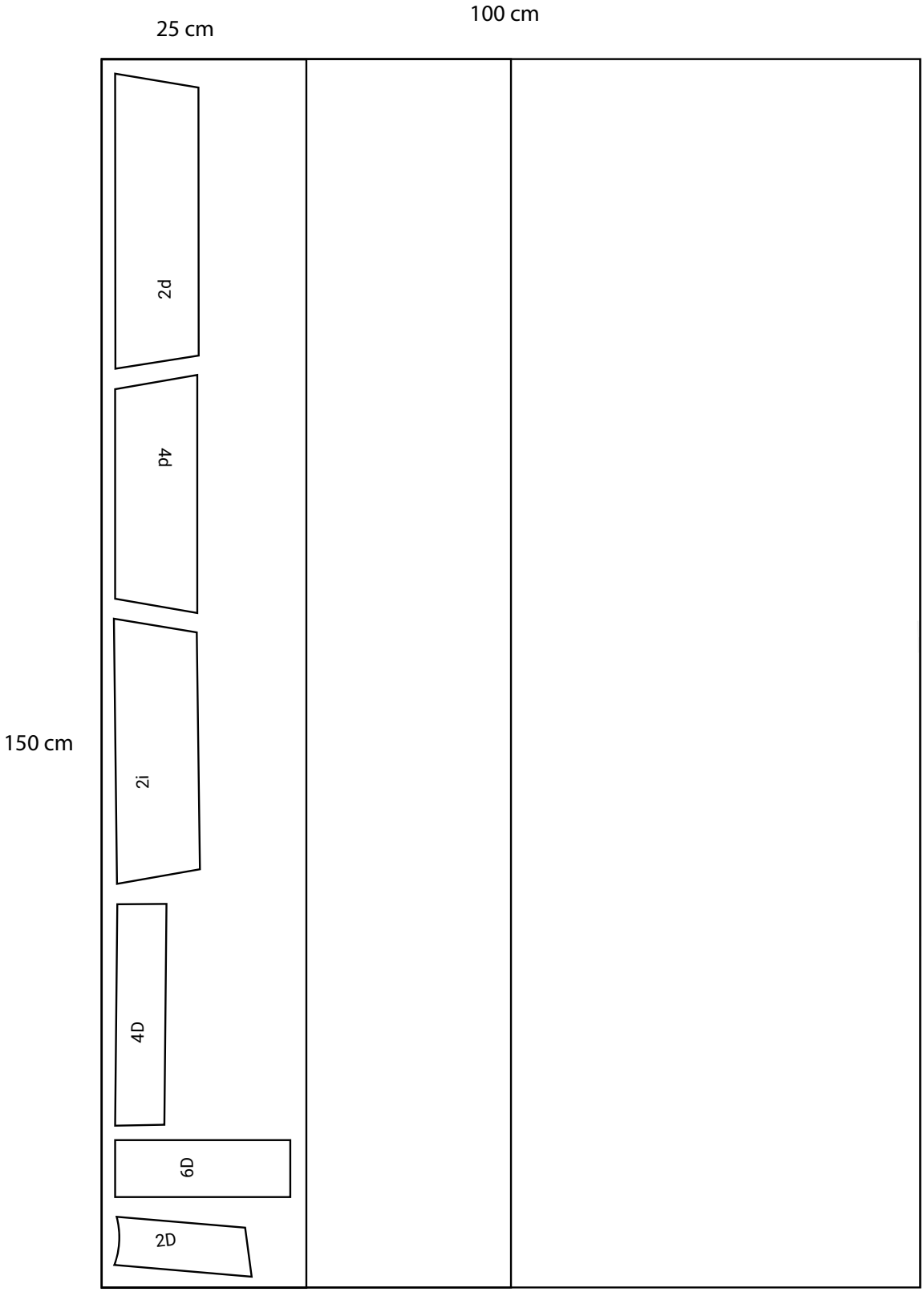
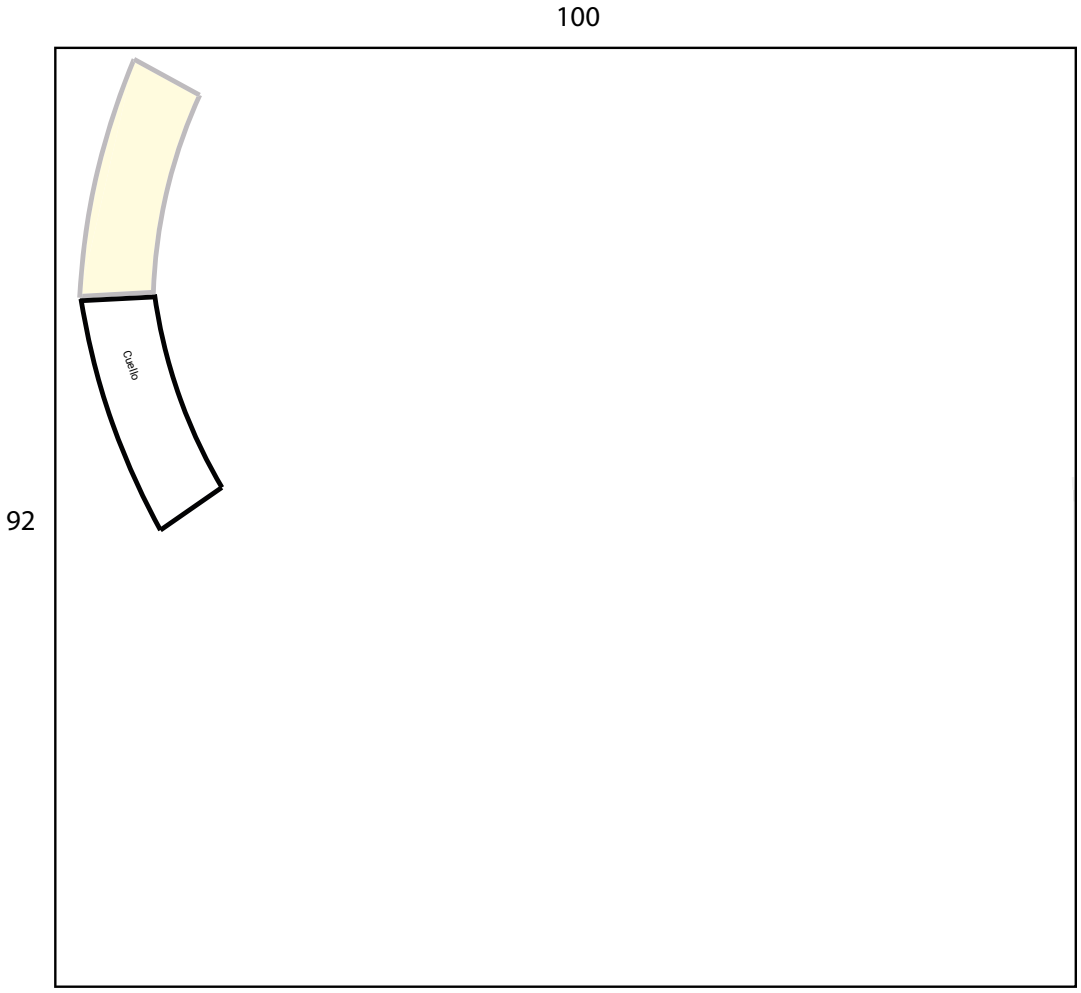


Lámina plástica transparente



Entretela temoadhesiva gruesa

Pieza doblada

Chaqueta traje armadura 1 / Delantero			
Código	Nombre de pieza	Número de pieza	Número de moldes
1D	Superior	2	1
2D	Superior plateado	4	2
3D	Pecho	2	1
3D.1	Pecho 1	2	1
3D.2	Pecho 2	2	1
4D	Sisa plateado	4	2
5D	Sisa inferior	2	1
5D.1	Sisa inferior 2	2	1
6D	Inferior plateado	4	2
7D	Inferior medio	2	1
7D.1	Inferior medio 2	2	1
8D	Pretina	2	1
Chaqueta traje armadura 1 / Espalda			
Código	Nombre de pieza	Número de pieza	Número de moldes
1E	Bajo cuello	1	1
1E.1	Escapula	1	1
1E.2	Sisa	1	1
1E.3	Sisa 1	1	1
2E	Inferior I	1	1
2E.1	Inferior I 1	1	1
2E.2	Inferior M	1	1
2E.3	Inferior D	1	1
2E.4	Inferior D 1	1	1
3E	Pretina	1	1

Chaqueta traje armadura 1 / Brazo derecho			
Código	Nombre de pieza	Número de pieza	Número de moldes
1d	Hombro	1	1
2d	Superior plateado	2	1
3d	Medio	1	1
3d.1	Medio 1	1	1
3d.2	Medio 2	1	1
4d	Inferior plateado	2	1
5d	Inferior	1	1
Chaqueta traje armadura 1 / Brazo Izquierdo			
Código	Nombre de pieza	Número de pieza	Número de moldes
1i	Hombro	1	1
1i.1	Superior	1	1
1i.2	Superior 1	1	1
2i	Medio plateado	2	1
3i	Inferior	1	1
3i.1	Inferior 1	1	1
3i.2	Inferior 2	1	1
Chaqueta traje armadura 1 / Brazo derecho e izquierdo			
Código	Nombre de pieza	Número de pieza	Número de moldes
6d	Puño	2	1
Chaqueta traje armadura 1 / Complemento			
Código	Nombre de pieza	Número de pieza	
AC	Cierre	1	

Chaqueta traje armadura 1 / Costo materia prima				
Materias primas	Cantidad	Precio	Total	Lugar de compra
Tela raquelado	2m	$2.000 m.	$4.000	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
Tela forro	1m	$2.500 m.	$2.500	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
Tela de puño	1/2m	$3.000 m.	$1.500	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
Tela lycra metalizada	1/4m	$7.000 m.	$1.750	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
Lámina plástica transparente	1/4m	$7000 m.	$1.750	Pudeto 439, Valparaíso.
Entretela	1/4m	$2000 m.	$500	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
Cordón	13m	$180 m.	$2.340	Bandera 710, Santiago.
Cierre	1	$224 c/u	$224	Bandera 710, Santiago.
Hilo	1	$400	$400	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
Papel mantequilla	4	$250 c/u	$1.000	Av. Argentina 791, Local 51, Valparaíso.
			$15.964	

Chaqueta traje armadura 1 / Costo procesos		
Chaqueta	Precio	Recurso humano
Diseño	$10.000	Stephany De la Paz, Diseñadora.
Moldes	$10.000	Stephany De la Paz, Diseñadora.
Corte y confección	$20.000	Stephany De la Paz, Diseñadora.
Promoción	$5.000	Stephany De la Paz, Diseñadora.
Transporte	Envío por pagar	Stephany De la Paz, Diseñadora.
	$45.000	

Taller / Costo fijo mensual		
Taller	Precio	Producto
Máquina de coser	$7.000	brother, máquina de coser y bordadora modelo nv900d.
Computador	$13.900	ACER, NITRO 5.
Celular	$8.400	Redmi Note 11 Pro.
Transporte	$30.000	Pasajes de movilización.
Servicios de consumo	$50.000	Luz, internet.
	$109.300	
	$27.325	Semanal

