



**EXIMIR DE ESTEREOTIPOS
EL ESPACIO DEL TATUAJE**

**IDENTIDAD DE LOCALES COMERCIALES
ENFOCADOS AL TATUAJE EN GRACIA**

ANDREA GIRÓS GALINO

Trabajo Final de Grado

Mención:

Tutora:

CURSO

DISEÑO INTERIORES

ANNA BACH

2014-

EI EINA Centre Universitari
de Disseny i Art de Barcelona.
NA Adscrit a la UAB

2015

EXIMIR DE ESTEREOTIPOS EL ESPACIO DEL TATUAJE

Identidad de locales comerciales enfocados al tatuaje en Gracia



Andrea Girós Galino
Trabajo Final de Grado
Mención: Diseño de Interiores
Curso 2014-2015
Tutora: Anna Bach

ÍNDICE

1. TEMA, CONTEXTO Y USUARIO

1.1 La utilización actual del tatuaje a nivel global	Pág. 12
1.1.1 Tipos de tatuajes en el tiempo	
1.1.2 Breve historia	
1.1.3 Símbolos identificativos	
1.2 Relación entre tatuador y tatuado	Pág. 18
1.2.1 Luis Tattoo	
1.3 Usuarios	Pág. 19
1.4 Implicación metafísica	Pág. 21
1.4.1 Ego	
1.4.2 Pertinencia a una índole	
1.4.3 Proceso de personalización en el tiempo	
1.4.4 Invasión de la tinta	
1.4.5 El dolor	
1.5 Implicación comercial	Pág. 25
1.5.1 Análisis target actual	
1.5.2 Cuestionamiento del fin comercial	
1.6 El proceso	Pág. 26
1.6.1 Arte y artesanía	
1.6.2 Ilustración	
1.6.3 Ritual actual de los locales vigentes. Protocolo de comportamiento	

2. PROBLEMÁTICA ESPACIAL

2.1 Análisis locales actuales	Pág. 31
2.1.1 Similitudes cinematográficas	
2.2 Relación tatuador y espacio	Pág. 33
2.2.1 La cueva	
2.3 El usuario en el espacio	Pág. 34

3. EMPLAZAMIENTO

3.1 El barrio de Gracia	Pág. 38
3.2 C/de l'Or 36, Barcelona	Pág. 38
3.3 Estado Actual	Pág. 40

4. PROPUESTA

4.1 Punto de partida	Pág. 44
4.2 Zonificación	Pág. 44
4.3 Programa de necesidades	Pág. 45
4.4 Mapping	Pág. 49
4.4.1 Que es el mapping	
4.4.2 Aplicación en el proyecto. Relación tatuaje y mapping	
4.5 Objetivos experiencia	Pág. 55
4.5.1 Experiencia individual	
4.5.2 Unión por afinidades	
4.5.3 Auto-conocimiento. El mito de la caverna de Platón	
4.5.4 Único e irrepetible	
4.6 Estrategias de diseño espacial	Pág. 62
4.6.1 Nuevo ritual	
4.6.2 Equiparar el dibujo y el tattoo	
4.6.3 Recorrido de inmersión. Tortuosidad	

5. PROYECTO

5.1 Perspectivas	Pág. 70
5.2 Mediciones	Pág. 76
5.3 Documentación gráfica	Pág. 84
5.3.1 Planos de situación	
5.3.2 Estado Actual	
5.3.3 Planta propuesta	
5.3.4 Secciones y alzado de fachada	
5.3.5 Sección constructiva	
5.3.6 Detalle puerta de entrada	
5.3.7 Detalle mesa de dibujo	
5.3.8 Detalle videowall	
5.3.9 Detalle mueble-vitrina	
5.3.10 Materiales	
5.3.11 Planos Instalaciones	
5.3.12 Plano Iluminación	
5.3.13 Plano Revestimientos	

6. CONCLUSIONES

ABSTRACT

Castellano

Este trabajo se basa en el análisis de los locales de tatuaje existentes en Gracia y en la creación de un inédito local, regido por nuevas raíces que hacen brotar un concepto diferente de espacio dedicado a esta técnica.

Los cimientos que conforman este espacio se desarrollan en la parte inicial del trabajo, concluyendo en una propuesta formal.

La utilización de campos que van más allá del tatuaje y del propio diseño de interiores ayudan a solidificar un espacio rico en otros sectores, como es la filosofía o la cinematografía, generando un conjunto de conocimientos que dan paso a un nuevo ritual para la creación de tatuajes y a un espacio que se rige por este proceso.

La actuación llevada a cabo permite cierta flexibilidad y la inmersión del usuario en un espacio que va más allá del fin comercial, que promueve la experiencia y la relación con el tatuador.

Palabras clave:

Tatuaje, inmersión personal, progresión, heterogéneo, fases, nuevo ritual de tatuaje.

**ABSTRACT**

Català

Aquest treball es basa en l'anàlisi dels locals de tatuatge existents a Gracia i en la creació d'un inèdit local, regit per noves arrels que fan brotar un concepte diferent d'espai dedicat a aquesta tècnica.

Els fonaments que conformen aquest espai es desenvolupen a la part inicial del treball, conclouent en una proposta formal.

La utilització de camps que van més enllà del tatuatge i del propi disseny d'interiors ajuden a solidificar un espai ric en altres sectors, com es la filosofia o la cinematografia, generant un conjunt de coneixements que donen pas a un nou ritual per la creació de tatuatges i a un espai que es regeix per aquest procés.

La actuació portada a cap permet certa flexibilitat i la immersió del usuari en un espai que va més enllà de la finalitat comercial, que promou l'experiència i la relació amb el tatuador.

Paraules clau:

Tatuatge, immersió personal, progressió, heterogeni, fases, nou ritual de tatuatge.



ABSTRACT

English

This work is based on analysis of existing local tattoo in Gràcia and the creation of a novel local, ruled by new roots to sprout a different concept of space dedicated to this technique.

The foundations that shape this space are developed in the initial part of the work, concluding in a formal proposal.

The use of fields beyond own tattoo and interior design help to solidify a rich space in other areas, such as philosophy or film, creating a body of knowledge that lead to a new ritual for creating tattoos and a space ruled by this process.

The action implemented allows some flexibility and immersing the user in a space that goes beyond the commercial purpose but promotes experience and relationship with the tattoo

Key words:

Tattoo, personal immersion, progression, heterogeneous, phases, new tattoo ritual.

INTRODUCCIÓN

Motivaciones

Debido a los intereses personales enfocados al diseño de espacios, el arte urbano y los movimientos subestimados que realmente mueven el día a día, se enfoca este trabajo en el diseño de un local comercial de tatuaje.

Es sabido que los locales de tatuaje pueden resultar agresivos y con una personalidad peculiar en comparación con cualquier otro tipo de comercio. Sin embargo, también resultan repetitivos y generan una imagen visual globalizada a ojos de cualquier persona, que haya, o no, pisado uno de estos locales.

Como vecina del barrio de Gracia y usuaria en tres ocasiones de comercios de tatuaje, puedo afirmar que es difícil elegir un local donde realizar el dibujo marcado que va a permanecer de por vida en la piel. Los locales aparentemente son similares, disponen de unos precios también semejantes, y el trato con el tatuador a penas varia. Cierto que existen locales que despuntan y llaman la atención por uno u otro factor, pero estos suelen ser más caros debido a que incorporan una estrategia de marketing y se pueden permitir un lavado de

El enfoque

A partir del estudio de los locales de tatuaje de Gracia, se analizan y observan los estereotipos de estos espacios, las convenciones y los factores que influyen en su diseño.

El valor añadido del proyecto se basa en generar un cambio radical en los comercios de tatuaje, un nuevo ritual de experiencia en éstos y al fin y al cabo, una vía de diferenciación que puede ser utilizada por cualquiera de los locales existentes, provocando al usuario una experiencia más rica y sensible durante el proceso.

cara que provoque su distinción.

Existe una gran demanda de tatuajes, cada vez más, y es un tipo de negocio en crecimiento. Por desgracia la fuerte competencia del sector y los tatuadores piratas provocan que los pequeños negocios tengan que malvender sus servicios y muchos han tenido que cerrar sus puertas. Sumando las exigentes medidas de seguridad e higiene y el coste de los materiales de tatuaje, que en ciertos casos es desechable y genera un gasto elevado, la economía de estos locales se ve gravemente afectada y el diseño es un lujo que únicamente puede caber si va de la mano de la auto-creación, la economía, la reutilización, aunque siempre de la personalidad.

Formalización

En éste trabajo se cuestionan estos prejuicios, no sin antes nombrarlos y tenerlos presentes, para crear un espacio de tatuaje sin precedentes. Sin menospreciar a los locales actualmente vigentes, que ayudan a identificar y moldear las principales bases y mediciones necesarias de éstos, se crea un nuevo local utilizando una técnica concreta que libera al espacio del estatismo y permite su cambio con cada nuevo usuario: las proyecciones y el mapping. A su vez, se enfoca el proyecto a aspectos filosóficos, diseñando el espacio según la teoría del autoconocimiento de Platón.

El proyecto se sitúa en el barrio de Gracia, debido a la cantidad de locales existentes que se dedican al tatuaje y al contexto cultural y el movimiento juvenil que conlleva y acarrea el distrito.



1. Contexto, tema y usuario

1.1 LA UTILIZACIÓN ACTUAL DEL TATUAJE A NIVEL GLOBAL

1.2 RELACIÓN ENTRE TATUADOR Y TATUADO

1.3 USUARIOS

1.4 IMPLICACIÓN METAFÍSICA

1.5 IMPLICACIÓN COMERCIAL

1.6 EL PROCESO

1.1 La utilización actual del tatuaje a nivel global

El tatuaje va ganando adeptos en el occidente con el paso del tiempo. Ha sufrido un cambio de identidad que lo ha hecho pasar de "apariencia delictiva" a elemento de personalización/arte del cuerpo de cualquier persona.

A pesar de que para el 34% de los españoles tener un piercing o tatuaje puede ser negativo al presentarse frente a la sociedad¹, el mundo del tatuaje no ha parado de crecer, y si en 1996, en España, había un centenar de locales de tatuajes, en 2008 rondaban los 1.500, según Paco Ramos, periodista especializado de la publicación *Tattoo*. También se aprecia el aumento en las convenciones de tatuajes, donde se suman de manera muy considerable sus visitantes y el número de stands.² Aproximadamente un tercio de los jóvenes españoles entre 18 y 29 años tiene por lo menos un tatuaje, superando a la afirmación de que "uno de cada cuatro estadounidenses de entre 18 y 50 años va tatuado"³.

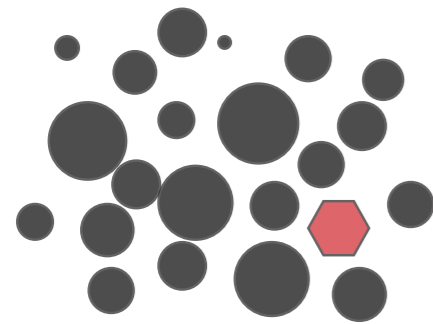


DIFERENCIACIÓN
ANTE LA
SOCIEDAD
GENERALIZADA

Actualmente, los tatuajes forman parte de la sociedad y tienen una razón de ser: **la ricerca de la individualidad personal en un contexto social globalizado y genérico.** Esta es la clave del tatuaje, la diferenciación con el resto de personas, la sensación de tener algo único y tenerlo para siempre en uno mismo.

Seguramente esto es producido por consecuencia a los múltiples cambios constantes del mundo, al progreso, los avances tecnológicos de gran rapidez, la sociedad consumista... que ocasionan la **búsqueda de elementos permanentes** en nuestro día a día, la estabilidad.

No se debe obviar que el tatuaje (o decoración del cuerpo) ha existido desde los inicios de la historia. Pese a que el estudio de su trayectoria no es el interés del proyecto, es importante hacer un breve resumen de éste. Solamente para observar las líneas generales de las que provienen muchos detalles de los locales actuales.



EL TATUAJE HA SIDO, ES Y SERÁ:
UNA FORMA DE DISEÑAR EL CUERPO HUMANO DE MANERA PERMANENTE

¹ *Trabajando.es* realizó una encuesta a más de 2500 españoles para descubrir qué opinan de la imagen personal dentro de la empresa, cómo de importante es donde trabajan y si lo consideran algo relevante para el desempeño de las tareas diarias.

² http://elpais.com/diario/2008/08/01/sociedad/1217541601_850215.html

³ Según un estudio de la revista *American Academy of dermatology* de junio de 2006.

1.1.2 Breve historia

Según afirma Hen Schiffmacher, director del Museo del Tatuaje de Amsterdam y uno de los editores del libro '1000 tattoos' de Taschen, a pesar de que hay importantes trabajos etnográficos sobre la historia de los tatuajes en los pueblos primitivos, solo se han descrito ciertos aspectos de este mundo, no el fenómeno en su conjunto. «Por supuesto, esto se debe a la complejidad del tema, ya que se han hecho tatuajes en todas partes y en todo momento por razones muy variadas».⁴

“EL TATUAJE AL FIN Y AL CABO ES UN DIBUJO,
CON LINEAS FINAS, NEGRAS Y DEMÁS.”
O ¿NO?