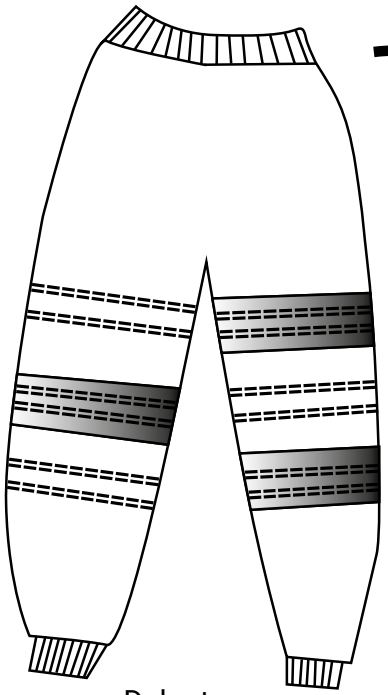
Taller / Costo variable anual			
Materias primas	Cantidad	Precio	Lugar de compra
Alfileres	1 set	$1000	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
Jabón de sastre	1	$600	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
Lápices /gómas	1 set	$2000	Av. Argentina 791, Local 51, Valparaíso.
Hojas de carta	1 resma	$3500	Av. Argentina 791, Local 51, Valparaíso.
Tijeras	1	$5950	Av. Argentina 791, Local 51, Valparaíso.
Reglas	1 set	$7500	Av. Argentina 791, Local 51, Valparaíso.
Agujas de máquina	1 set	$5000	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
Agujas	1 set	$1000	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
		$26.550	
		$2.213	Mensual
		$554	Semanal

Costo total Chaqueta traje armadura 1		
Costos	Precio	Tiempo
Materia prima	$15.964	
Procesos	$45.000	1 semana
Costo fijo taller	$27.325	1 semana
Costo variable taller	$554	1 semana
	$88.843	

Precio final de la chaqueta $88.900 + costo de envío

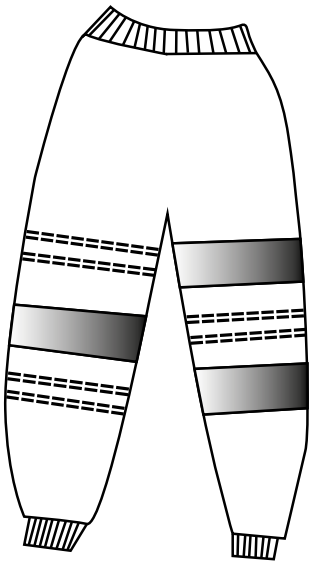
Marca: MOTUS	Genero: Unisex
Modelo: Pantalón traje armadura 1	Tallas: A medida

Telas: Exterior raquelado - Forro algodón - Tobillos y cadera RIB -
Lycra metalizada para zonas de interés y lámina plástica sobre ellas

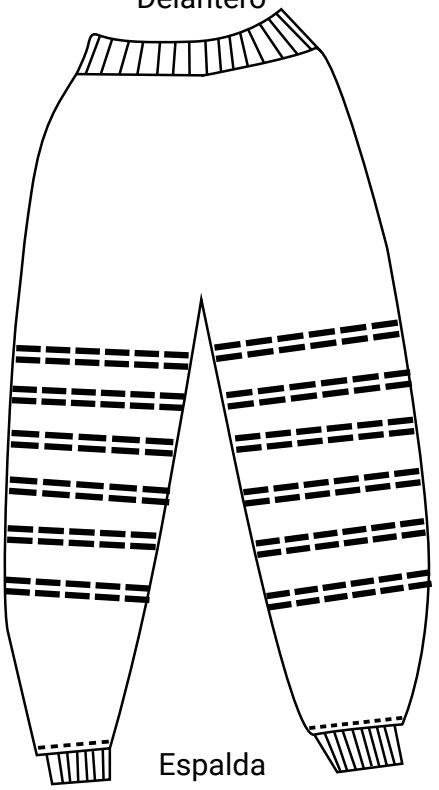


Pretina elasticada

Delantero



Tela interna lycra metalizada
sin cordones



Cordones internos,
generan relieve

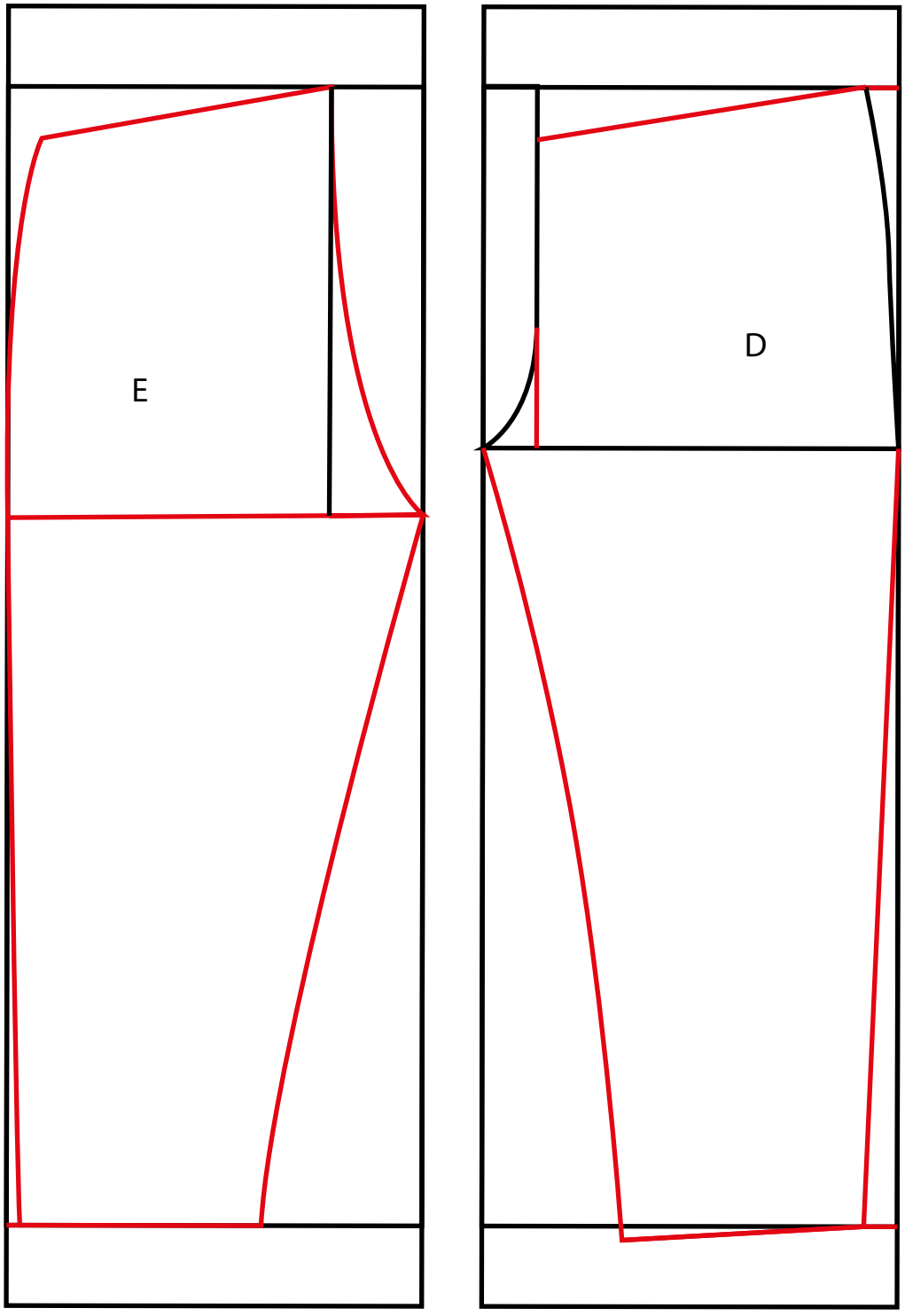
Espalda

Diseñadora: Stephany De la Paz

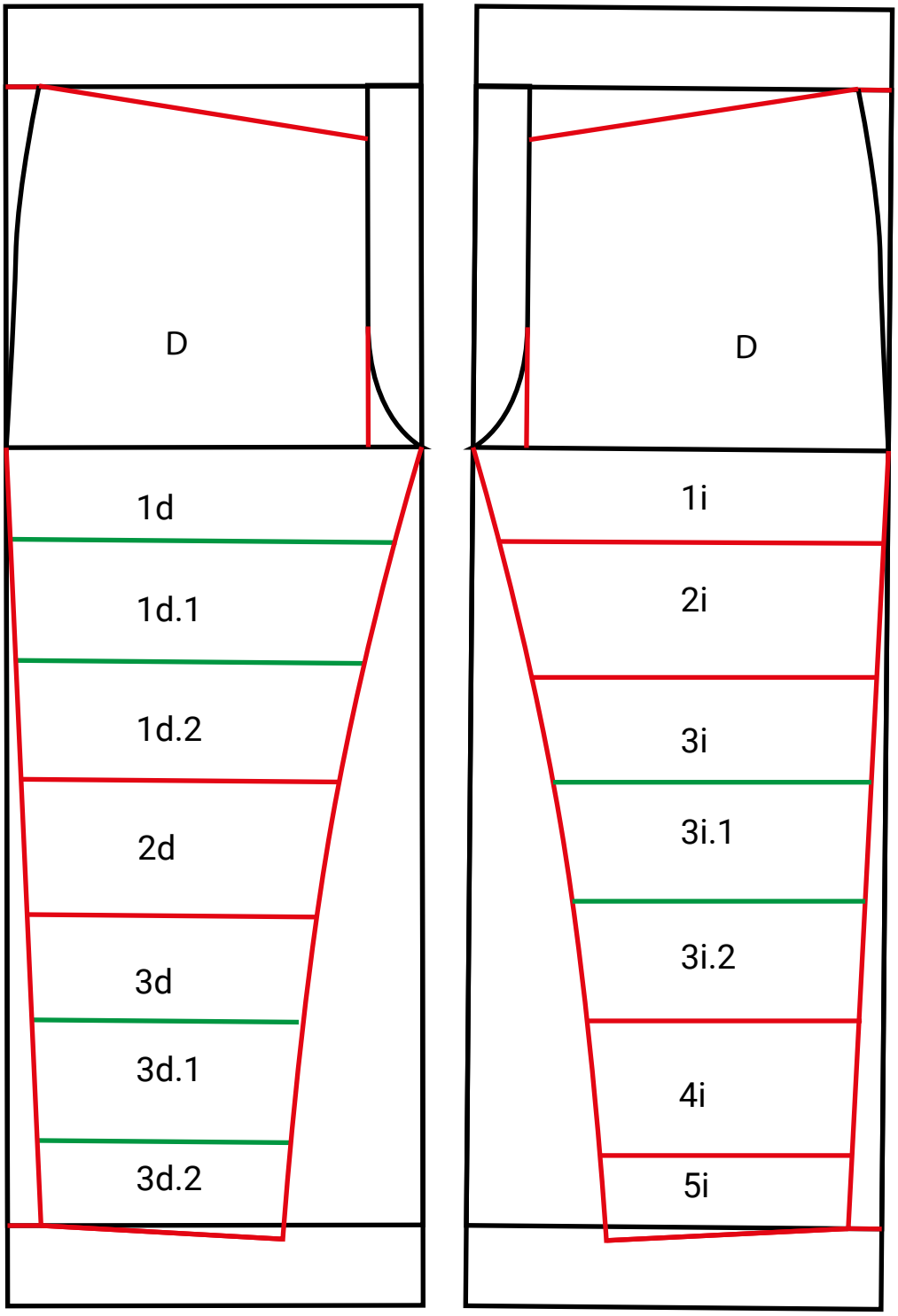
Medidas:

Contorno cintura : 78cm
Contorno cadera: 100cm
Contorno muslo: 60cm
Contorno bajo : 26cm
Llargo total: 95cm
Largo tiro : 66cm

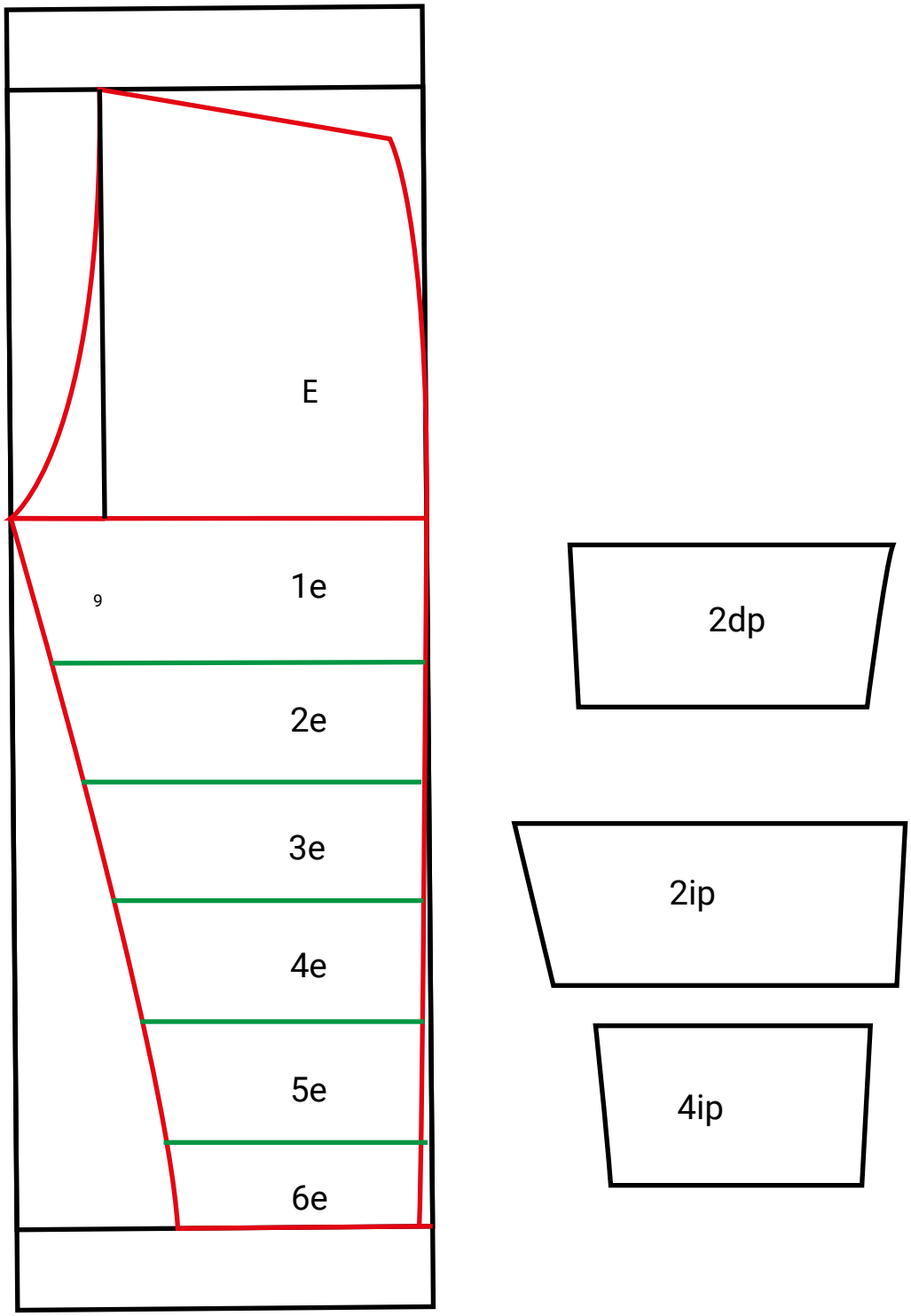
Molde base

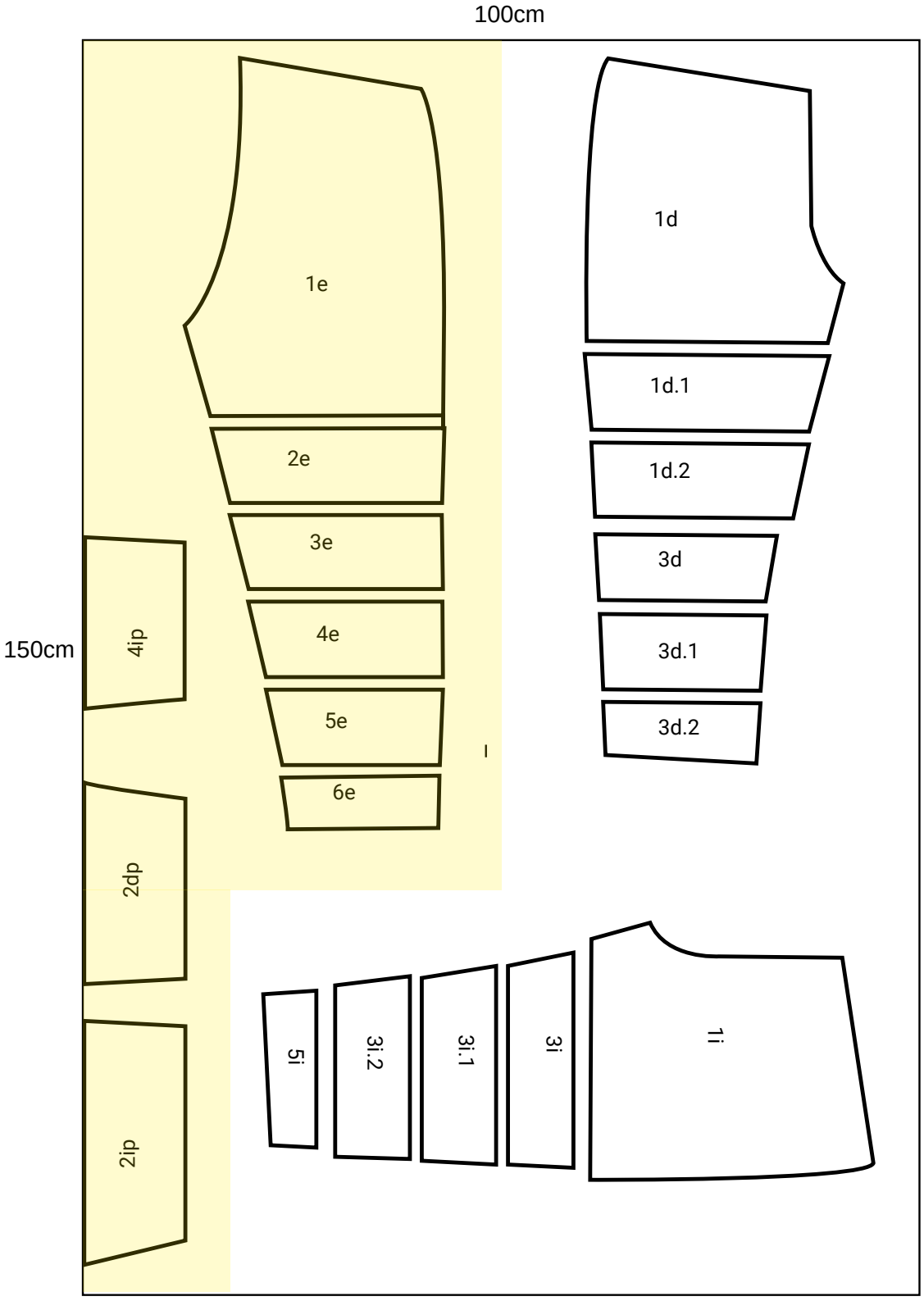


Molde delantero

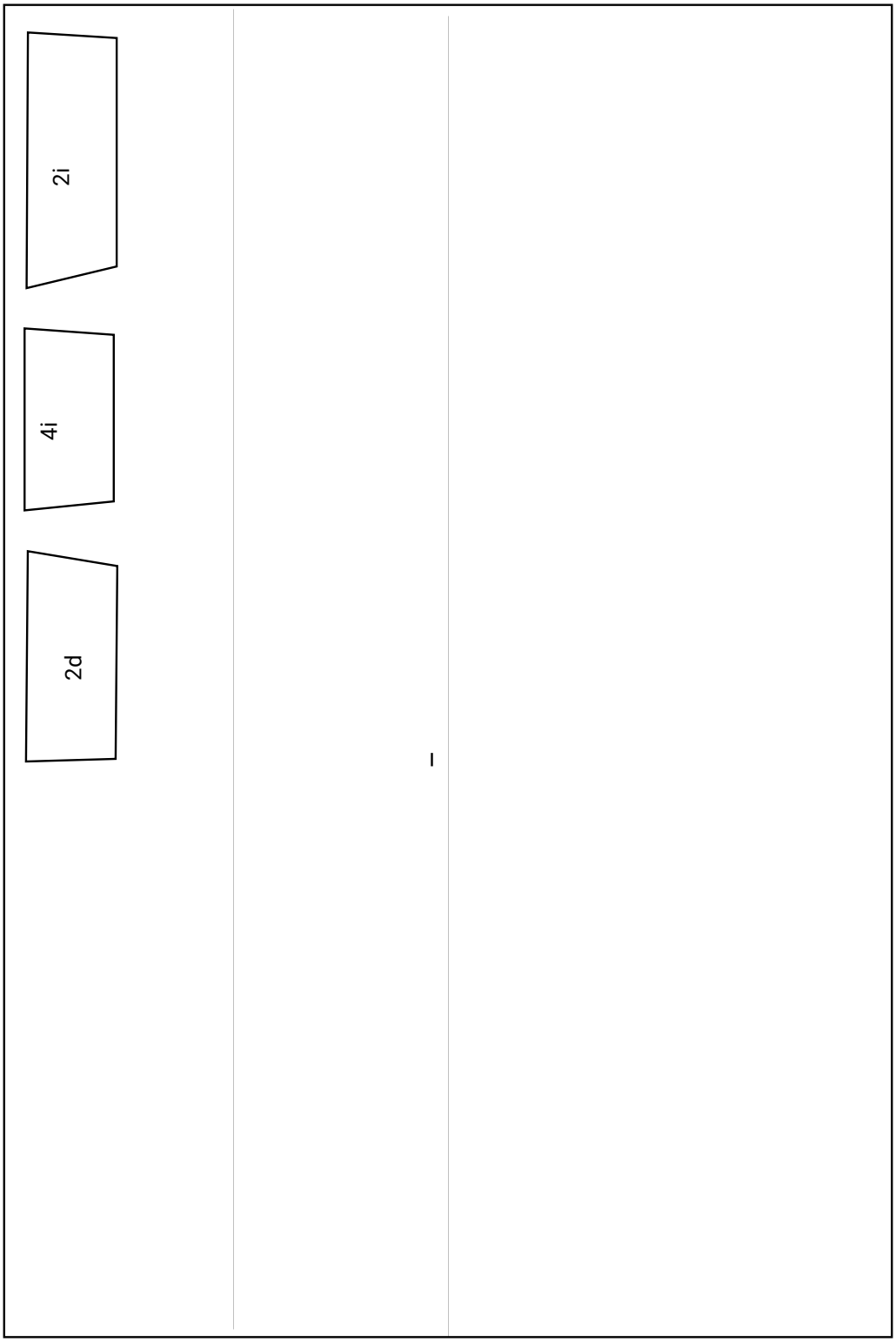


Molde espalda y parches




100cm
150cm
1e
2e
3e
4e
5e
6e
4ip
2dp
2ip
1d
1d.1
1d.2
3d
3d.1
3d.2
5i
3i.2
3i.1
3i
1i
Tela raquelado
Pieza doblada