El tatuaje tiene una fuerte **concordancia con su contexto cultural.** Por lo tanto, no es exempto de su cultura general.

“Como una forma del arte, el tatuaje es tan efímero como la vida misma.[...]Desaparece en el tiempo en el que lo haga la persona.”⁵ El tatuaje explica la historia del arte en general, mientras que los tatuadores han sido juzgados dependiendo de como hayan sido educadas las personas que emiten esos juicios.

Darwin escribió: No hay nación en la tierra que de a entender este fenómeno (refiriéndose al tatuaje)

Los tatuajes, los viejos y nuevos símbolos, se convierten en tendencias. Se puede considerar una forma de comunicación no-verbal que ofrece mucha información.

Samuel Reilly inventó la máquina eléctrica de tatuar en 1891. Después de la invención de la máquina eléctrica de tatuar, únicamente se puede ver realizar la técnica manual japonesa en la cárcel y en los lugares donde el usuario busca la experiencia de los tatuadores/artistas. Otro tipo de máquina es la electromagnética, que no hace ruido. Se puede hacer con un reproductor de casete o cualquier cosa que haga de motor. También se utiliza en la cárcel.

⁴ <http://www.larioja.com/culturas/201405/02/cuando-piel-lienzo-20140502001201.html>

⁵ Henk Schiffmacher y Burkhard Riemschneider, (1996) *1000 Tattoos, true Love. Taschen, Amsterdam: 1996.* Pág. 16



1. Europa Antigua
Escocés, celtas, escitas, pictos...
2. India
Naga, Rabari, Maria, Ramani...
3. Sur-Este Asiático, China y Japón
Laos, Birmania, tailandés, ainu...
4. Borneo, Sumatra, Filipinas
Dayak, iban, mentawai, malayo...
5. Melanesia, Nueva-Guinea
Papúa, indígenas de las Islas Salomon...
6. Micronesia
Indígenas de las islas Marshall, Islas Gilbert, Islas Marianas...
7. Polinesia
Haití, Isla de Pascua, Neo-Zelandia, Hawaii...
8. América del Sur
Pilagua, Choroti, chamacoco...
9. América del Norte
Osage, Haida, Cheyenne, Sioux...
10. Ártico
Esquimal, Inuit, Chukchi...
11. Ártico del Norte
Bereberes, Libios, Egipcios, Nubia



Los primeros tatuajes:

- Prehistoria: tatuajes primitivos
- Escarificaciones
- Antigüedad: representaban seres mitológicos.

Temáticas diferentes:

- Religiosos: sobretodo en la religión musulmana, signos afirmativos de la fe.

actuales.

- En Asia se representaban muchos amuletos protectores
- En la Polinesia se originaron los tatuajes maoris.
- China. En ciertas ceremonias, por ejemplo después de casarse, las mujeres se tatúan una especie de bigote azul para unirse al grupo de casadas.

Según su procedencia...

- India. En India la religión hinduista utiliza mucho el tatuaje y hoy en día siguen viéndose estatuillas en los locales

- América. Estilo propio

- Ártico. Se han encontrado diferentes momias tatuadas.
- África. Se utilizaban como tatuajes terapéuticos, protectores contra maldiciones y demonios.

1.1.2 Tipos de tatuajes en el tiempo

- **Camuflaje** en batallas. Producir miedo al enemigo en campo de batalla. Los tatuajes distraen la atención del rival, tiempo valioso para atacar.
- **Religiosos.** Puede llegar a ser el pasaporte para formar parte de un grupo.

CRISIS INDIVIDUAL

- Tatuajes "en memoria de ...". Pueden ser a familia, animales, relaciones amorosas... Normalmente se representan rosas o cruces.
- Representación de difuntos. Se suelen tatuar los nombres o representaciones, como lágrimas, de las personas a las que ese individuo ha matado.
- Cosmética permanente. Maquillaje, línea de ojos, labios, cejas... Pero también se utiliza en la estética corporal, como en pezones. Un ejemplo desmesurado es el del "Hombre blanco que quería ser negro."

RITUAL DE INICIACIÓN

- Adolescentes que se tatúan como independencia y espíritu aventurero, coraje, rebeldía e individualidad.
- Transición de la vida de una persona, por ejemplo de chico a hombre, de mujer a madre... Representan los estados de la vida y sirve como talismán.

TATUAJES MÉDICOS

- Tatuajes con función de vacuna médica. Los Bereberes y Samoanos se tatuaban contra enfermedades como el reuma. Los Esquimales lo hacían tatuándose canciones protectoras contra estas enfermedades.
- Tatuajes médicos. Se solían tatuar las especificaciones médicas de los soldados de la SS en el antebrazo, como por ejemplo el grupo sanguíneo.

TATUAJES POLÍTICOS

TATUAJES DE COMUNIDAD

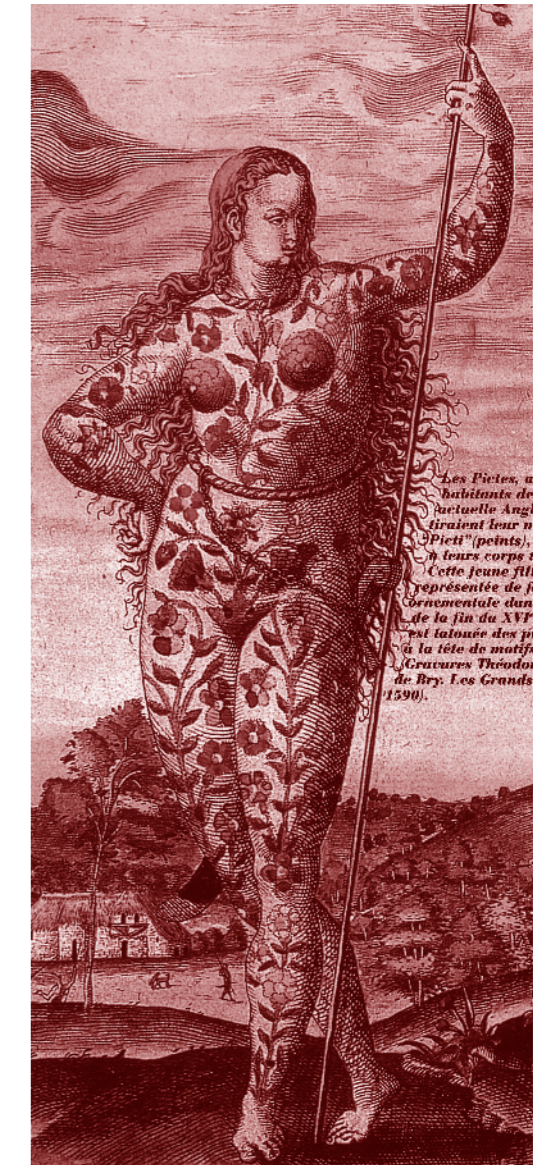
- Eróticos, para sexualizar el cuerpo. Pueden acabar siendo fetichismos, representaciones que invitan a tener sexo o indicaciones de preferencias sexuales.
- Tatuajes para el circo. A pesar de que es una función obso-

leta, generaban seres extraños para sus performances. Por ejemplo, se tatuó a "el hombre cebra".

- Tatuajes de marcas y logotipos corporativos. Algunas marcas como Harley Davidson, Jack Daniels, Lucky Strike, Durex, Heineken, Nike, Ferrari, Rolls Royce... son las más tatuadas.

EN ANIMALES

- Algunas civilizaciones tatuaban los animales para ocasiones especiales. Por ejemplo, los bueyes que tiraban el carro para bodas.
- Animales de zoo's, laboratorios e institutos de recerca. Se tatúan por temas administrativos, y es una practica normalizada.



Les Pictes, a habitants de l'actuelle Angleterre, avaient leur tatouage (peints) sur leur corps. Cette jeune fille représentée de la fin du XVIe est tatouée des points à la tête de motif. Gravures Théodo de Bry. Les Grands (1590).

Biomecánicos y cyberpunk⁶

Dentro de los tatuajes de la última generación tenemos que destacar los de inspiración mecánica, robótica o cyberpunk. Se trata de un nuevo segmento estético que arranca de la cultura psicodélica y la ciencia ficción, y que se adentra en lo que podríamos denominar aplicaciones cibernéticas o mecánicas.

Resulta obligado hacer referencia a las películas o series televisivas que han inspirado estos nuevos estilos: Blade Runner, Robocop o Alien son pistas suficientes para adentrarse en el conocimiento de estos "nuevos seres humanos" con sofisticados implantes, prótesis ortopédicas, mecánicas o

robóticas combinadas a veces con vísceras humanas de tendencia abstracta, que frecuentemente se realizan en grandes dimensiones.

Esta tipología de tatuajes es la referencia base del proyecto, la línea que posteriormente determinará el ambiente y el carácter del espacio. Es importante no olvidar estos tatuajes puesto que serán decisivos en la propuesta de éste trabajo.

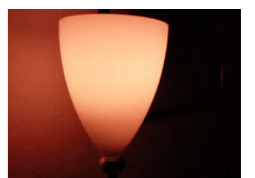


1.1.3 Símbolos identificativos

Pese a la gran cantidad de tipologías y estilos de tatuaje, sus locales acostumbran a estar formados por un estilo y carácter parecido, por no decir estereotipado.

Todo el conjunto de elementos comunes que se encuentran "personalizando" los locales de tatuaje, generan la "estética del tatuaje". Estos puntos se obtienen como conclusiones del anexo adjunto "Locales de tatuaje en Gacia". Los puntos observados son los siguientes:

- Gama cromática limitada: rojo, negro, blanco y en ocasiones dorado
- Dibujos siniestros (calaveras, monstruos, seres mágicos...)
- Horror vacui, espacio muy recargado
- Ambiente cargado de objetos que simulan ser, o son, antiguos (ambiente coleccionista/anticuario)
- Muchos objetos, sobretodo "figuritas", que no favorecen a la higiene
- Zonificación partida en:
 - Sala de espera/mostrador - Cabina de tatuar - Lavabo - Almacén
- Mostrador para pagar al final
- Usuario tumbado en la camilla como en una sala médica
- Extremo cambio exterior/interior
- Luz tenue y disipada en zonas comunes
- Luz blanca intensa en las cabinas de trabajo
- Tecnología: únicamente ordenador, equipo de música y utensilios de tatuar
- Pavimento de parquet sintético
- Muchos cuadros de ilustraciones en las paredes



⁶ Vicenç Gràcia, El arte del Tatuaje, (1999) Tikal Ediciones: 1999 Pág. 49

1.2 Relación entre tatuador y tatuado

Los rituales del tatuaje han ido cambiando según la época, el contexto, los objetivos, la sociedad... pero hay un factor que siempre forma parte de éste: el usuario, que se pone en manos del tatuador para ser **marcado de por vida**. Por tanto, debería existir una relación tatuador-tatuado, un vínculo, que dure tanto con la tinta en el propio cuerpo.

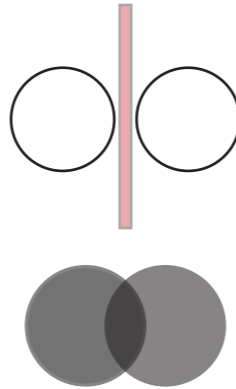
Actualmente, sin embargo, **el tatuador acostumbra a ser puramente un ejecutor del tatuaje**, un técnico que cobra por ello. El intercambio por tanto, es frío, comercial, sin implicación emocional entre ambas personas. No existe una continuidad relacional más allá del fin comercial, únicamente si el usuario ha sido complacido volverá a hacerse el siguiente en el mismo estudio o con el mismo tatuador, entre tanto, la imprenta del ejecutor queda en la piel, anónima para el usuario y el resto del mundo.

A pesar de esto, durante el tatuaje, muchos profesionales dan conversación e intentan intimar con el cliente para

hacer más llevadero ese momento de dolor. El usuario puede reaccionar de diferentes maneras, es decir, puede continuar la conversación y abrirse al tatuador de forma gradual, poner ciertos límites, remitir únicamente a los motivos de su tatuaje... e incluso cortar bruscamente esos intentos de cercanía. La reacción del usuario por lo tanto es casi impredecible y únicamente se puede concebir sobre la marcha.

Interesa reforzar la relación de alguna manera y hacer-la fluir por tal de conseguir una experiencia agradable a un proceso decisivo en la vida de las personas tatuadas.

Para conseguir esta simbiosis, el trabajo se basa en la ideología de Luis Navarro, tatuador desde hace más de 15 años, con experiencia en más de 8.000 tatuajes realizados, y que es reconocido mundialmente por su método de tatuar según la cultura polinesia, llegando a establecer conexión entre el usuario y el tatuador. Su valor añadido se basa en la diferenciación como autor. Pese al gran aumento de tatuadores, él es considerado relevante dentro de este mundo competitivo.



1.2.1 Luis Tattoo

Luis Navarro es conocido como el tatuador de las estrellas, por ser el "gurú" del tatuaje y proporcionar suerte a aquellos que los llevan.