100cm



lycra plateada sin doblez

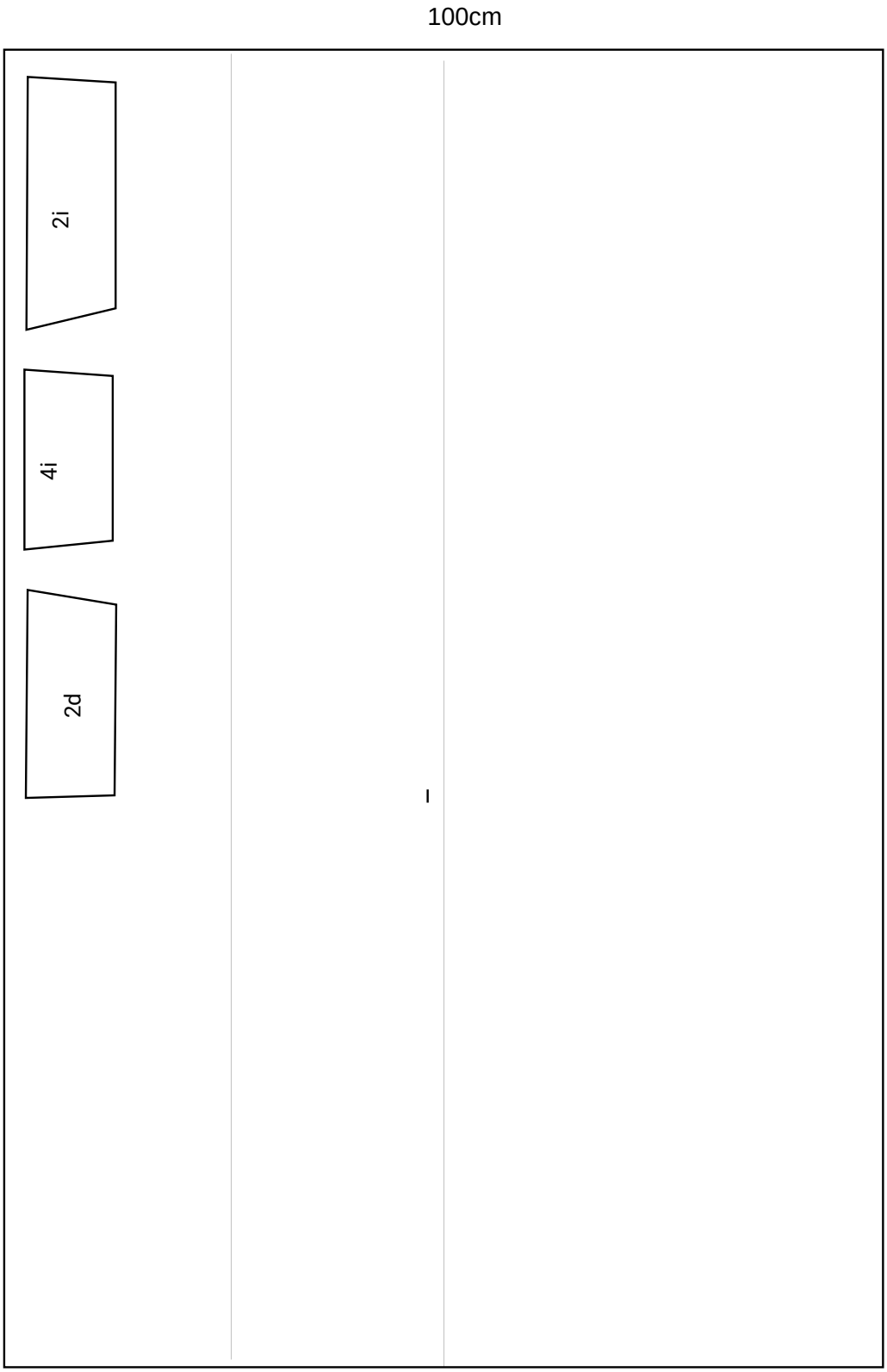
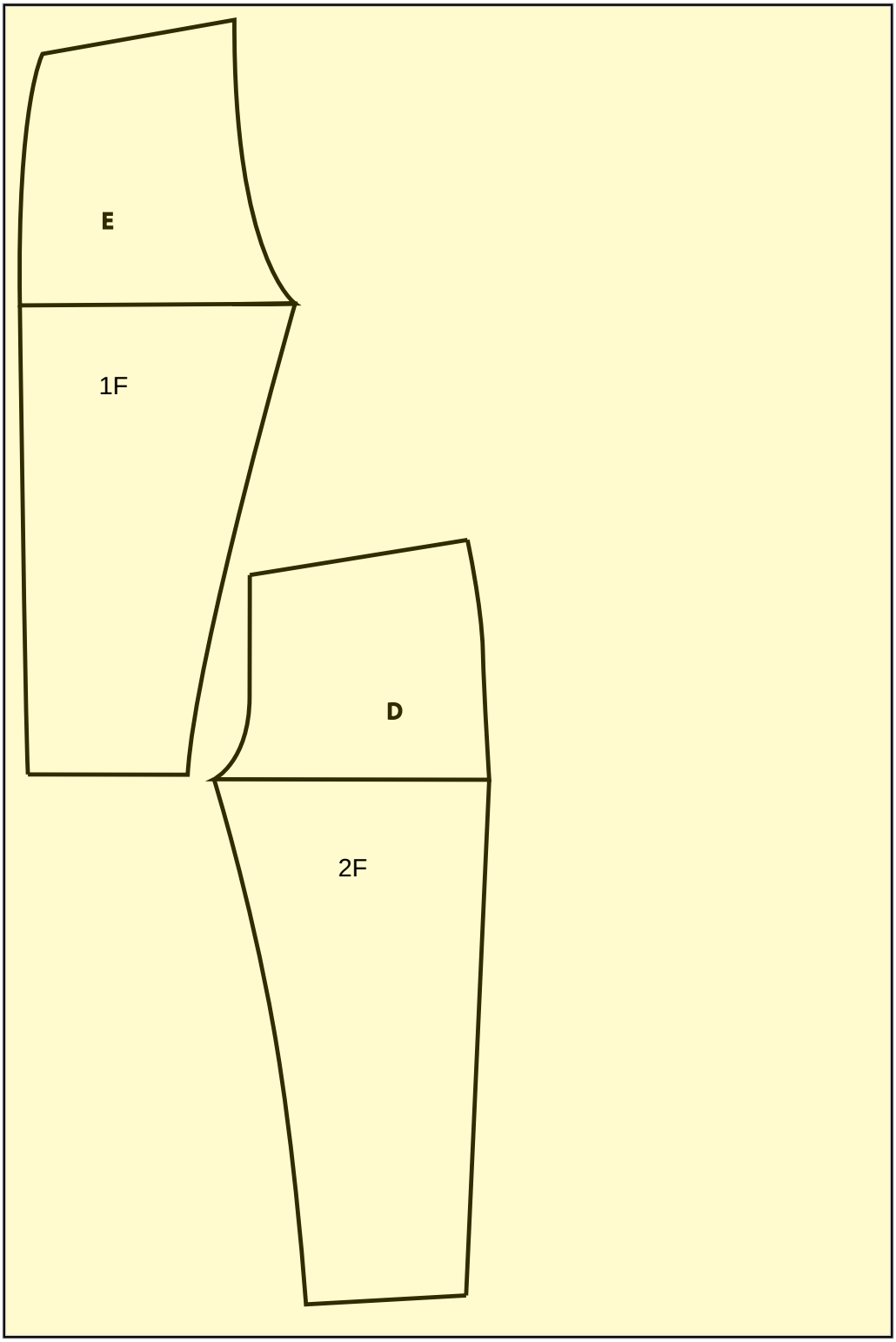


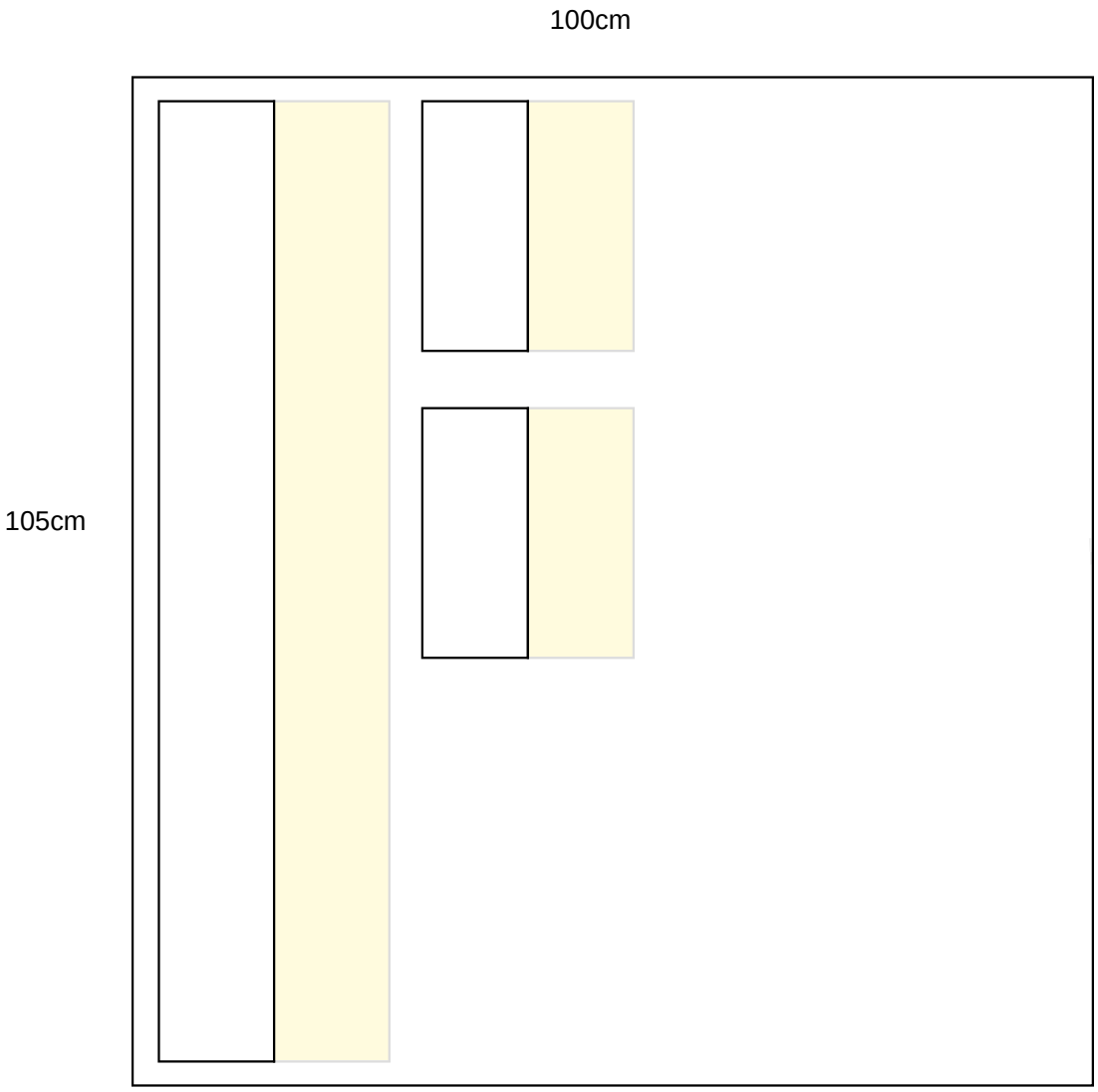
Lámina pástica transparente sin doblez

100cm



Tela forro algodón doble

Pieza doblada


100cm
105cm
Tela de puño
Tela doblada

Pantalón traje armadura 1 / Delantero			
Código	Nombre de pieza	Número de pieza	Número de moldes
1d	Superior d	1	1
1d.1	Superior d1	1	1
1d.2	Superior d2	1	1
2d	Medio plateado	2	2
3d	Inferior d	1	1
3d.1	Inferior d1	1	1
3d.2	Inferior d2	1	1
1i	Superior i	1	1
2i	Superior plateado	2	2
3i	Medio i	1	1
3i.1	Medio i2	1	1
3i.2	Medio i3	1	1
4i	Inferior plateado	2	2
5i	Inferior i	1	1

Pantalón traje armadura 1 / Espalda			
Código	Nombre de pieza	Número de pieza	Número de moldes
1e	Superior e	2	1
2e	Superior e1	2	1
3e	Medio e	2	1
4e	Medio e1	2	1
5e	Inferior e	2	1
6e	Inferior e1	2	1

Pantalón traje armadura 1 / Forro			
Código	Nombre de pieza	Número de pieza	Número de moldes
1F	Espalda F	2	1
2F	Delantero F	2	1
Pantalón traje armadura 1 / Extremidades			
Código	Nombre de pieza	Número de pieza	Número de moldes
1P	Pretina	1	1
2P	Puño	2	2

Pantalón traje armadura 1 / Costo materia prima				
Materias primas	Cantidad	Precio	Total	Lugar de compra
Tela raquelado	2m	$2.000 m.	$4.000	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
Tela forro	2m	$2.500 m.	$5.000	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
Tela de puño	1/2m	$3.000 m.	$1.500	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
Tela lycra metalizada	1/4m	$7.000 m.	$1.750	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
Lámina plástica transparente	1/4m	$7000 m.	$1.750	Pudeto 439, Valparaíso.
Elástico	1m	$300 m.	$300	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
Cordón	6m	$180 m.	$1.080	Bandera 710, Santiago.
Hilo	1	$400	$400	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
Papel mantequilla	3	$250 c/u	$750	Av. Argentina 791, Local 51, Valparaíso.
			$16.530	

Pantalón traje armadura 1 / Costo procesos		
Pantalón	Precio	Recurso humano
Diseño	$10.000	Stephany De la Paz, Diseñadora.
Moldes	$10.000	Stephany De la Paz, Diseñadora.
Corte y confección	$15.000	Stephany De la Paz, Diseñadora.
Promoción	$5.000	Stephany De la Paz, Diseñadora.
Transporte	Envío por pagar	Stephany De la Paz, Diseñadora.
	$40.000	

Taller / Costo fijo mensual		
Taller	Precio	Producto
Máquina de coser	$7.000	brother, máquina de coser y bordadora modelo nv900d.
Computador	$13.900	ACER, NITRO 5.
Celular	$8.400	Redmi Note 11 Pro.
Transporte	$30.000	Pasajes de movilización.
Servicios de consumo	$50.000	Luz, internet.
	$109.300	
	$27.325	Semanal

Taller / Costo variable anual			
Materias primas	Cantidad	Precio	Lugar de compra
Alfileres	1 set	$1000	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
Jabón de sastre	1	$600	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
Lápices /gómas	1 set	$2000	Av. Argentina 791, Local 51, Valparaíso.
Hojas de carta	1 resma	$3500	Av. Argentina 791, Local 51, Valparaíso.
Tijeras	1	$5950	Av. Argentina 791, Local 51, Valparaíso.
Reglas	1 set	$7500	Av. Argentina 791, Local 51, Valparaíso.
Agujas de máquina	1 set	$5000	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
Agujas	1 set	$1000	Av. Indepenencia pasaje Dávila Baeza.
		$26.550	
		$2.213	Mensual
		$554	Semanal

Costo total Pantalón traje armadura 1		
Costos	Precio	Tiempo
Materia prima	$16.530	
Procesos	$40.000	1 semana
Costo fijo taller	$27.325	1 semana
Costo variable taller	$554	1 semana
	$84.409	

Precio final de la pantalón $85.500 + costo de envío

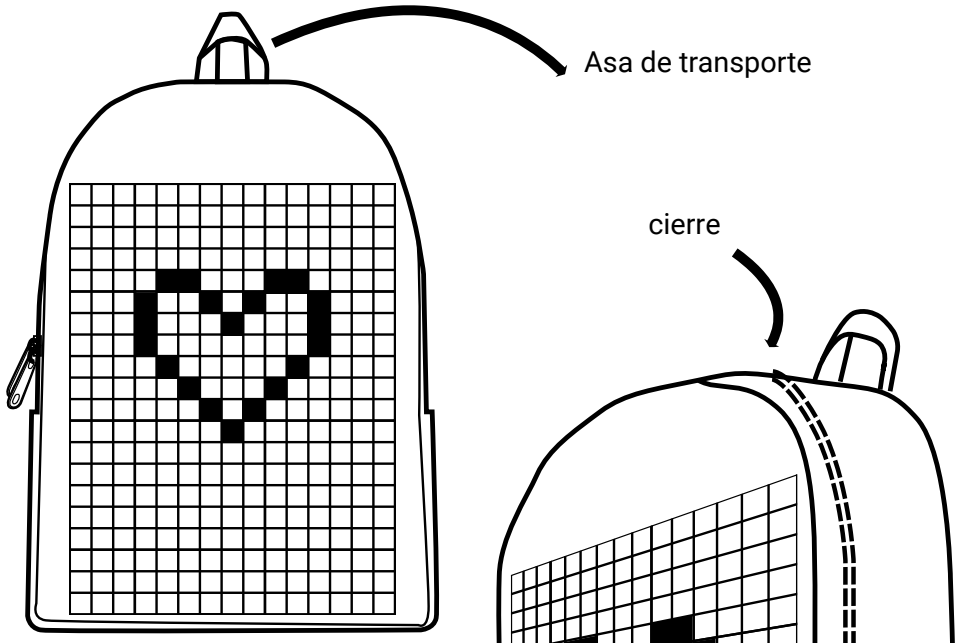
Precio total de traje $174.400

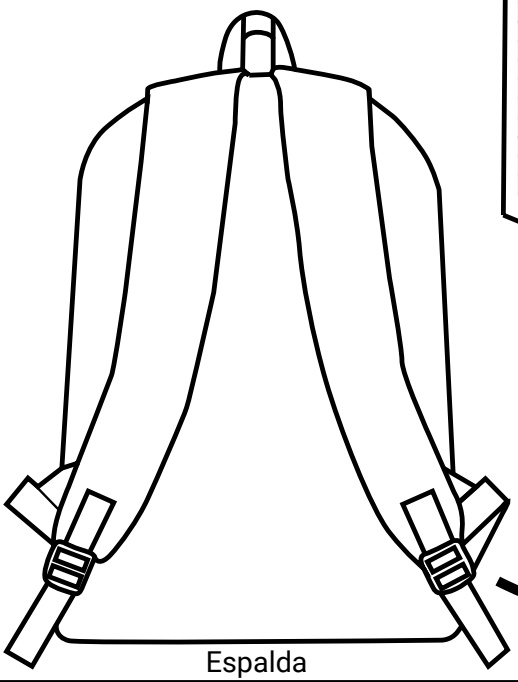
Fotografías promocionales para instagram

Accesorios Mochila Pixel

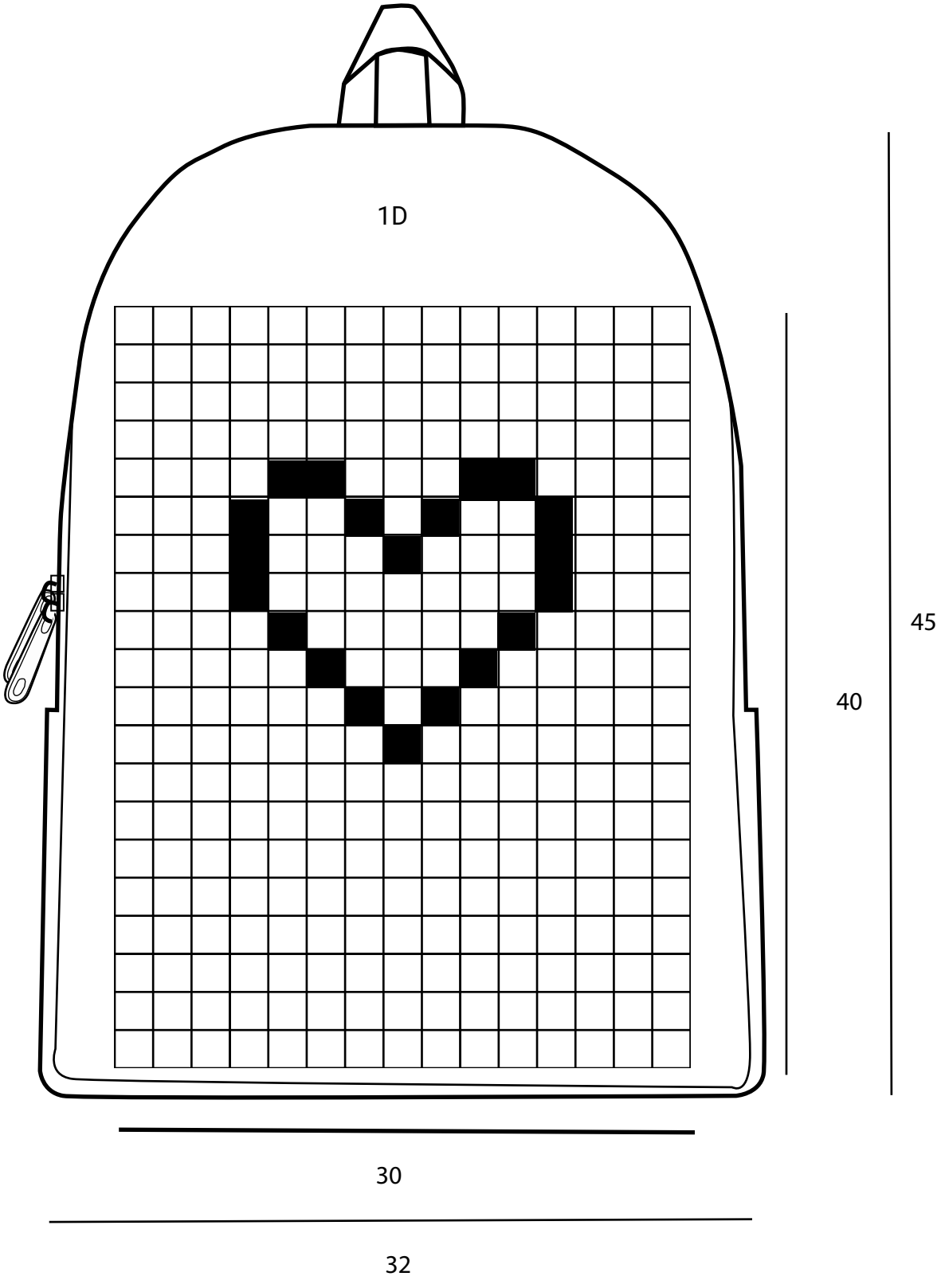
Marca: MOTUS	Genero: Unisex
Modelo: Mochila Pixel	Tallas: Estandar