En su estudio de la Plaza Revolució núm. 13, en el barrio de Gracia (Barcelona), realiza sus obras de una manera peculiar, analizando al usuario para proporcionar un tatuaje único y personal. Algunas de sus palabras e ideologías más relevantes son:

"Según la cultura polinesia y mi parecer, es: una historia, una persona, un tatuaje"

"Los usuarios han de traer los deberes hechos. Han de traer un papel donde hayan escrito lo que piensan, sienten, quieren, sus emociones... sensaciones que me ayuden a acercarme a su identidad para que yo pueda traducirla a símbolos"

"Trabajo con las personas"

"se generan vínculos"

"con las palabras te dicen dicen cosas, que luego interpreto y creo la poesía del tatuaje"



Además, Luis Navarro ha creado una Escuela que defiende lo siguiente:

"La Fundación Académica Luis Tattoo enseña las diversas artes y los conocimientos necesarios para poder ejercer un modo de vida a partir de la creatividad y la inspiración que vive en cada uno de nosotros, no esperando la inspiración."

Este claro ejemplo de tatuador implicado con el usuario es uno de los protagonistas de este trabajo, ya que el tatuaje se ha de mantener toda la vida, y su creación forma parte de la experiencia global de tener más que tinta en la piel. Por tanto, su manera de ser es un claro ejemplo del tipo de tatuaje que se trata en este proyecto.

Luis Navarro sabe escuchar y tiene respuestas llenas de humildad y transparencia, su persona busca siempre ayudar a los que estén dispuestos a mejorar y por lo tanto su perfil genera complicidad y empatía, muy valoradas en el negocio. El autor por lo tanto es un valor de la experiencia, y por consecuencia del negocio.



**UNIÓN E IMPLICACIÓN
TATUADOR Y USUARIO
FORMAR UN EQUIPO
UNIÓN Y TRABAJO COOPERATIVO**

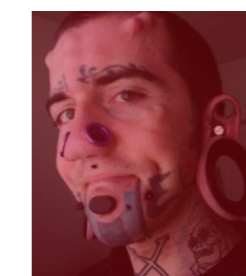
1.3 Usuarios

Los usuarios del mundo del tatuaje han ido aumentando y no se pueden catalogar de una forma estricta. Sin embargo, se podrían distinguir diferentes tipos de usuarios predominantes, divididos por categorías de **más a menos implicación** en el tatuaje:

Aquellos que cambian radicalmente su apariencia, que son extremistas, son los **fanáticos**. Su cuerpo pasa a mutar y se transforma en pura expresión personal. Algunos acaban formando parte del "Body Mod", movimiento en el que no solo incorporan tatuajes, sino que tam-

bién piercings, implantes, dilataciones, prótesis... Son los usuarios con este tipo de "obsesión" por la transformación los que forman parte de este grupo, pero no son un conjunto extenso, al contrario, pocos son los clientes de este tipo.

Los propios **tatuadores** también son usuarios de este movimiento. A menudo se intercambian tatuajes entre profesionales, puesto que hacerse un tatuaje a uno mismo es difícil



e incómodo. El intercambio de tatuajes entre tatuadores es corriente y esto provoca que la gran mayoría expongan grandes tatuajes en su cuerpo, que a su vez sirve de "expositor" de su propia tienda. Por lo tanto, las instalaciones también son utilizados por los trabaja-

dores de ese mismo local.

Existen también las personas que se tatúan **espontáneamente**. Influye mucho el factor del tiempo, quizá cada X tiempo se proponen tatuarse, pese a que no requieren de un acontecimiento relevante, cuentan su historia con la impregnación de la tinta. Son los espontáneos, los que van explicando su historia y su cuerpo sufre una evolución temporal.



Las personas que solo se tatúan en acontecimientos o sucesos importantes de su vida son los **puntuales**. Pese a que los dibujos que cuentan su historia suelen ser en menor cantidad, su significado es muy potente y se valoran más los pocos tatuajes cargados de sentimientos, emociones y puntos de la vida.

EL NIVEL DE IMPLICACIÓN LO DETERMINA EL PROPIO USUARIO, SUS EXPERIENCIAS, EDUCACIÓN Y DÍA A DÍA.

Las personas **simpatizantes** pero que no se llegan a tatuar también forman parte del mundo del tatuaje. Suelen ser indecisos/exigentes con el dibujo, el lugar, el tatuador... las dudas generan la barrera que les impide tatuarse pero suelen acompañar a los usuarios que sí que lo hacen.

Las personas que a pesar de no estar a favor de esta técnica, acompañan a usuarios que sí que lo están son los **implicados indirectamente**. Hay que tener-los en cuenta, puesto que podrían cambiar de opinión al encontrar-se con una tipología de tatuaje que sí les llegara a transmitir o identificar. En el caso de este proyecto, quizá algunos se sentirían atraídos y llegarían a tatuarse por el trato y atención personalizada.

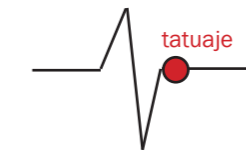
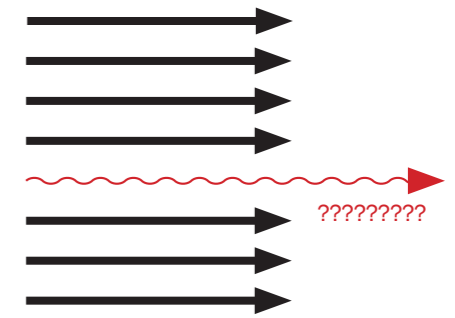


1.4 Implicación metafísica

1.4.1 Ego.

En momentos de crisis el individuo refuerza su identidad, todo aquello que mediante las propias experiencias lo hacen único. La búsqueda de los orígenes de cada uno, la inmersión en el propio ser son solo sistemas que las personas utilizan para **reafirmar-se ante el mundo**, o que simplemente se cuestionan ante los problemas morales. El ser humano siempre se ha preguntado a si mismo temas metafísicos sobre su existencia.

Aquellos cuya crisis personal se basa en su **individualidad**, que consideran que ha sido castrada por la globalización, el sistema capitalista y la homogeneidad predominante, sienten la necesidad de exteriorizar su personalidad, de hacer-se ver y resaltar ante la multitud.



La seguridad en su propio pensamiento, en su conjunto como persona individual, genera que exterioricen su "yo". El hecho de mostrar la parte íntima que identifica al individuo refuerza más aún el posicionamiento de lo expuesto, y el hecho de no poder borrar-lo nunca de uno mismo da contundencia al mensaje, que permanece con la persona hasta su muerte, sin posibilidad a cambio. Denotamos por tanto **seguridad personal**.

Pero, ¿es el tatuaje un sistema puramente de reafirmación del propio ser exteriorizado a esa mayoría globalizada? No, también existe una reafirmación personal, en la que la duda en uno mismo, o los cambios que tambalean nuestro mundo, generan **actos de coraje, superación y consolidación personal**. El tatuaje es solo la punta del iceberg de todo un estado/proceso. Reafirma la existencia de estas situaciones o marcas de una vida, recuerda que existieron y permite que prevalezcan con nosotros hasta el final. No hay acto más intransferible que tatuarse como respuesta a las conversaciones/monólogos con uno mismo. Podrían ser los tatuajes, las respuestas gráficas a nuestras preguntas más íntimas.

1.4.2 Pertinencia a una índole.

El tatuaje siempre ha tenido connotaciones, y muchos de ellos identifican a grupos sociales o índoles.

En Europa, los tatuajes habían sido reprimidos por el cristianismo y se re-descubrieron a partir del siglo XV, en la época de los grandes exploradores. En sus viajes por Asia, Oceanía y América iban observando los tatuajes tradicionales, que distintas culturas

conservan con usos mágico-religiosos, iniciáticos o curativos. Los marineros y los aventureros comenzaron a tatuarse y a realizar dibujos en sus libros de viajes, de manera que entre ellos también se diferenciaron del resto de población. El tatuaje, además de como un elemento tradicional, es también entendido en ocasiones como un símbolo de marginalidad o exclusión: desde la antigua



Roma en la que se marcaba a los esclavos, hasta el Código Negro de Colbert, que ordenaba tatuar a los criminales y a las prostitutas de las colonias francesas del siglo XVIII. Hasta el siglo XIX estuvo firmemente asociado a los marineros, prisioneros y, por defecto, a los criminales.

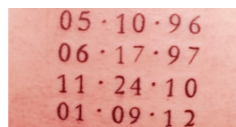
Pero con la llegada de la modernidad, el uso del tatuaje se empieza a normalizar y a convertirse en una marca de orgullo y diferenciación voluntaria. A esto contribuyen los sideshows americanos que, desde 1830, comienzan a instalar sus caravanas en torno a los circos ambulantes y muestran entre sus atracciones a hombres tatuados, que comparten protagonismo con otros personajes de feria.⁷

Los tatuajes propios de los diferentes grupos sociales han ayudado a reafirmar las ideas de éstos, a sentir a sus usuarios que forman parte de él, hasta el fin de sus días, ya sea algo bueno o malo. El tatuaje une a la gente que se tatúa lo mismo, ya que siempre formaran parte del mismo todo. Pertenecer a un grupo, como ser social que es el ser humano, es un aspecto de gran valor e interés. Según el dicho "la unión hace la fuerza", las personas se sienten más capaces y fuertes si se encuentran rodeados y apoyados por gente similar.

Tener presente a esas personas a través del tatuaje es una manera de que formen para siempre parte de la vida de uno mismo. De hecho, en ciertas ocasiones el tatuaje supera el valor dado a estas



LOS TATUAJES GRUPALES DENOTAN LA NECESIDAD DE SOCIABILIDAD Y SENTIMIENTO DE PERTENENCIA A UN CONJUNTO SOCIAL.



1.4.3 Proceso de personalización en el tiempo.

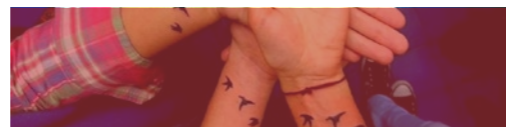
Al partir de la base de que el tatuaje es la externalización de aquello que forma parte de la identidad de cada persona, podemos afirmar que es, por tanto, una forma de expresión. El hecho de tener que expresarnos como "auto-terapia" genera una jerarquía de valores personales, es decir, cada tramo de nuestra vida lo catalogamos con más o menos importancia. Aquellos momentos de relevancia son dignos de ser inmortalizados y por tanto todos los de igual o más consideración deberán reflejar-se también. El cuerpo humano, por tanto, va

La popularización de los tatuajes va directamente relacionada con el esplendor o auge de la cultura juvenil, la cual se adopta de lenguajes transgresores, de manera que se busca la diferenciación entre una generación y otra.



Tanto marineros, como presos, las tribus urbanas, las diferentes bandas, religiones... utilizan el tatuaje para diferenciarse mostrando sus símbolos. Actualmente existen muchas parejas, amigos o personas con fuertes vínculos que se tatúan los mismos dibujos, algunos se complementan mediante su unión, o directamente se tatúan sus nombres.

relaciones y a menudo el desengaño provoca situaciones en las que existe la necesidad de tapar con otro tatuaje (cover) o de recurrir a la eliminación con láser.



sumándose de experiencias, y aquellas significativas serán las que sean tatuadas, generando una historia personal en la piel de cada individuo. El cuerpo como lienzo, el tatuaje como expresión y el tiempo como proceso, factores que conllevan a una "biografía gráfica" expuesta en la persona concreta sobre la que habla.

El propio cuerpo genera una obra de arte, con la intención de entender y conmemorar la vida de cierta persona. La exposición del conjunto de estos tatuajes crearía la completa historia de las diferentes vidas, explicaría a esos individuos y podría llegar a ser una manera de acercarse a esas personas y a su parte más personal. "Todos los tatuajes podrían formar un libro imaginario en el que sería posible leer la condición humana y sus deseos más inconscientes..." Este tipo de tatuajes pueden equipararse a las cicatrices de la piel, generadas cada una por una situación concreta y que son muestras de experiencias y al fin al cabo, de la vida.



1.4.4 Invasión de la tinta.

El cuerpo, como envoltura del yo-psíquico, como intersección y a la vez unión entre el sujeto y el objeto (físico), se puede plantear como el limbo, o como las imágenes reflejadas del mito de la caverna de Platón.



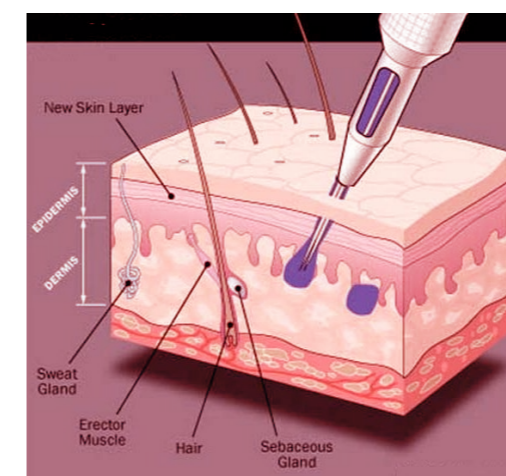
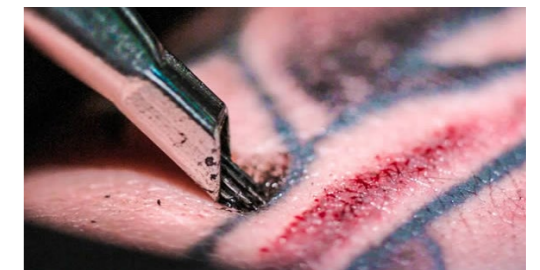
Después de hablar del yo, se debe hablar de su reflejo a los ojos de aquellos que no ven/sienten nuestra realidad personal. El tatuaje como elemento externo, como materialización de nuestras ideas, es a su vez un elemento externo a la naturaleza de nuestro cuerpo, una invención humana. Pero tampoco va contra-natura.



Los humanos hemos tendido siempre a maquillar nuestro cuerpo, a marcarlo, ya sea de manera permanente o de forma reversible. Somos conscientes por tanto que la alteración de nuestro cuerpo modifica un estado natural, el cual nos permite apropiarnos como individuos de nuestra propia capa externa.

Técnica de tatuar:

La capa invadida por la tinta y a la que debe llegar la aguja para la realización de un tatuaje de calidad, es de aproximadamente 1mm de profundidad. La aguja entra en la piel entre unas 50 y 3000 veces por minuto, dependiendo de la potencia, dejando minúsculas gotas de tinta que el cuerpo no puede diluir.



Las células en la dermis, la segunda capa de la piel, son mucho más estables que las de la epidermis (la capa más externa de la piel) por eso la tinta debe alojarse allí. Al colocar la tinta en la dermis, esta puede quedarse allí por más tiempo sin deteriorarse, dispersarse o decolorarse, siendo el mejor lugar para plasmar el tatuaje.

Cuando la tinta del tatuaje entra en la dermis, debajo de las cinco capas, la sustancia extraña muestra una respuesta inmune. Las células en la piel que atacan a los cuerpos extraños se conocen como fagocitos (phago="comer", cito="células"). Estos "alimentadores de células" tragan y consumen las partículas de tinta. Después, los fibroblastos (las cé-

⁷ Vicenç Gràcia, El arte del Tatuaje, (1999) Tikal Ediciones: 1999 Pág. 18

lulas que producen colágeno) encierran a los fagocitos en una red debajo de la piel, justo en donde se junta la epidermis y la dermis, a aproximadamente 1 milímetro de profundidad. Esto permite que la tinta del tatuaje se quede en la piel durante muchos años. No existe nada como un tatuaje "removible" o "temporal", a menos que se trate de uno de henna o que se quite con frotarlo y no existe tinta de tatuaje que se degrade

1.4.5 El dolor.

El dolor es un factor que abarca el tatuaje sin resultar del todo negativo.

El dolor en ciertos casos actúa de filtro y por tanto hace recapacitar a cualquiera que quiera tatuarse si realmente quiere hacerlo. Hay personas que, debido a su sistema nervioso, siente más el continuo impacto de la aguja. Otros simplemente por el miedo y el nerviosismo, incluyendo en factor psicológico, el tatuar-se les puede resultar realmente duro. Pese a este dolor variable en cada uno, el dolor existe, forma parte de tatuaje, y para algunos tatuadores es imprescindible para llegar a valorarlo.

Como si se tratase de una penitencia, para llegar a admitir realmente un tatuaje con muchas horas de trabajo detrás, existen opiniones que defienden soportar el dolor. No como postura de aparentar "ser más duro", sino como re-afirmación de algo por lo que vale la pena soportar dolor con tal de que permanezca para siempre.

Si "para presumir, hay que sufrir", el tatuaje es un claro ejemplo de que lo que realmente se desea, cuesta su precio y su dolor, pero vale la pena.



El dolor también provoca que el usuario se pueda asustar o que se mentalice antes de ir. La estética y el ambiente que predomina en los locales actuales aumenta el efecto del "miedo", ya que no parece que se entre a un local higiénico y seguro, sino más bien a un anticuario antiguo, viejo, con polvo y pocas

EL TATUAJE ES PARA SIEMPRE. SI NO SE CONCIBE COMO ALGO PERMANENTE PIERDE COMPLETAMENTE SU SENTIDO Y VERACIDAD.

en un par de meses.

Si el tatuador no llega a la profundidad necesaria, el tatuaje quedará borroso y si la profundidad es excesiva, se pueden producir sangrados, mucho dolor y cicatriz en relieve. Un tatuaje se puede hacer en 15 minutos o en varias horas, dependiendo del tamaño y del diseño escogidos, pero el tiempo no es influyente en su resultado, al contrario de la profundidad milimétrica de la aguja.



Existen personas que utilizan el tatuaje como representación del fin de una etapa dura de la vida, como cumbre y punto final. Es más que una representación de ese período, psicológicamente es una manera de cerrarlo y de exteriorizar un problema que llega a su fin, de manera que ya no duele mostrarlo al mundo. La superación es la base de este apartado, la superación mental, tanto del dolor físico como del interior.

"PARA PRESUMIR, HAY QUE SUFRIR." EL DOLOR DA VALOR Y SIRVE DE FILTRO ANTE LA BANALIDAD.

medidas higiénicas. Pese a no ser cierta esta afirmación, es innegable que los locales no ayudan a redimir el miedo, sino que lo alimentan.

Parte de la magia de estos espacios es ésta, puesto que se acaba generando el estilo de "tipo duro" y se generaliza el uso de las calaveras como símbolo de la muerte. Reírse de la muerte y no limitarse ante el dolor provoca que la sociedad vea a este tipo de personas como gente insensible, deshumanizada y dura. A pesar de esto, se ponen en sus manos para ser tatuados, deseando que ellos mismos puedan soportar el dolor que parece tan natural para los tatuadores o clientes habituales.

nizada y dura. A pesar de esto, se ponen en sus manos para ser tatuados, deseando que ellos mismos puedan soportar el dolor que parece tan natural para los tatuadores o clientes habituales.

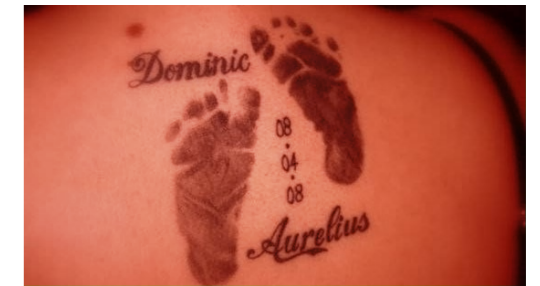


1.5 Implicación comercial

1.5.1 Análisis target actual

Después de haber diferenciado los diferentes tipos de usuarios, se plantea su nivel de confort y determina el grupo que se abarca en el proyecto.

El target concreto al que se dirige el proyecto es el grupo de "espontáneos" y el de los "puntuales". Estos dos grupos encajan con la idea expuesta anteriormente de que el tatuaje ha de representar aquello significativo de cada persona, sin llegar a ser un recurso abusivo, valorando a la vez el proceso de tatuar-se, la premeditación y la consciente importancia del acto. Por este motivo, para la creación del local de tatuaje de este trabajo, es importante centrarse en esta tipología de usuarios, que valoran el tatuaje y aún más su significado.



Este usuario se debate entre:

EXPERIENCIA Y SEGURIDAD

1.5.2 Cuestionamiento del fin comercial

El objetivo del trabajo se basa en que estos usuarios sean el centro de atención del proceso de tatuar-se, que la **experiencia** predomine ante el fin comercial. Este es el punto diferencial del espacio respecto a cualquier local de tatuaje. El hecho de remarcar esta individualidad en la que se basa el tatuaje, en ir más allá, genera el valor esencial del espacio.

Por tanto, para el sustento del local, se requiere de este fin comercial pero debe quedar en segundo plano, el precio no ha de ser el motivo de consumo de los clientes, la distinción emocional y la implicación ha de ser el reclamo. La figura del **artista/artesano**, a su vez, aporta valor añadido y ofrece al usuario una **experiencia profesional**.



Finalmente, la forma de pago no se ha de incrementar con el tiempo que requiera cada persona en ese proceso de inmersión para no presionar al usuario a realizar el recorrido rápidamente.

A UN LADO EL SISTEMA COMERCIAL. GENERAR ALGO NUEVO COMO PUNTO DIFERENCIAL

1.6 El proceso

1.6.1 Arte y artesanía

El arte y la artesanía son dos bloques que entre sus muchas técnicas, incorporan el tatuaje. Los factores que caracterizan el arte y la artesanía se basan mayormente en su **mensaje** y la **implicación** del autor. El artista evoca sus emociones, para, de forma manual, con sus propias manos (por tanto, dejando una imprenta personal en la obra) transmitir sentimientos.

**LA ARTESANÍA, COMO PRODUCTO VERAZ Y AUTÉNTICO, ES EL OBJETIVO DE LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA, REPLETA DE TECNOLOGÍA Y DESHUMANIZADA.
UN CARÁCTER ARTESANAL PROPORCIONA INDIVIDUALIDAD DEL PROPIO PRODUCTOR.**

Como toda obra de arte el tatuaje también puede ser interpretable ante diferentes individuos, su mensaje puede ser único e intransferible para quien se ha tatuado, y no será 100% fiel si no lo explica el propio individuo. Por eso, es necesario transmitir las emociones al ilustrador/tatuador, para que pueda representarlas a su vez en la ilustración.



Esta transmisión de sentimientos/emociones/estados, son las que entre líneas lee Luis Navarro en esos "deberes" que hace traer a sus clientes a las sesiones de tatuaje. El ego de la persona tatuada queda transmitida al tatuador, que incorpora a su vez su propio ego, y por tanto se consigue una mezcla única, un conjunto, un tatuaje personal.

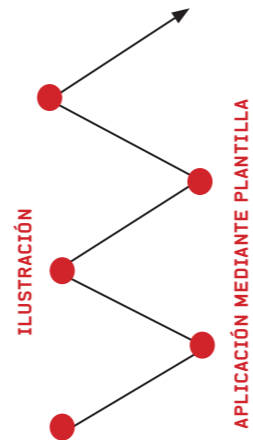
1.6.2 Ilustración

La ilustración es la parte inicial del proceso de tatuar-se, pero no se ha de olvidar en ningún momento. La ilustración la puede llevar a cabo el propio usuario, el tatuador, o cualquier otro profesional del sector gráfico. Es la

formalización del arte y artesanía comentados anteriormente y que refleja la individualidad y el ego del usuario. En este trabajo, se propone un único individuo multidisciplinar, que además de la ilustración y el tatuaje, tuviera conocimientos de psicología y cultura del diseño gráfico. Las dudas que puede generar una ilustración no debe ocasio-

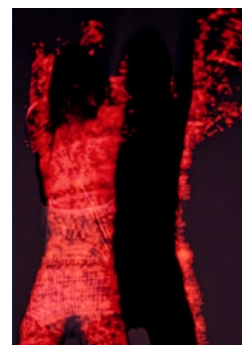
narlas al usuario, éste debe hacerse la suya y por tanto, defender-la en su propio cuerpo para siempre. La ilustración debe expresar pero también debe ser un proceso que vaya acorde con el proceso de inmersión individual. Este paso inicial tan importante que define la morfología del tatuaje se ha

de mezclar con el siguiente paso, la aplicación al cuerpo, y por tanto debemos avanzar y retroceder para su perfecta aplicación. Para esto, el mapping es una técnica que ayuda mucho a ajustar el dibujo en 2D a un cuerpo humano. Pero no solo se debe tener presente la ilustración como un preámbulo al ta-



tuaje, sino que ha de acompañar al usuario en todo el proceso y estar presente durante el tatuaje, y en cierta manera, poder incorporar-se a la piel y salir por la puerta del local con un nuevo soporte infinito.

El paso se papel a piel, normalmente, se realiza mediante plantillas que calcan el dibujo, pero en este caso, la proyección es la guía para tatuar. De esta manera, no se requiere de: borrar, volver a dibujar y volver a aplicar la plantilla en caso de modificaciones.



1.6.3 Ritual actual de los locales vigentes. Protocolo de comportamiento

EN CASA	<ul style="list-style-type: none"> - Intención de tatuar-se Se despierta la necesidad de tatuarse a partir de un <i>input</i> que la activa. - Reflexión/Investigación Plantear, imaginar, copiar, pensar la zona a tatuar, buscar referentes...
EN EL ESTUDIO	<ul style="list-style-type: none"> - Consulta Se consulta el precio, el tiempo necesario, la dificultad, la personalización... - Ilustración Se realiza la ilustración, ya sea el usuario o el tatuador. - Incorporación al cuerpo Se aplica la plantilla para visionar el estado en el cuerpo. - Posible retroceso a la ilustración En caso de modificaciones se repiten los pasos. <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <ul style="list-style-type: none"> - Tatuar </div> <div style="width: 45%;"> <p>Usuario: Dolor, superación y emoción</p> <p>Tatuador: Ejecución, higiene y cuidados</p> </div> </div> <ul style="list-style-type: none"> - Repetición de sesiones Si queda sin acabar, se realiza en otra sesión y se reprende el proceso. - Descubrimiento final Ver como queda en el cuerpo para siempre.
EN CASA	<ul style="list-style-type: none"> - Recuperación 15 días de curas con crema cicatrizante.