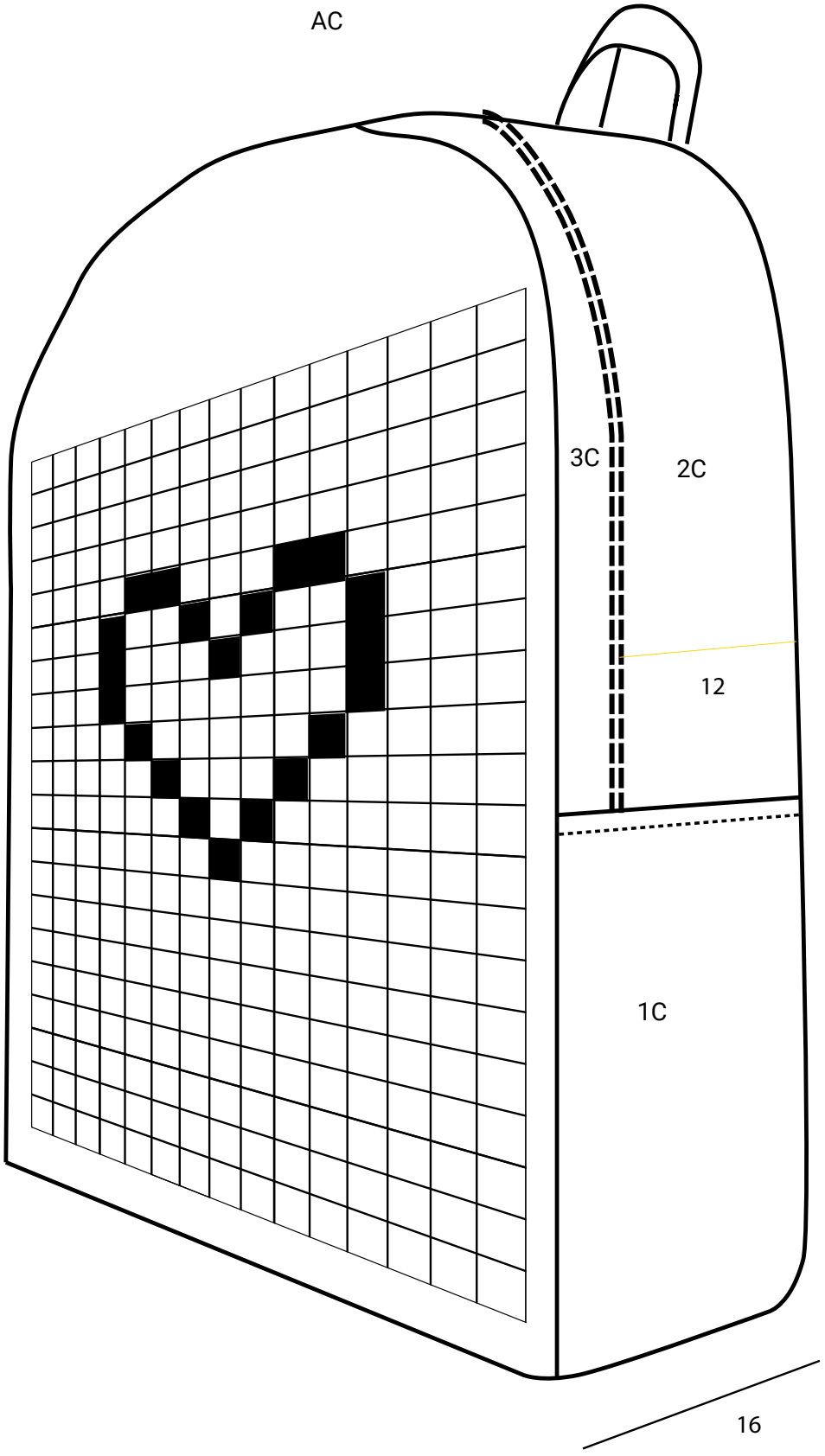
Telas: exterior raquelado - forro sargalina
Complementos: cierre - 2 hebillas de ajuste - correa de mochila.