2. Problemática espacial

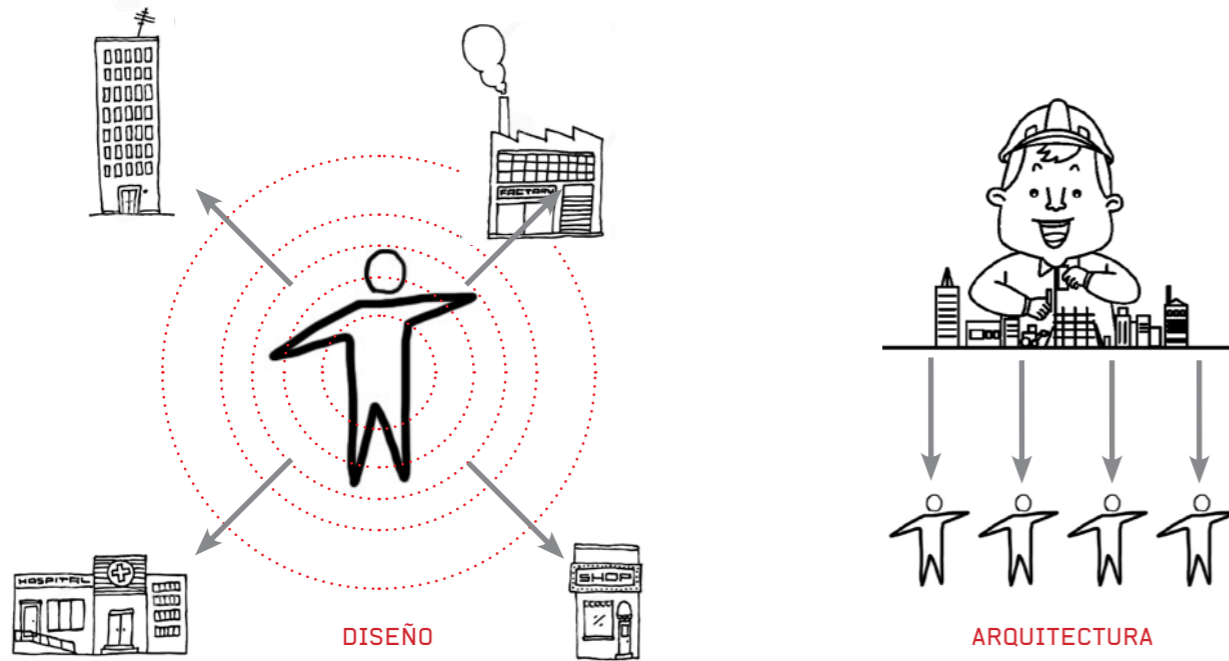
2.1 ANÁLISIS LOCALES ACTUALES

2.2 RELACIÓN TATUADOR Y ESPACIO

2.3 EL USUARIO EN EL ESPACIO

¿Por que los espacios de tatuaje tienen una estética parecida si se basan en la ruptura de lo establecido, el cambio de la vida monótona y repetitiva? ¿Podemos huir de esta estética global sin perder su fuerza?

¿Nos encontramos en una época en la que el tatuaje empieza a contagiarse de esta globalización, en la que pierde su espíritu agresivo y violento, en la que si no estas tatuado no formas parte de "lo normal"?



Es el trabajo del diseñador tratar los temas espaciales incorporando al usuario como el centro de éstos.

Hasta ahora, el tatuador se antepone al usuario y el espacio únicamente es favorable para él mismo, no se tiene en cuenta el factor del cliente como algo más que una piel, como un individuo. Este individuo va al espacio a marcar-se de por vida y por este hecho merece ser el centro de atención, y a su vez el punto a partir del cual se diseña el espacio.

Considerando que el arquitecto trabaja a partir del espacio para llegar al usuario y el diseñador parte del usuario para llegar a diseñar un espacio, es importante determinar esta manera de hacer en el proyecto.

En este trabajo se diseña a partir del usuario, y se genera un proceso en el que es esencial el individuo y su manera de desenvolverse en el lugar. Se genera un espacio desde nivel usuario hasta nivel usuario, sin pretensión de generar algo de interés artístico, sublime o exquisito, sino más bien algo terrenal, realista, sensato.

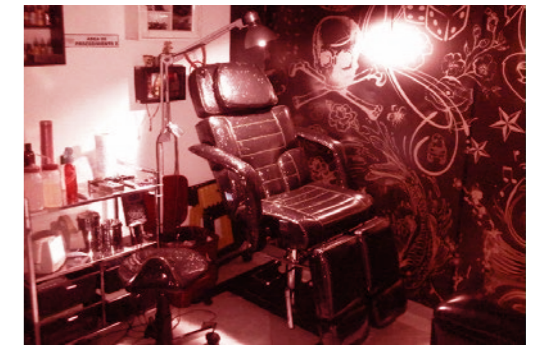
2.1 Análisis locales actuales

En base a las conclusiones del anexo que estudia los locales, se establece un listado de conceptos que incorporan la gran parte de los locales actuales de Gracia.

El estudio del anexo se basa en localizar estos puntos coincidentes de entre todos los locales mediante un breve análisis de cada uno. Los conceptos que se obtienen como conclusión son:

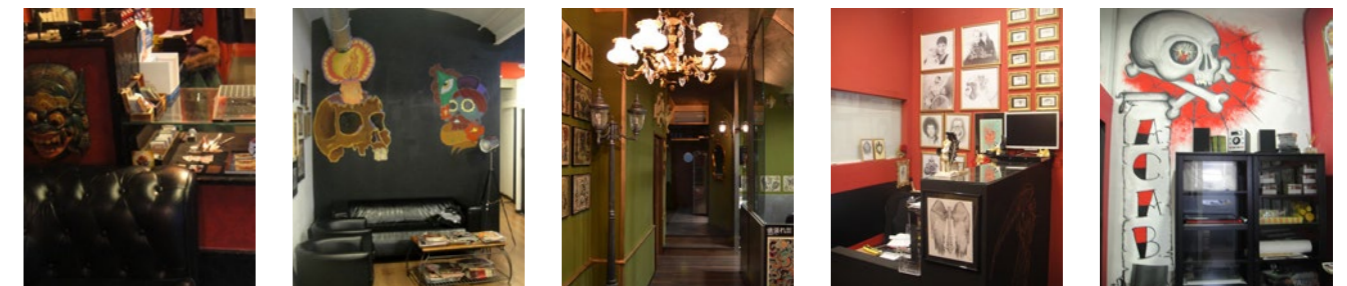
CONCEPTOS DE LOS LOCALES ACTUALES:

- Gama cromática limitada: rojo, negro, blanco y en ocasiones dorado → Gama cromática ilimitada
- Dibujos siniestros (calaveras, monstruos, seres mágicos...)
- Horror vacui, todo muy recargado → Simplicidad
- Ambiente cargado de objetos que simulan, o son, antiguos → Usuario como centro del local (ambiente coleccionista/anticuario)
- Muchos objetos, "figuritas", que no favorecen a la higiene → Higiene y limpieza como base
- Zonificación partida en: Sala de espera/mostrador - Cabina de tatuar - Lavabo - Almacén → Espacio partido en progresión
- Mostrador para pagar al final → Sin finalidad puramente comercial
- Usuario tumbado en la camilla → Usuario y tatuador al mismo nivel
- Extremo cambio exterior/interior
- Luz tenue y disipada en zonas comunes → Luz con motivos contundentes que ayuden a generar un recorrido
- Luz blanca intensa en las cabinas de trabajo
- Tecnología: únicamente ordenador, equipo de música y utensilios de tatuar → Incorporar tecnología
- Pavimento de parquet sintético
- Muchos cuadros de ilustraciones en las paredes → Dar importancia a la pared sin utilizar un recurso tan popular



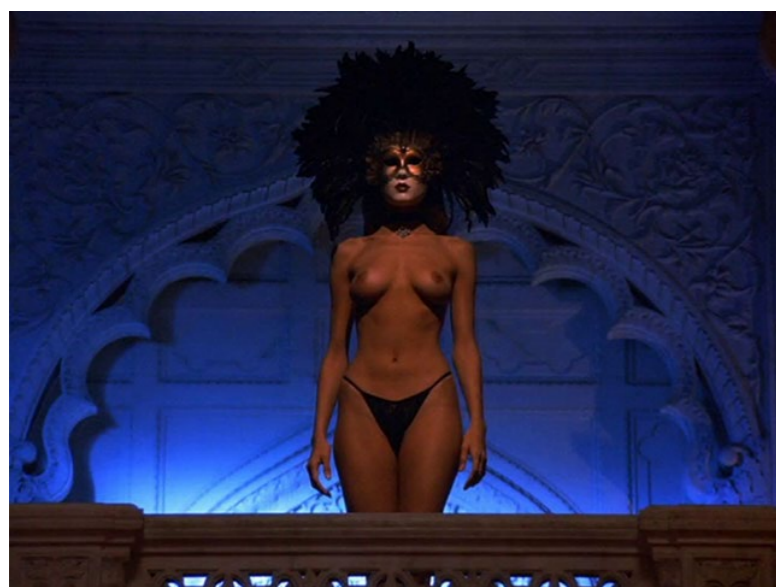
LISTA ANTAGÓNICA:

Estos aspectos se cuestionan y no se toman como requisitos del local. El objetivo de experimentación permite dudar de la validez de éstos y por lo tanto seleccionar aquellos conceptos que no tengan una razón de ser convincente y perdurable, y darles la vuelta. Es gracias a esta lista que se genera una lista antagónica, que genera líneas de trabajo para lograr un espacio diferente. Los componentes de ésta nueva lista, sí que forman parte de los puntos clave del proyecto. Son guías de trabajo para no perder unos objetivos, y provienen directamente de los locales existentes.



2.1.1 Similitudes cinematográficas⁸

La "estética del tatuaje" puede tener diferentes fundadores o vías de iniciación, pero un claro ejemplo visual en el cual se apoya, o por lo menos se intuyen claras coincidencias, es en el ambiente de ciertas escenas de películas como "Eyes wide shut" (1999) de Stanley Kubrick, o "Blue Velvet" (1986) de David Lynch, entre otras muchas.

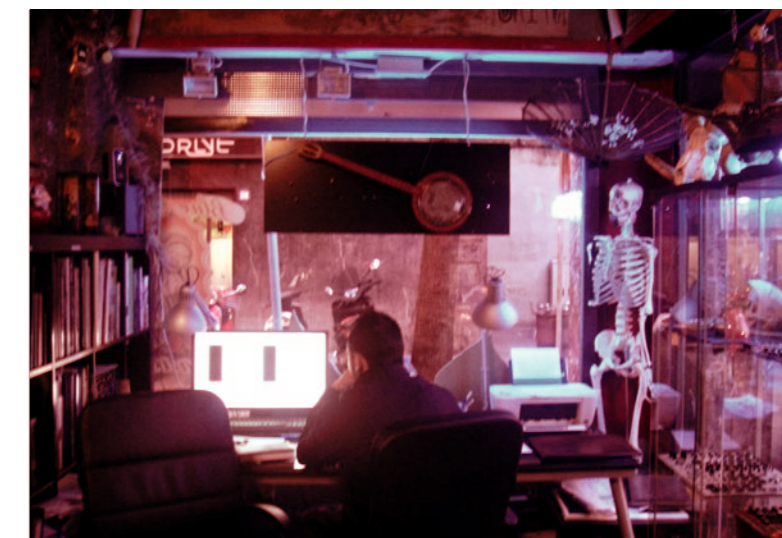


⁸ Ver anexo "Referencias del Trabajo, 1. Similitudes cinematográficas."

2.2 Relación tatuador y espacio

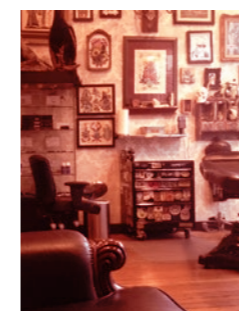
La creación de los espacio de tatuaje la realizan los dueños del local, sin ayuda externa profesional. De hecho, la proposición o planteamiento de **ayuda** por parte de algún tipo de diseñador resulta, en la gran mayoría de casos, **rechazada**. Los espacios de autocreación son un recurso utilizado para reforzar la individualidad de un espacio. El problema surge cuando este tipo de locales son creados bajo unas **convenciones** y **estereotipos** que los propios tatuadores cumplen y viven. Es decir, a pesar de que los locales tienen sus objetos concretos, una distribución, un gusto y habilidad diferente, a pesar de que el local es el reflejo de sus trabajadores y se crea con el paso del tiempo, si estos tatuadores siguen siempre una misma

línea, una forma de vida y estilo parecido, los locales acaban resultando también **similares**. Como si se tratasen de un mismo dueño, la personalidad generalizada de los tatuadores refuerza la globalización de los locales y por tanto las experiencias en cada uno de éstos.



2.2.1 La cueva

El usuario al entrar no suele encontrarse en un espacio que lo acoja, sino más bien le impone todo un ambiente propio únicamente del tatuador. El tatuador se encuentra a gusto, recogido en su "templo", generado por él mismo con el día a día. Por lo tanto le ampara del mundo exterior y genera una **utopía personal** que para los usuarios puede ser resultado únicamente de la desplanificación, el caos y la acumulación de objetos.

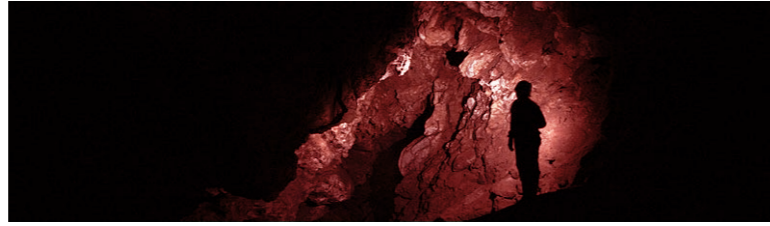


Pese a que en gran parte esta última afirmación es cierta, muchos tatuadores defienden la organización de su local como "personalizada". Si bien es cierto que, como en un trastero, solamente la persona que ha ido colocando cada uno de los objetos en "su lugar" conoce su ubicación, las personas externas tienen la impresión de que todo ha sido colocado sin sentido alguno, o sin tener en cuenta el diseño.

El horror vacui de estas "cuevas" repletas de objetos y, al fin y al cabo, mensajes que recibe el usuario al entrar, pueden provocar reacciones negativas.

El hecho de entrar a un local que ya solo su mobiliario intenta parecer antiguo, con efectos de decapado poco creíbles, objetos *kitsch* que intentan simular reliquias o objetos de valor, provocan en su conjunto una sensación de poca transparencia, de engaño y embuste. El ambiente místico e utópico de estos locales son como cuevas descubiertas por pocos aventureros en la profundidad de la tierra. La cueva no es un lugar hospitalario y cómodo, pero sí inquietante y misterioso, que invita a entrar más por curiosidad, para investigar, buscar una aventura y salir a la vida normal.

De hecho, los locales de tatuaje se basan en una experiencia basada en este factor de “cueva”, pero se liga demasiado al fin comercial, planificando el tiempo, la hora concreta y el entrar, comerciar y salir.



2.3 El usuario en el espacio

El usuario suele no sentirse en un ambiente confortable y familiar al entrar en este tipo de locales. El factor que actúa en parte como barrera social y que genera espacios misteriosos y peculiares es el cimiento de estos locales. Visto desde el punto de vista del diseño, el usuario debe formar parte del espacio, y su estado dentro del local puede mantener la intriga y la intimidad del exterior, pero debe situarlo como centro del local y no como un espontáneo visitante o desconocido que entra a la “guarida” de un tatuador.

Paso de ANÓNIMO/GENÉRICO a PERSONAL

EXPERIENCIA AVENTURA
en relación con
CONFIANZA Y SEGURIDAD

El hecho de identificarse en un espacio o de familiarizarse con algo reconocido, facilita la relación en estos ambientes, la sociabilidad y las ganas de repetir una experiencia positiva. A pesar de esto, lo que se pretende aportar al local y mediante éste al usuario, es de un ambiente aventurero, de algo insólito y misterioso, mezclando la profesionalidad, higiene y un control al detalle para no provocar dudas o inseguridad física. Es por esto, que no se pretende eliminar esta sensación escenográfica de utopía, sino transformar-la en cierta manera para hacer al usuario más protagonista.



3. Emplazamiento

3.1 EL BARRIO DE GRACIA

3.2 C/DE L'OR 36, BARCELONA

3.3 PLANOS ESTADO ACTUAL

El lugar físico donde desarrollar el proyecto espacial de este trabajo no es un emplazamiento concreto. Al hacer referencia a todo un sistema y un "mundo" del tatuaje se intenta no encasillar-se en un sitio físico único, sino que se crea un ritual el cual determina cada espacio diferente. No se pretende globalizar los locales de tatuaje, al contrario, dotar de un valor añadido a esos que utilizan el nuevo ritual, así como las herramientas y el significado que se aporta. Aunque para la materialización de estos conceptos, se utiliza un local concreto del barrio de Gracia, los recursos y técnicas se basan en la adaptabilidad a otros espacios.

El lugar escogido como modelo y experimento del proyecto es: **C/ de l'Or 36**

3.1 El barrio de Gracia

Pocos distritos de Barcelona están envueltos de tanta simbología como el de Gracia⁹.

Se localiza la intervención en el barrio de Gracia como zona artística y multicultural que incluye este tipo de movimientos juveniles y creativos. Gracia dispone de 13 locales de tatuaje, y se pretende incorporar el nuevo proceso del tatuaje en cualquiera de estos 13 existentes o cualquiera de nueva creación.

El listado de los locales de Gracia son los siguientes:

Luis Tattoo	Xaman tattoo
Loyalty tattoo	La Dolorosa tattoo piercing
Sputnik tattoo	Migman tattoo
Kidz 'nd ink tattoo piercing	Puro tattoo
Gold Street Tattoo	Under Skin Tattoo
Blue cat tattoo Barcelona	19:28 Tattoo Parlour

Para más información de los locales nombrados y lectura de su análisis y descripción, ver: Anexo "Locales de tatuaje de Gracia".

3.2 C/de l'Or 36, Barcelona

A nivel proyectual, para poder representar las ideas del trabajo, se recurre al emplazamiento de C/de l'Or 36, un local cuya situación es favorable para llevar a cabo acciones innovadoras y creativas, en pleno centro de Gracia. Su fachada se enfrenta completamente a la plaza Virreina, muy recurrida y con diversos bares y pequeños comercios. Su localización lo hace visible desde cualquier punto de la plaza Virreina.

Dispone de una sola planta baja y un patio interior trasero que proporciona luz natural. Justo delante se encuentra un aparcamiento de motos y diversos contenedores de reciclaje. Actualmente, encontramos el estudio de tatuaje Gold Street tattoo.

Se ha elegido dicho local puesto que dispone de 92m², dimensiones considerables que no suelen tener los locales de tatuaje. Además, al realizar el trabajo de campo, la mayoría de locales recomendaron su visita por la ambientación y atmósfera característica, sus detalles y trabajo preciso

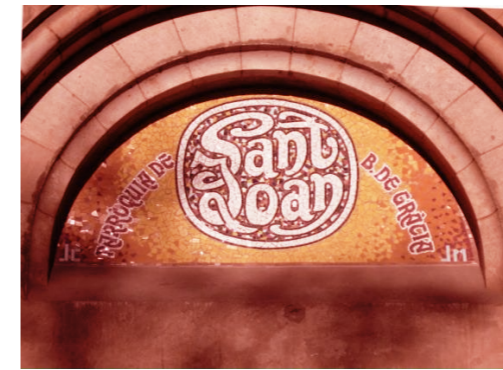


Fiestas de Gracia



realizado por los mismos tatuadores y dueños del local. Se puede decir, que el interiorismo del local es un referente para los demás comercios del tatuaje y por tanto es interesante actuar en él, como "madre" del tatuaje de Gracia. El interior misterioso del local logra despertar el interés de los transeúntes a pesar de no disponer de un gran escaparate.

⁹ El núcleo antiguo del barrio que le da nombre no ha dejado nunca de reivindicar con orgullo su pasado como municipio independiente (fue agregado a la ciudad el 1897), y el nuevo mapa de barrios le reconoce oficializando el topónimo Vila de Gracia para denominar esta unidad de casi 50.000 habitantes, calles pequeñas y bulliciosas y numerosas plazas.



Detalle palacio de la virreina



Palacio de la virreina



Palacio de la virreina



C/Or 44



Vista desde el local



Fuente estatua de Ruth

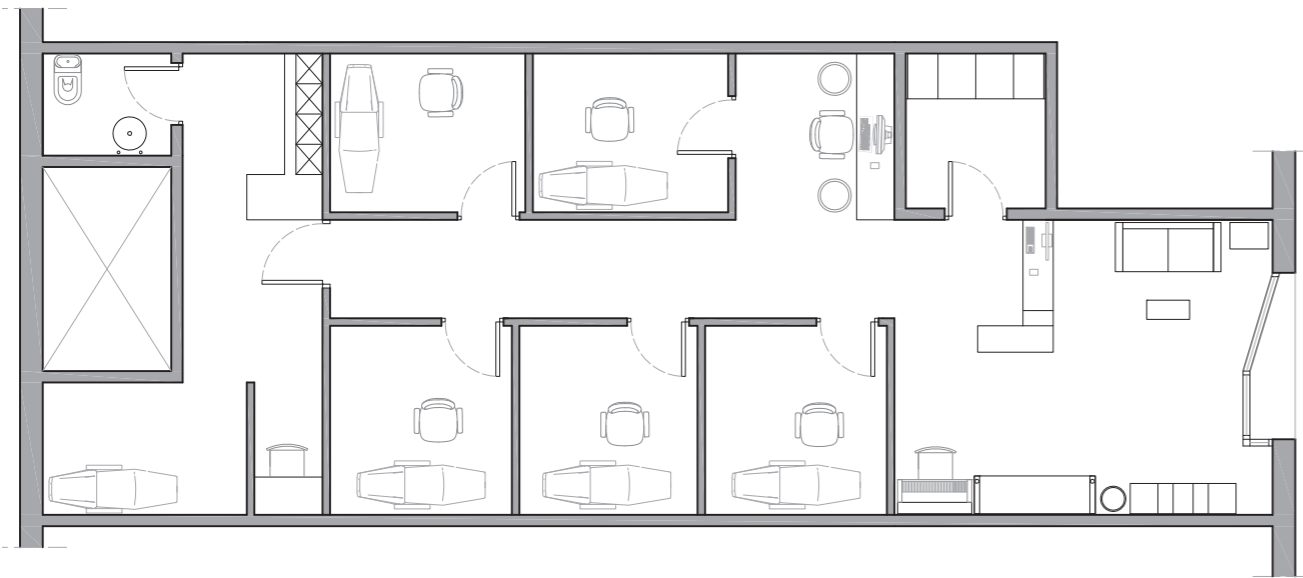


C/Or 38-40



Plano emplazamiento
E: 1/500

3.3 Estado Actual



1:100



Entrada al local C/Or 36



Muebles Estado Actual



Sala espera Estado Actual



Pasillo Estado Actual



Cabina Estado Actual



Sofá de espera Estado Actual

4. Propuesta

4.1 PUNTO DE PARTIDA

4.2 ZONIFICACIÓN

4.3 PROGRAMA DE NECESIDADES

4.4 MAPPING

4.5 OBJETIVOS EXPERIENCIA

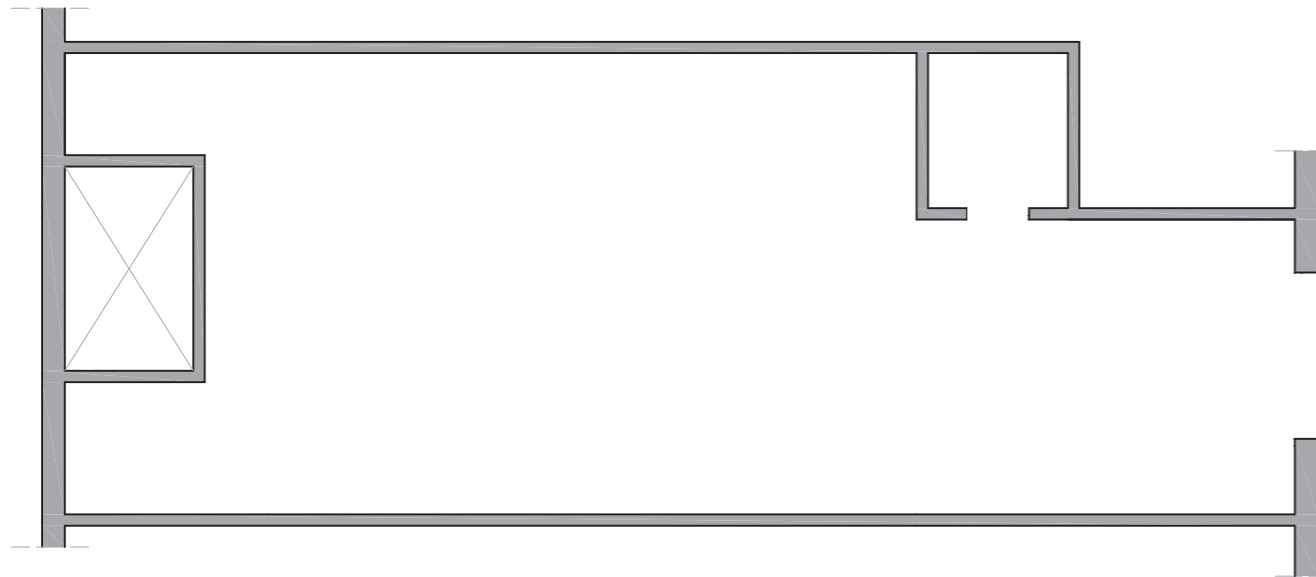
4.6 ESTRATEGIAS DE DISEÑO ESPACIAL

La propuesta se basa en crear 3 espacios en progresión que dirijan al usuario hacia el tatuaje. Para esto se utiliza la zonificación y herramientas para dar carácter y personalidad a cada espacio como: el mapping, la iluminación, los materiales...