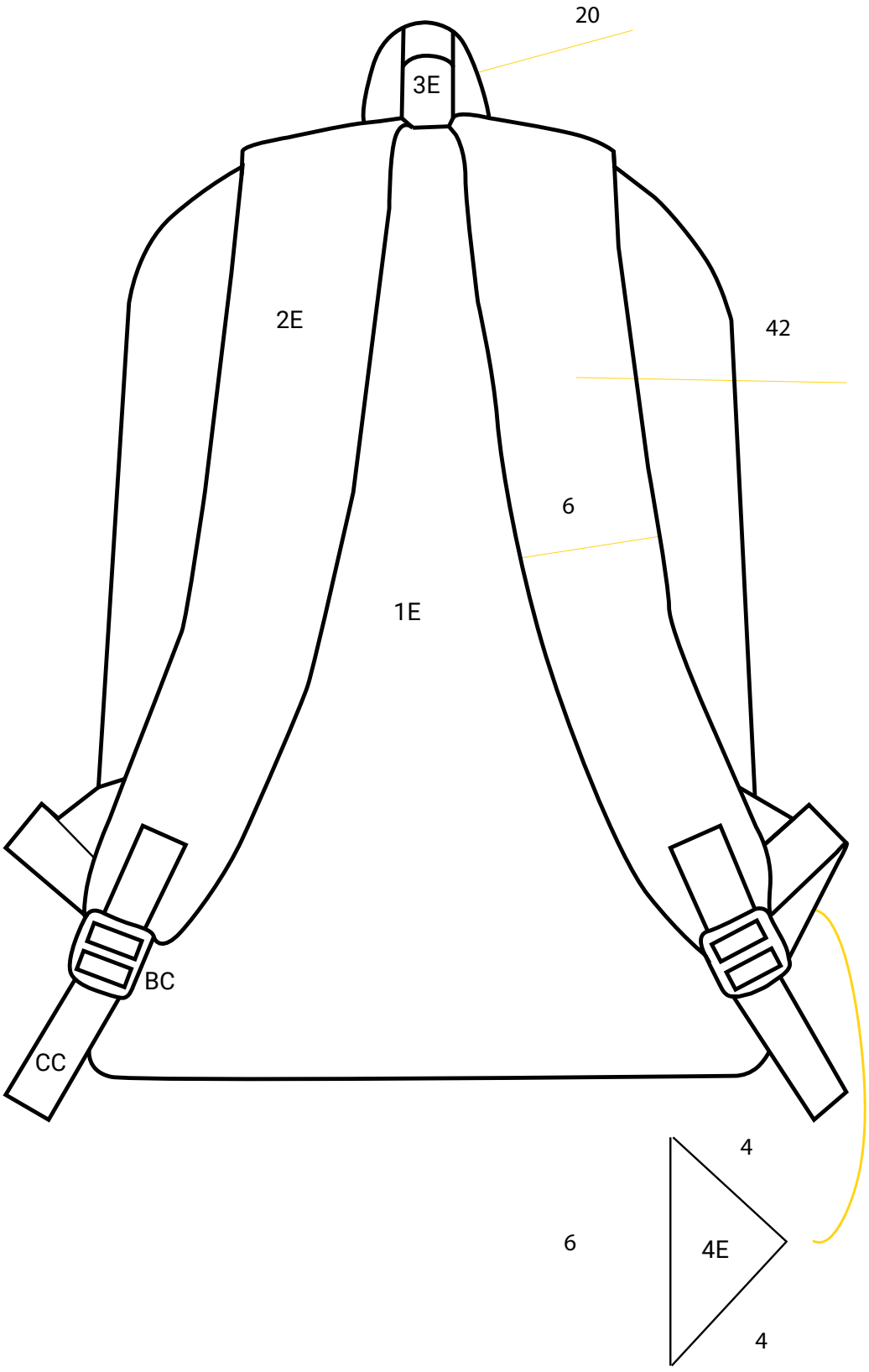




Diseñadora: Stephany De la Paz


1D
45
40
30
32


AC
3C
2C
12
1C
16

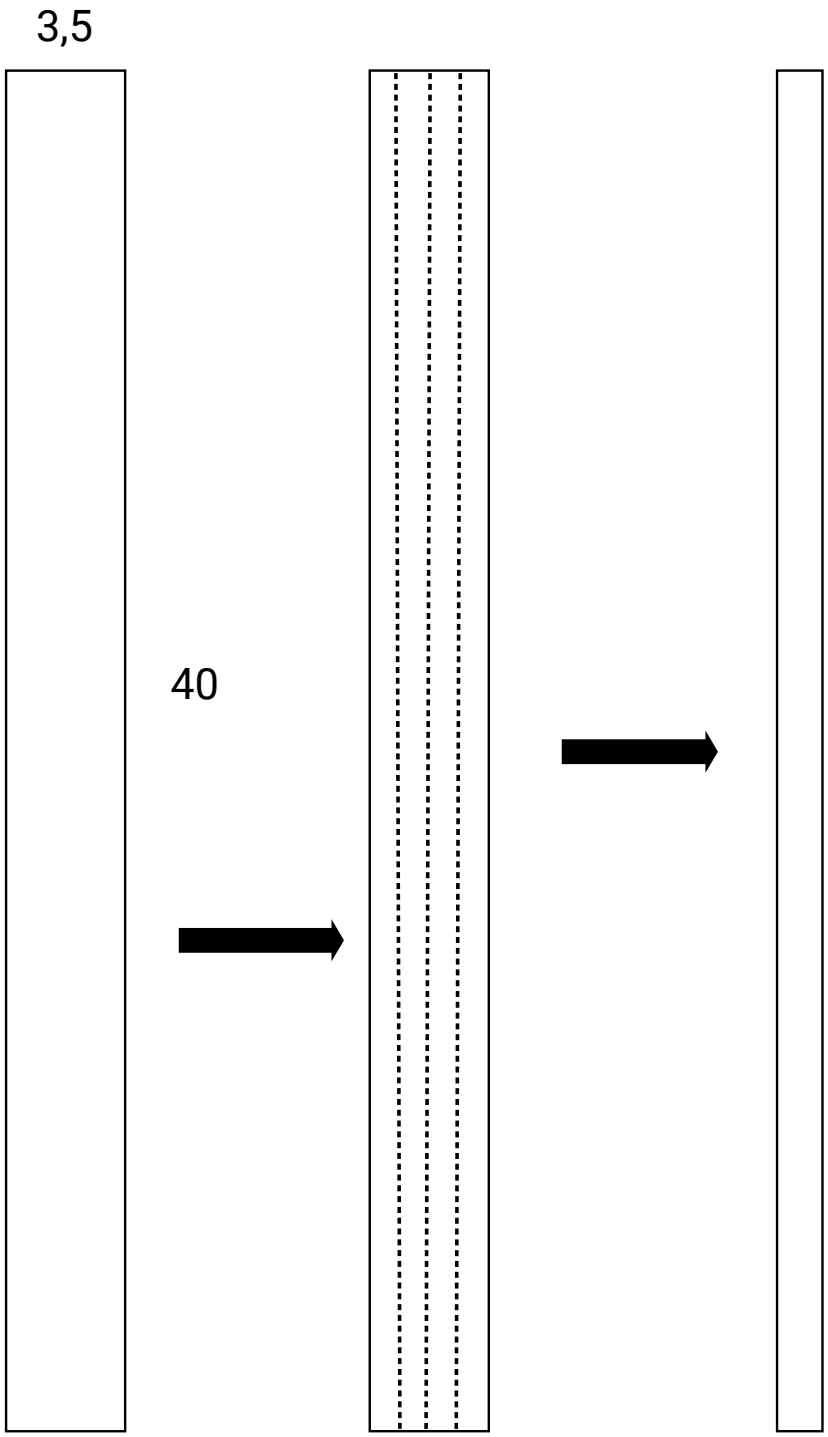

20
3E
2E
42
6
1E
BC
CC
4
6
4E
4

Mochila pixel / Delantero			
Código	Nombre de pieza	Número de pieza	Número de moldes
1D	Frente	1	1
Mochila pixel / Espalda			
Código	Nombre de pieza	Número de pieza	Número de moldes
1E	Espalda	1	1
2E	Brazos	2	1
3E	Asa	1	1
4E	Sisa baja	2	1
Mochila pixel / Costado			
Código	Nombre de pieza	Número de pieza	Número de moldes
1C	Bajo	1	1
2C	Costado ancho	1	1
3C	Costado delgado	1	1
Mochila pixel / Costado			
Código	Nombre de pieza	Número de pieza	Número de moldes
1C	Bajo	1	1
2C	Costado ancho	1	1
3C	Costado delgado	1	1
Mochila pixel / Complemento			
Código	Nombre de pieza	Número de pieza	
AC	Cierre	1	
BC	Hebilla	2	
CC	Correa de ajuste	2	

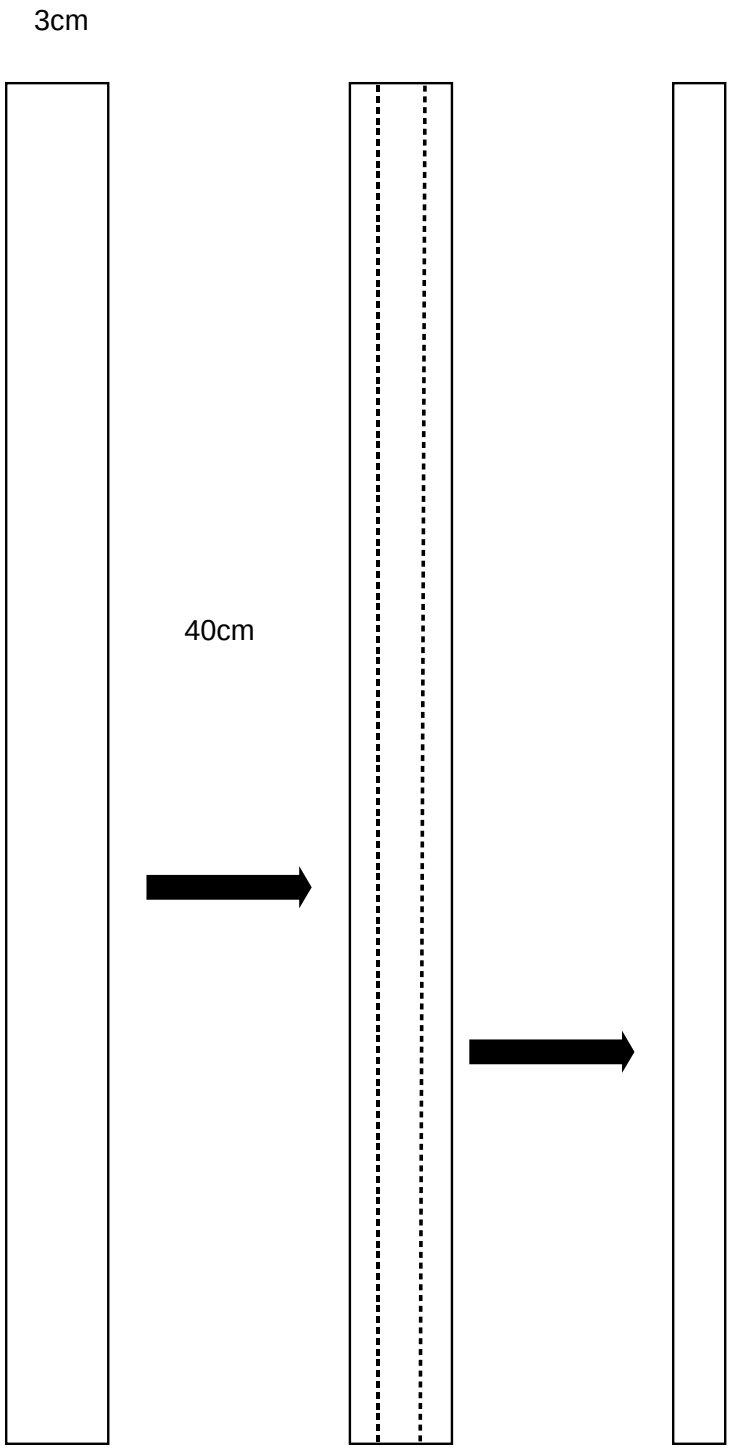
Construcción trama cuadriculada

Barillas de soporte

1._ Material: entretela gruesa
Doblar la entretela en 4 partes en sentido envolvente

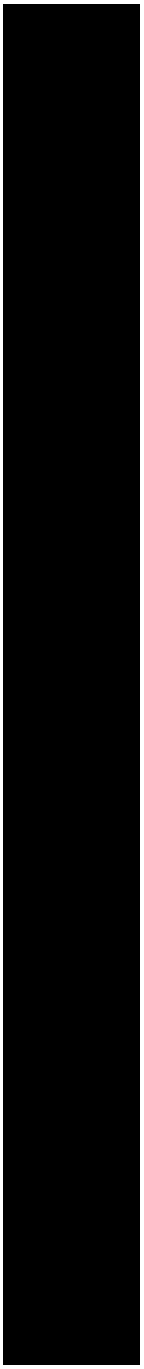


2._ Material: Cuero sintético
Se dobla ambos costados hacia el centro, esto permite dejar las orillas curvas.



3._ Material: Sargalina
Se genera un forro para la barilla, de esta manera se permite un desliz con mayor facilidad.

4cm

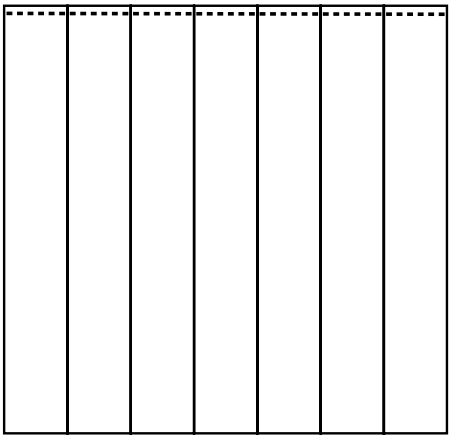


40cm

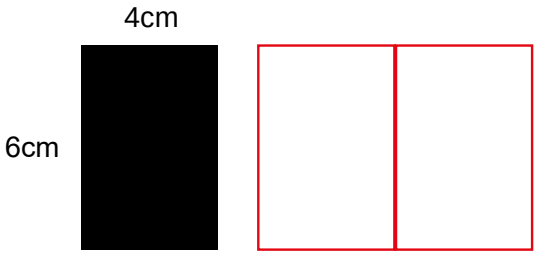
Se deja un margen de 1cm para cotura (6 x 42 cm).

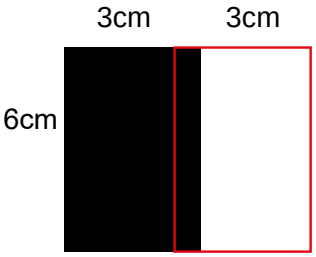
Luego se introduce la barilla en el forro

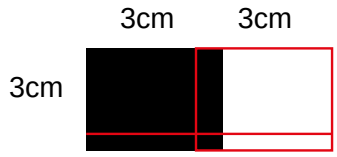
4._ Una vez generadas las varillas se unen una al lado de la otra con costura lineal solamente en su parte superior.



5._ Materiales: Raquelado negro y blanco.
Para iniciar la cuadricula se generan los cuadrados individualmente uniendo con costura lineal la tela negra y blanca, la tela blanca es doble.







Se dobla por la mitad y se cose a 1cm del borde inferior.

Se esconde la costura dando vuelta la tela.

Se dobla 1cm del sector negro hacia el interior.

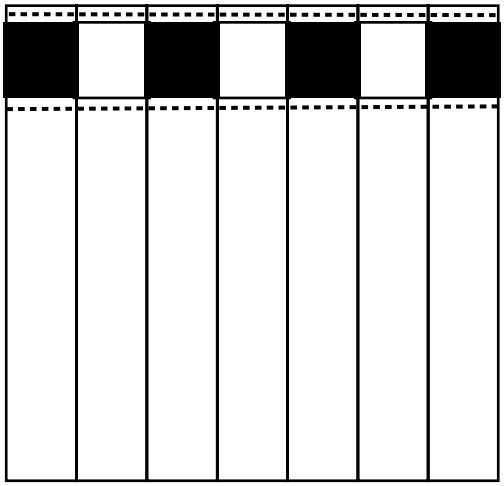
Se introduce 1cm del sector blanco en el sector negro

Una vez introducido de aplica la argolla metálica y se cose de forma manual.

Lado 1 Lado 2

Repetir el proceso 300 veces

6._ Realizado los cuadrados bicolor, se insertan generando filas horizontales de 15 cuadrados



Conclusión

La comunicación no verbal en la indumentaria permite exteriorizar un mundo interno que exprese al exterior un mensaje, esta es positiva ya que al momento de expresar deposita el usuario su identidad en un producto concreto que permite reconocer al entorno que lo rodea sus inclinaciones, gustos y parte de su cultura.

La vestimenta comunica a los seres humanos circundantes sobre la persona que posee la vestimenta, de esta manera el receptor capta que tipo de imagen, la persona desea expresar y cómo quiere ser visto y aceptado en la sociedad, el adolescente puede pasar por varias etapas de prueba en la búsqueda de identidad propia por lo que es necesario darles el espacio para que ellos se expresen y encuentren el rol que desean desempeñar, el autoconocimiento a su vez permite una mayor aceptación de sí mismos y la motivación por metas y planes futuros.

El producto permite a los adolescentes expresarse en su indumentaria de forma personalizada, con el fin de ayudarlos a encontrar su identidad y a su vez mejorar su comunicación con el entorno que lo rodea.

La los medios por los cuales se produzca esta autoexpresión son tanto vestimentas como accesorios, entre ellos estuche y mochilas, este ultimo por su condición de ser el elemento que eligen los adolescentes para depositar sus identificaciones, ya que es el que posee mayor aceptación para realizar esta acción en el aula de clases, esta también es usada fuera de ella, y mantiene su funcionalidad que lo acompaña desde su niñez.

Las estrategias desarrolladas por las marcas dirigidas a adolescentes poseen en común algún factor de riesgo por el cual el adolescente se sienta atraído, a su vez optan por generar publicidades indirectas a través de medios consumidos por adolescentes, asociándolo a algo positivo y aceptado.

Tras las entrevistas realizadas se comprende que los adolescentes al expresar parte de su interior exponen sus preferencias y de esta manera en el caso de que muestren algo relacionado a alguna conducta de riesgo pueda ser llevado al diálogo generando una instancia de prevención, a su vez el acto de la autoexpresión libera al usuario depositando su emoción actuando como catalizador aportando en su salud mental.

La marca Motus aporta a la autoexpreción si bien se desarrolló el traje de mayor costo y complejidad como ejemplo, se logra demostrar que cumple su función, aunque no sea al alcance economico de la mayoria de la población; se define como indumentaria exclusiva con una alta propuesta de valor, por muchas razones, estre ellas su capacidad de ser personalizable, su exterior que otorga resguardo tanto en su característica visual como material, mientras que en su interior es suave aportando comodidad y confort en su uso.

Referencias

Knapp, Mark L.,N.N. (1982). Los efectos de la apariencia física y la ropa, El cuerpo ropas y otros artefactos. La comunicación no verbal : el cuerpo y el entorno. Barcelo na Ediciones Paidós.

Arango Higuita, G y Muñoz-Sánchez, O. (2016). Perspectivas de la camiseta como escenario de expresión del individuo. Universidad de Caldas.

García Uribe, M., & González Márquez, M. (2022).Clima Social, Familiar, Escolar y Conductas de Riesgo en Adolescentes. Revista De Psicología De La Universi dad Autónoma Del Estado De México, 11(23), 231-258. doi:10.36677/rpsicolo gia.v11i23.18057

Real Academia Española. (2021). Adolescencia. En Diccionario de la lengua española. Recuperado 11 Mayo 2022 de https://dle.rae.es/adolescencia

Unicef. (2020). ¿Qué es la adolescencia?.Recuperado de https://www.unicef.org/uru guay/que-es-la-adolescencia#:~:text=La%20Organizaci%C3%B3n%20 Mundial%20de%20la,los%2010%20y%2019%20a%C3%B1os.

Adidas. (2022). Portada de página web de Adidas [Fotografía. https://www.adidas.cl.

Adidas. (2022). Logo de Adidas,[Fotografía]. https://www.adidas.cl.

Adidas. (2022). Sustentabilidad, página web de Adidas [Fotografía].https://www.adidas. cl/sustentabilida

Ricardo Simal. [adidas Originals] (1 de abril 2022). adidas x Rich Mnisi [Video], https://www.youtube.com/watch?v=ycjvYN97qi0&ab_channel=adidasOriginals

Adidas. (2022). Bad Bunny, colaboración con Adidas [Fotografía]. https://forbes.cl/li fe/2022-03-10/bad-bunny-lanza-colaboracion-con-adidas-sal dran-a-la-venta-hoy/

Adidas. (15 de Febrero de 2020). Música, arte, moda y deporte: las icónicas Superstar proponen el cambio del futuro [Fotografía]. https://www.infobae.com/inhou se/2020/02/15/musica-arte-moda-y-deporte-las-iconicas-super- tar-proponen-el-cambio-del-futuro/

Adidas. (2022). Zapatillas Superstar Unisex [Fotografía]. https://www.adidas.cl/superstar

Converse. (2022). Portada de página web [Fotografía]. https://converse.com.ar/home

Converse. (2022). Logotipo Converse [Fotografía].https://converse.com.ar/home

Converse. (2022). Isologo Converse [Fotografía]. https://converse.com.ar/home

Converse. (2022). Run Star Motion [Fotografía]. https://converse.com.ar/section/cx

Converse. (2022). Tienda de indumentaria [Fotografía]. https://converse.com.ar/home

Converse. (2022). Converse Skate Team. [Fotografía], https://converse.com.ar/section/louie

Converse. (2022). Eleven, Stranger Things. [Fotografía].http://desempacados.com/los-grandes-iconos-usan-converse/

Stoermer Coleman Z. [zendaya]. (16 de enero 2022) [Fotografía]. Instagram. https://www.instagram.com/p/CY0An-9K6Hl/

Converse. (2022). Chuck Taylor [Fotografía]. https://converse.com.ar/collection/categories/mujer-calzado-classic-chuck

.Newbold, A. (2022).¿Alguien más está obsesionado con el estilo de Rue Bennett en 'Euphoria'? . Vogue. [Fotografía]. https://www.vogue.es/moda/articulos/zendaya-euphoria-rue-look-estilo

Desempacado. (14 de febrero 2022).¿Los grandes íconos usan Converse?. Desempacados. http://desempacados.com/los-grandes-iconos-usan-converse/

Nike. (2022) Portada de página web [Fotografía]. https://www.nike.cl/

Nike. (2022) Logotipo Nike [Fotografía]. https://converse.com.ar/collection/categories/mujer-calzado-classic-chuck

Harry Nach. [Harry Nach] (22 de julio 2022). Harry Nach - Size (Video Oficial) [Video], https://www.youtube.com/watch?v=15X9HXEA4Aw&ab_channel=HarryNach

ITHAN NY y Marcianeke [ITHAN NY] (26 de agosto 2021). LAS NAIK - ITHAN NY Ft. Marcianeke (Video Oficial) [Video], https://www.youtube.com/watch?v=OOyGpEKsR08&ab_channel=ITHANNY

Rayan Castro [Rayan Castro] (8 de mayo 2021). Ryan Castro - JORDAN (Video Oficial) [Video], https://www.youtube.com/watch?v=oFKu8wm7RcA&ab_channel=Ryan Castro

Rayan Castro [ryancastrro] (23 de junio 2021). Pusimos a todo mundo a vestir jordan y Nike [Tweet], Twitter. https://twitter.com/ryancastrro/status/1407906152730537984

Nicki Nicole y Lunay [niki nicole] (24 de marzo 2021). Nicki Nicole, Lunay - No Toque Mi Naik (Official Video) [Video], https://www.youtube.com/watch?v=S8DxME-F90W4&ab_channel=nickinicoleVEVO

Nano [nano] (16 de diciembre 2021). NANO - LAS NAIKY RKT (Video Oficial) [Video], https://www.youtube.com/watch?v=jkBzz2uVnFw&ab_channel=Nano

Jansport. (2022). Jansport y Stranger Things [Fotografía]. https://www.jansport.cl/137?initialMap=productClusterIds&initialQuery=137&map=productClusterIds,promotion&query=/137/si&searchState

Jansport. (2022). Despliegue de menú [Fotografía]. https://www.jansport.cl/

Jansport. (2022). Despliegue de menú accesorios [Fotografía].https://www.jansport.cl/

Jansport. (2022). Modelos de tienda [Fotografía]. https://www.jansport.cl/

Jansport. (2022). Modelos de banner [Fotografía]. https://www.jansport.cl/

Maui. (2022). Portada de página web [Fotografía]. https://mauiandsons.cl/

Maui. (2022). Isologo Maui [Fotografía]. https://mauiandsons.cl/

Maui. (2022). Maui And Sons Viña del Mar Open of Surf[Fotografía]. https://mauiandsons.cl/blogg/post/maui-and-sons-vi-a-del-mar-open-of-surf-alas-3-estrellas.html

Head. (2022). Portada página web Head [Fotografía]. https://www.headchile.com/

Head. (2022). Logotipo Head [Fotografía]. https://www.headchile.com/

Head. (2022). Modelos Head Fotografía]. https://www.headchile.com/

Bibliografía

Real Academia Española. (2021). Adolescencia. En Diccionario de la lengua española. Recuperado 11 Mayo 2022 de https://dle.rae.es/adolescencia

Unicef. (2020). ¿Qué es la adolescencia?.Recuperado de https://www.unicef.org/uruguay/
ue-es-la-adolescencia#:~:text=La%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial%20de%20la,los%2010%20y%2019%20a%C3%B1os.

Unicef. (Julio, 2021). Características¿Qué cambios y conductas son esperables en la adolescencia? [Archivo PDF]. https://www.unicef.org/uruguay/documents/adolescentes-caracteristicas

Unicef. (Julio, 2021). Neurodesarrollo ¿Por qué la adolescencia es una ventana de oportu
nidad? [Archivo PDF]. https://www.unicef.org/uruguay/documents/adolescentes-neurodesarrollo

Unicef. (Julio, 2021). Riesgos ¿Por qué los adolescentes se exponen con más facilidad al
iesgo? [Archivo PDF]. https://www.unicef.org/uruguay/documents/adolescentes-riesgos

Unicef. (Julio, 2021). Amigos ¿Por qué los pares son tan importantes en esta etapa? [Archivo PDF]. https://www.unicef.org/uruguay/documents/adolescentes-amigos

Knapp, Mark L.,N.N. (1982). Los efectos de la apariencia física y la ropa, El cuerpo ropas
y otros artefactos. La comunicación no verbal : el cuerpo y el entorno. Barcelona Ediciones Paidós.

Arango Higuita, G y Muñoz-Sánchez, O. (2016). Perspectivas de la camiseta como escenario de expresión del individuo. Universidad de Caldas.

García Uribe, M., & González Márquez, M. (2022).Clima Social, Familiar, Escolar y Conductas de Riesgo en Adolescentes. Revista De Psicología De La Universidad Autónoma Del Estado De México, 11(23), 231-258. doi:10.36677/rpsicologia.v11i23.18057

Cossio T, María Laura, Giesen F, Laura, Araya, Gabriela, & Pérez-Cotapos S, María Luisa.
(2012). Asociación entre tatuajes, perforaciones y conductas de riesgo en adolescen
tes. Revista médica de Chile, 140(2), 198-206. https://dx.doi.org/10.4067/S0034-98872012000200008

Rosabal García, Enrique, Romero Muñoz, Nancy, Gaquín Ramírez, Keyla, & Hernández Mérida, Rosa A. (2015). Conductas de riesgo en los adolescentes. Revista Cubana de Medicina Militar, 44(2), 218-229. Recuperado en 26 de julio de 2022, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0138-65572015000200010&lng=es&tlng=es.

Valenzuela Mujica, María Teresa, Ibarra R., Ana María, Zubarew G., Tamara, & Correa, M.
Loreto. (2013). Prevención de conductas de riesgo en el Adolescente: rol de familia. Index de Enfermería, 22(1-2), 50-54. https://dx.doi.org/10.4321/S1132-12962013000100011

Infobae. (Febrero 15, 2020). Música, arte, moda y deporte: las icónicas Superstar proponen el cambio del futuro. Infobae. https://www.infobae.com/inhouse/2020/02/15/musica-arte-moda-y-deporte-las-iconicas-superstar-proponen-el-cambio-del-futuro/

Forbes Staff. (Marzo 10, 2022). Bad Bunny lanza colaboración con Adidas: saldrán a la venta hoy. Forbes Chile.https://forbes.cl/life/2022-03-10/bad-bunny-lanza-colaboracion-con-adidas-saldran-a-la-venta-hoy/