4.1 Punto de partida.

En este apartado se plantea el punto de inicio del proyecto, es decir, ¿de donde se parte? Debido a que los propietarios actuales han generado todos los cerramientos y distribuciones interiores, se plantea el proyecto desde el punto en que estos mismos se lo encontraron. Es decir, a partir de las 4 paredes de obra vista, de una planta vacía, de un conte-

nedor. Debido a esto mismo, el contenido dotado de connotaciones y estereotipos que actualmente tiene el local, se excluye para dar paso al proyecto. A pesar de que no es un edificio histórico, pero por pertenecer al barrio de Gracia, la fachada no puede ser intervenida, debido al grado de conservación patrimonial y por eso se respeta así como sus paredes interiores.

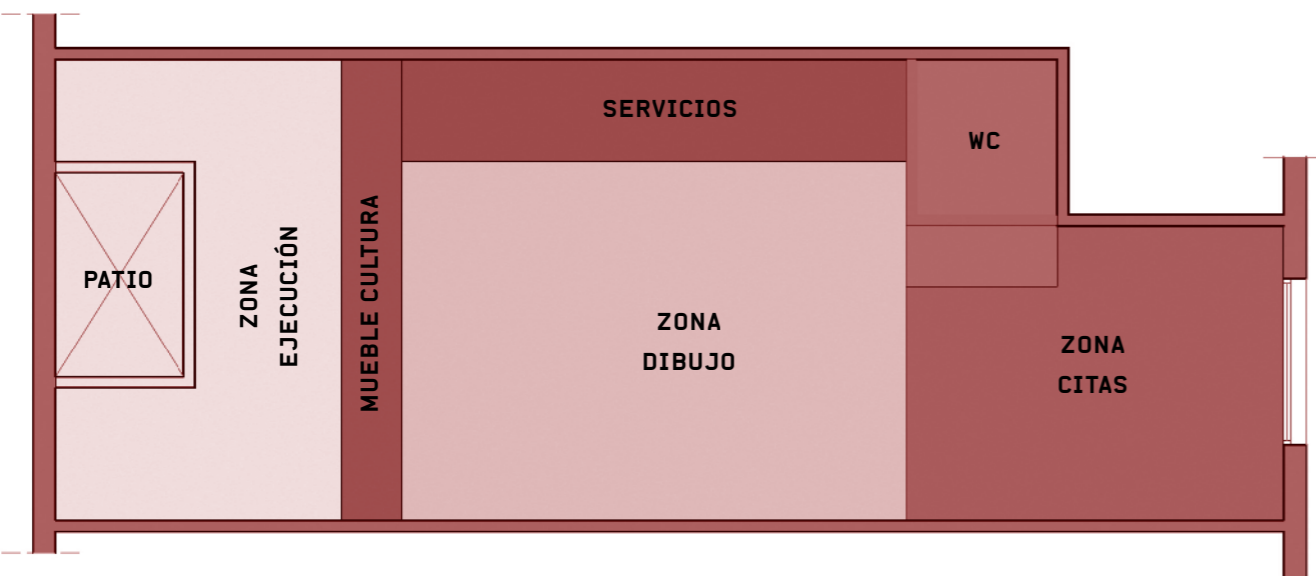


1:100

4.2 Zonificación.

Debido a que la planta del local es alargada, con solamente una fachada y dispone de un cambio de altura en una esquina (debido al agujero de escalera del edificio vecino), se plantea la si-

guiente distribución: se divide el espacio por las zonas imprescindibles que requiere un local de esta tipología y se distribuyen en relación al recorrido de inmersión, dirigiéndose hacia el tatuaje. La zona pública obviamente se sitúa en la entrada y los servicios adosados a la pared. La zona de



1:100

tatuaje se sitúa al final, como cumbre del proceso, y el resto se basa en el recorrido personal, la zona de dibujo, donde se dispone de más libertad para diseñar.

4.3 Programa de necesidades

- Recepción
- Sala de espera
- Zona de dibujo
- Zona íntima (cabina tatuaje)
- Sala esterilización
- Almacén
- Servicios
- Espacio para los tatuadores

MATERIALES PARA TATUAR:



Máquina de tatuar



Líquido o crema transfer



Fuente de alimentación (pedal y cables)



Autoclave



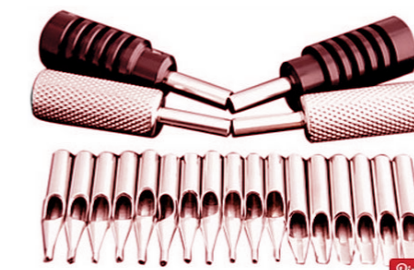
Ultrasonidos



Tintas para tatuaje



Agujas



Empuñadura y punta



Guantes de goma desechables



Papel de transfer



Cápsulas o tazas para tatuajes



Rollo de papel industrial

Requerimientos Recepción:

- Agenda/Ordenador
- Tarjetas visitas
- Presupuestos

Requerimientos Sala de espera:

- Asientos
- Catálogos y revistas
- Entretenimiento

Requerimientos zona dibujo/proyección:

- Iluminación regulable
- Materiales dibujo
- Escritorio o apoyo
- Ordenador
- Proyector
- Posición fija para el mapping
- Espejos

Requerimientos cabina tatuaje:

- Iluminación
- Material de tatuaje ya nombrado
- Ventilación
- 1'5m de altura de revestimiento lavable
- Camilla

Sala esterilización

- Zona de materiales rechazados
- Lavamanos
- Autoclave

Almacén

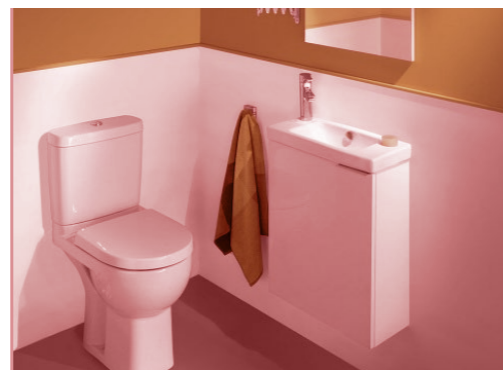
- Estanterías

Servicios

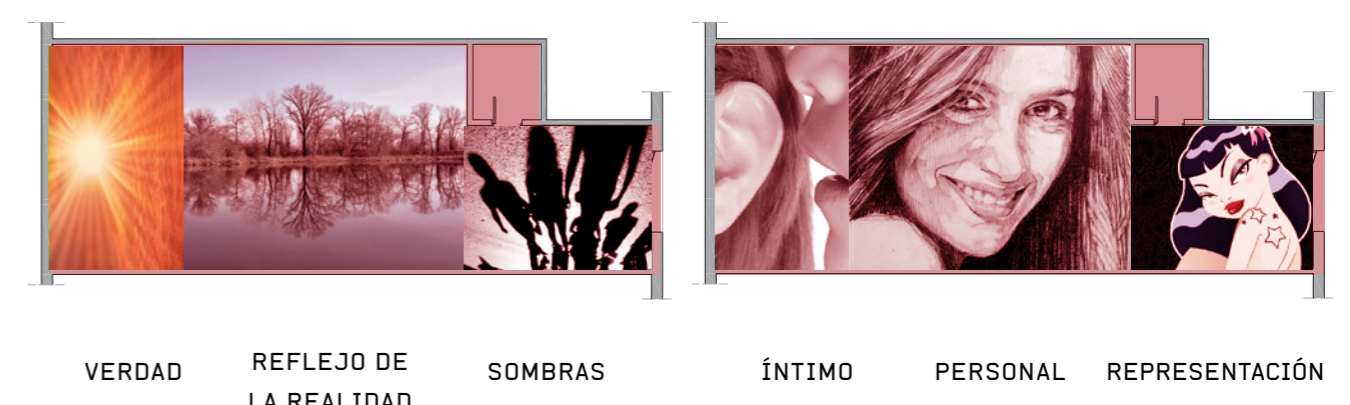
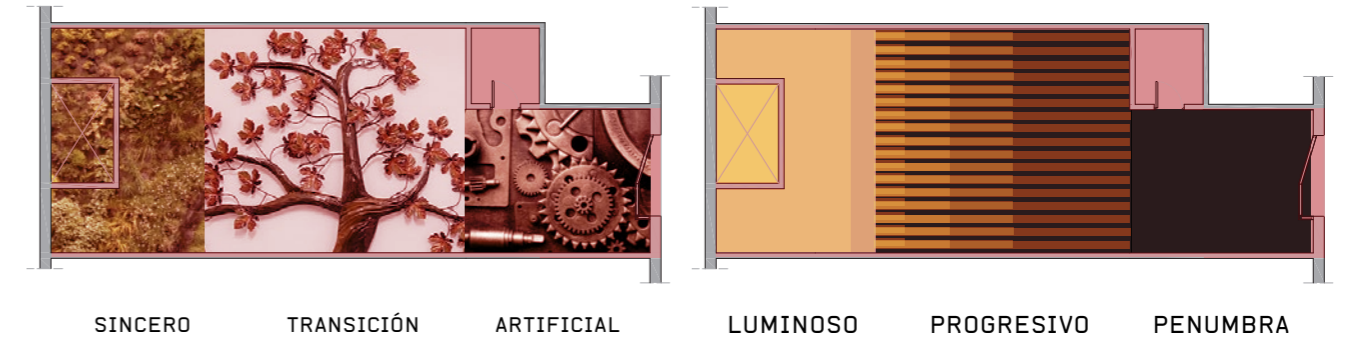
- Inodoro
- Lavamanos
- Espejo

Zona para tatuadores

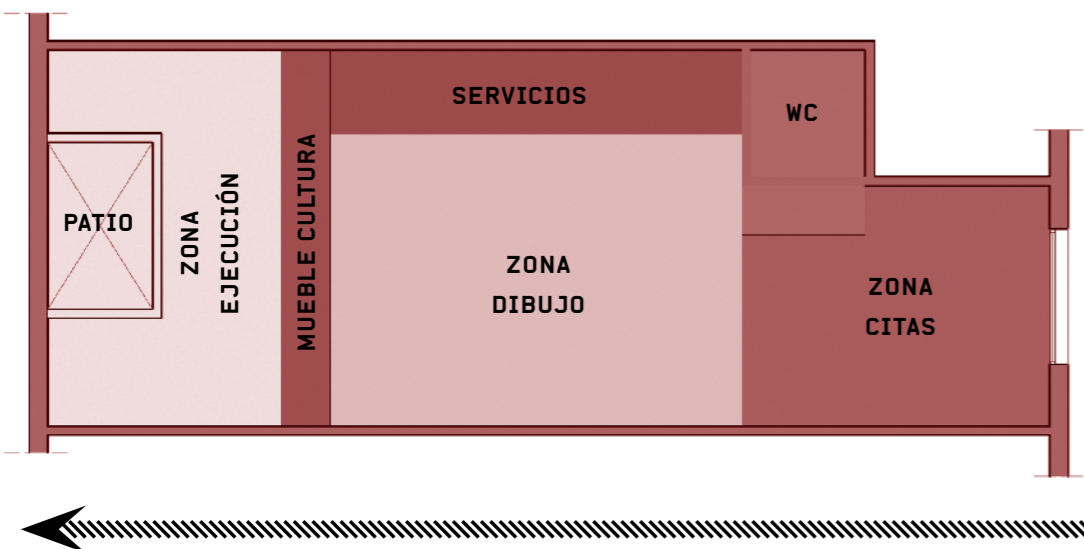
- Microondas
- Sofá
- Mesa



ZONAS	EJECUCIÓN	DIBUJO	CITAS	CALLE
CARÁCTER	SINCERO	TRANSICIÓN	ARTIFICIAL	SOCIEDAD HIPER-TECNOLÓGICA INSENSIBILIZADA DESHUMANIZACIÓN
LUZ	LUMINOSO	PROGRESIVO	PENUMBRA	
PLATONISMO	EXTERIOR VERDAD NOESI	INTERIOR CAVERNA REFLEJO DE LA REALIDAD EPISTEME	SOMBRAS PISTIS	ENGAÑO EIKASIA
EGO	ÍNTIMO	PERSONAL	REPRESENTACIÓN	

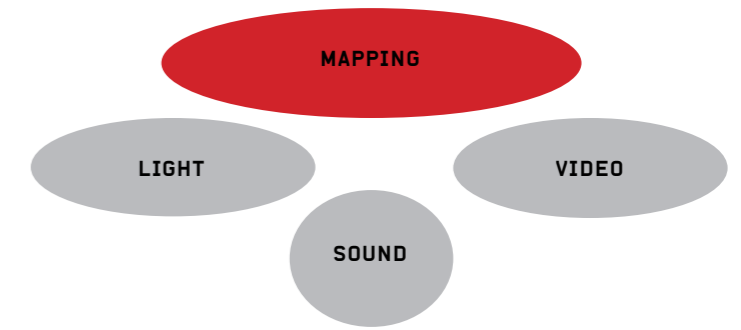


ZONAS	EJECUCIÓN	DIBUJO	CITAS	CALLE
CARÁCTER	SINCERO Artesanal Verdadero Real Puro Fidedigno Empírico	TRANSICIÓN Intermedio Combinación Aleación Conjunto Conexión Vínculo	ARTIFICIAL Cyberpunk Ficticio Industrial Ilusorio Engañoso Sintético	SOCIEDAD HIPER-TECNOLÓGICA INSENSIBILIZADA DESHUMANIZACIÓN
LUZ	LUMINOSO Natural: Solar Luminarias: Honestas	PROGRESIVO Natural + Artificial	PENUMBRA Artificial: Pantallas Proyecciones Led's	
PLATONISMO	EXTERIOR VERDAD Realidad Belleza Sol NOESI	INTERIOR CAVERNA REFLEJO DE LA REALIDAD EPISTEME	SOMBRAS Irreal Desconoci- miento PISTIS	ENGAÑO Encadenados Falsedad Comodidad EIKASIA
EGO	ÍNTIMO De tú a tú tatuador-usuario	PERSONAL Único Intransferible	REPRESENTACIÓN Imágenes generales	

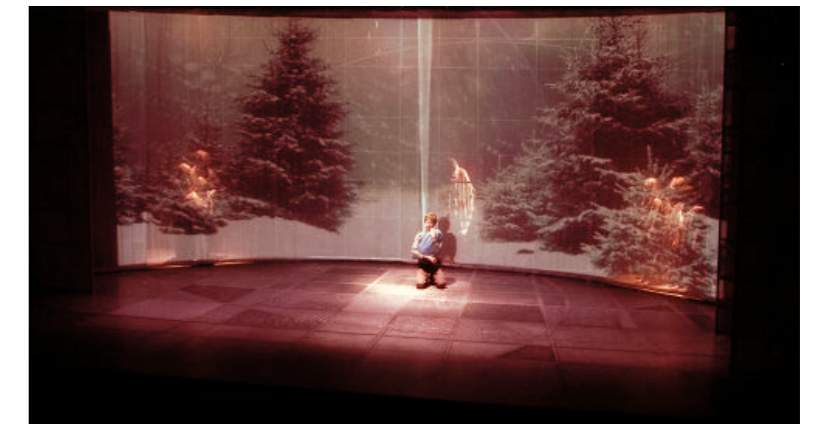


4.4 MAPPING

La experiencia con el mapping en un espacio de tatuaje hace huir del “túnel del terror”, de esa escenografía impuesta por el tatuador y que tan predecible puede resultar. Se genera una experiencia positiva aunque misteriosa y esotérica que se basa en la luz, el vídeo y el sonido. El mapping permite definir el espacio de forma instantánea, cambiarlo por completo y generar sensaciones a cada persona. Además, permite crear un recorrido impenetrable para nadie más, generando una experiencia personal e intransferible, debido al conocimiento previo de ese usuario en las sesiones relación con el tatuador. El hecho de que cambie con cada persona y con cada visita, crea un espacio rico y de piel mutable. Al fin y al cabo, el contenedor siempre es el mismo, pero es el continente lo que se valora realmente. Con la visita previa al día del tatuaje se pla-



nifica la experiencia, prepara el mapping corporal, decide la música, el olor... y el conjunto de percepciones son realmente las que generan un conjunto irrompible y sólido. El mapping no será interactivo, ya que se incorporaría tecnología demasiado compleja para una corta duración. Además, la personalización sería más dificultosa y no es realmente necesaria. Se pretende crear una escenografía dramática y teatralizada, que traslade a la persona a un mundo intrínseco y exclusivo. Pese a que se proyecte sobre el propio usuario en un momento concreto del recorrido, las proyecciones se realizan sobre el propio espacio. El proyecto se basa en tres espacios, el segundo de ellos característico por estas proyecciones comentadas.



4.4.1 Que es el mapping

Técnica de gráficos computacionales 3D creada por James F. Blinn en 1978. Consiste en dar un aspecto rugoso a las superficies de los objetos. Esta técnica modifica las normales de la superficie sin cambiar su geometría. Las normales originales de la superficie seguirán perpendiculares a la misma. El mapeado topológico cambia la perpendicularidad por otras normales para lograr el efecto deseado, todo ello sin modificar la topología ni la geometría del objeto. El resultado es razonablemente rico y detallado, y pueden lograrse grandes parecidos a elementos naturales.



Mapping la Mercè 2011, Barcelona



Mapping Nokia

Resulta de utilizar la tecnología con fines de expresión a través de la creación de un mensaje que integra imagen, video y sonido. Un mapping consiste en la proyección de formas e imágenes sobre casi cualquier superficie: objetos en tres dimensiones o sobre una construcción arquitectónica. La superficie en cuestión se transforma en una pantalla que devuelve imágenes dinámicas musicalizadas que juegan con la percepción mediante el uso del espacio y la profundidad. El mapping se considera dentro del arte digital, pero a diferencia del videoarte que suele contar una historia, en un mapping se trabaja más en el concepto.

MAPPING ARQUITECTÓNICO

Este tipo de mapping ya extendido por todo el mundo, es utilizado por las grandes capitales mundiales en eventos culturales como la noche blanca de Bilbao o la "fête de la lumière" en Francia. Su propósito es realzar los valores del edificio, contar la historia de la ciudad o darle un uso fantástico a la arquitectura.



MAPPING CORPORATIVO

Los mappings corporativos son utilizados por las agencias de publicidad para dar un lanzamiento espectacular a un producto, o una marca. En estos mappings la superficies proyectadas varían desde edificios a escenografías construidas al efecto, normalmente Indoor. El mapping registrado forma parte del retorno publicitario que tiene la marca cuando invierte en un mapping. Últimamente los mini o micro mappings están revolucionando esta técnica pues ofrecen formatos más pequeños y económicos.

MAPPING ARTÍSTICO

El mundo del Arte, siempre abanderado de la innovación ya está usando los mappings como escenografía virtual para sustituir las pesadas estructuras de madera y hierro. La luz, utilizada con esta técnica, crea escenarios inimitables y transforma en tiempo récord la escena.



Mapping de Dandypunk

4.4.2 Aplicación en el proyecto. Relación tatuaje y mapping

Recurso idóneo para crear una atmósfera de incertidumbre y misterio, ya propia de los locales de tatuaje, mezclada con diseño, precisión y intencionalidad premeditada (carencias de los locales).

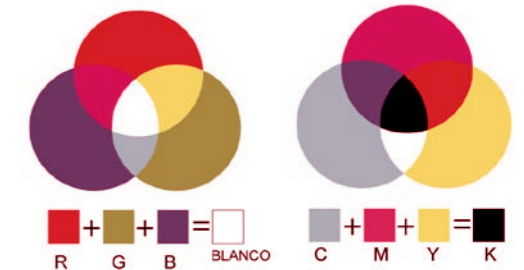
Se elimina el aspecto de anticuario y de cueva repleta de objetos puestos sin criterio para conseguir un espacio "vacío" pero con mucha fuerza.

No se trata de dar miedo, sino de crear una inmersión utópica, variante con cada usuario y personalizable.

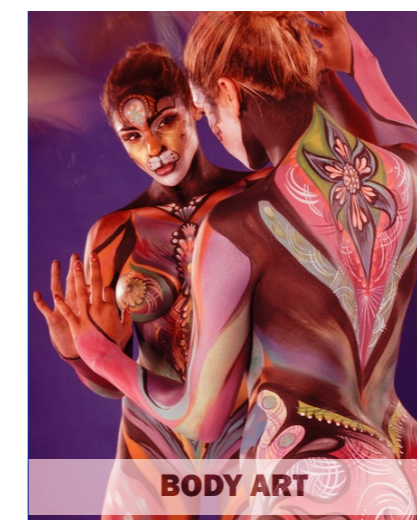
La relación entre tatuaje y las proyecciones de mapping se puede sintetizar en los siguientes conceptos:



TATTOO:	⋮	MAPPING:
Marcar (incidir dentro)	x	Proyectar (superficial)
Piel	o	Superficie
Permanente	x	Efímero
Artesanal	x	Tecnológico
Negro sobre blanco	x	Luz sobre negro
Color pigmento (CMYK)	x	Color luz (RGB)
Físico	x	Intangible
Mensaje	o	Mensaje
Grafismo	o	Grafismo



TATTOO



BODY ART



PROYECCIÓN

El tatuaje es una rama del body art, permanente y invariable. Existen diferentes artistas que experimentan con esta técnica y que incorporan conceptos o técnicas nuevas para reinventarlo.

El body art o body painting se basa en aplicar pintura artística a la piel y se considera una de las primeras formas de expresión plástica utilizadas por nuestros antepasados.

La proyección corporal es un recurso utilizado por algunos artistas en ciertas obras. No es un recurso muy utilizado, pero cada vez se ven más ejemplos de mapping sobre cuerpo humano.

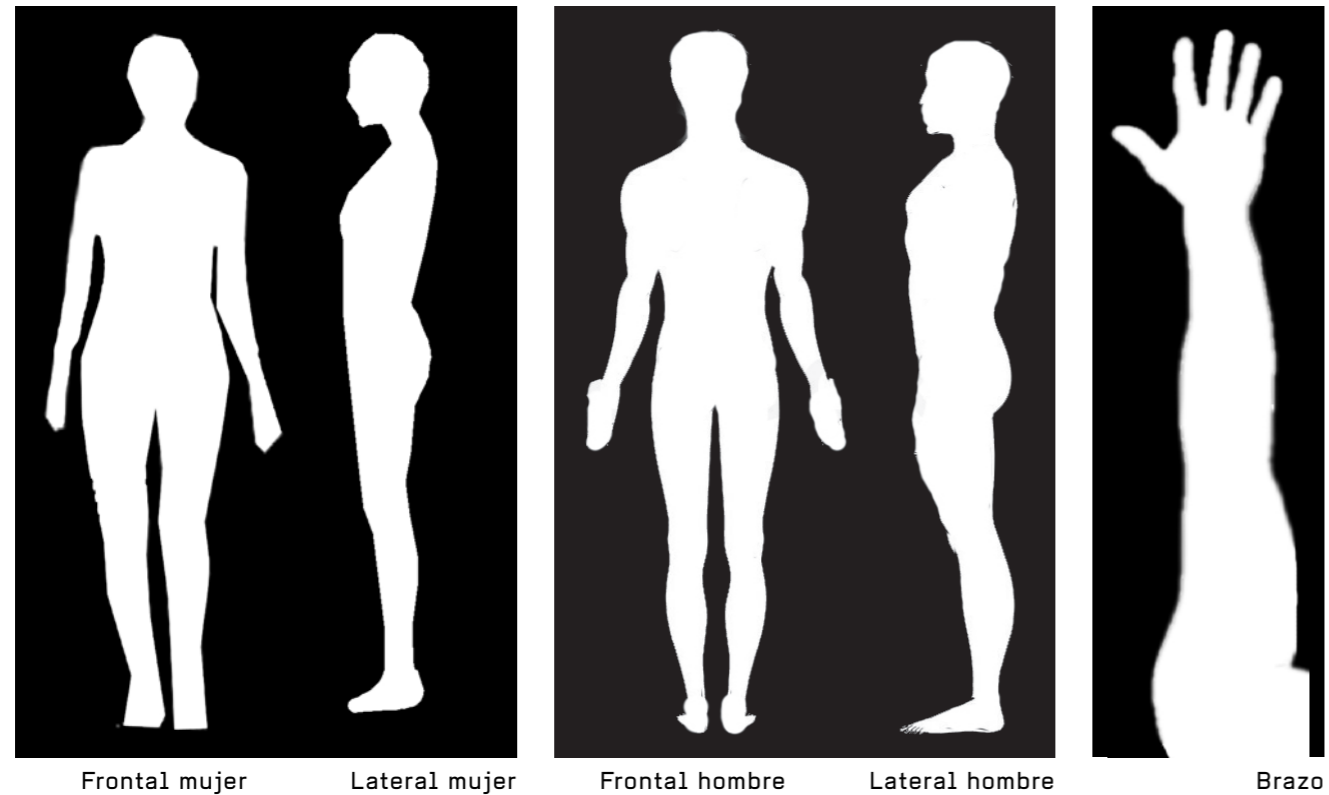
MAPPING CORPORAL. MÉTODO DE APLICACIÓN

Para aplicar el mapping previo a la plantilla tradicional, se deben seguir los siguientes sencillos pasos que permitirán al usuario adaptar a su gusto el tamaño y la morfología del tatuaje a su propio cuerpo.

De esta manera el resultado final difícilmente resultará negativo, ya que la visualización del tatuaje se habrá hecho previamente y se le habrá dado el visto bueno.

Para este recurso es necesario: un **proyector**, un **programa de mapping** (por ejemplo Resolume), la **ilustración** y las siguientes **plantillas corporales**.

Las plantillas corporales se utilizan como máscara para proyectar únicamente en el cuerpo, sin iluminar la pared posterior. No es necesario que encaje perfectamente en las zonas alejadas a la situación del tatuaje. Las máscaras se modifican y deforman con el método **Warping**, para la adaptación a cada tipo de persona. Por lo tanto, las máscaras son solo moldes adaptables.



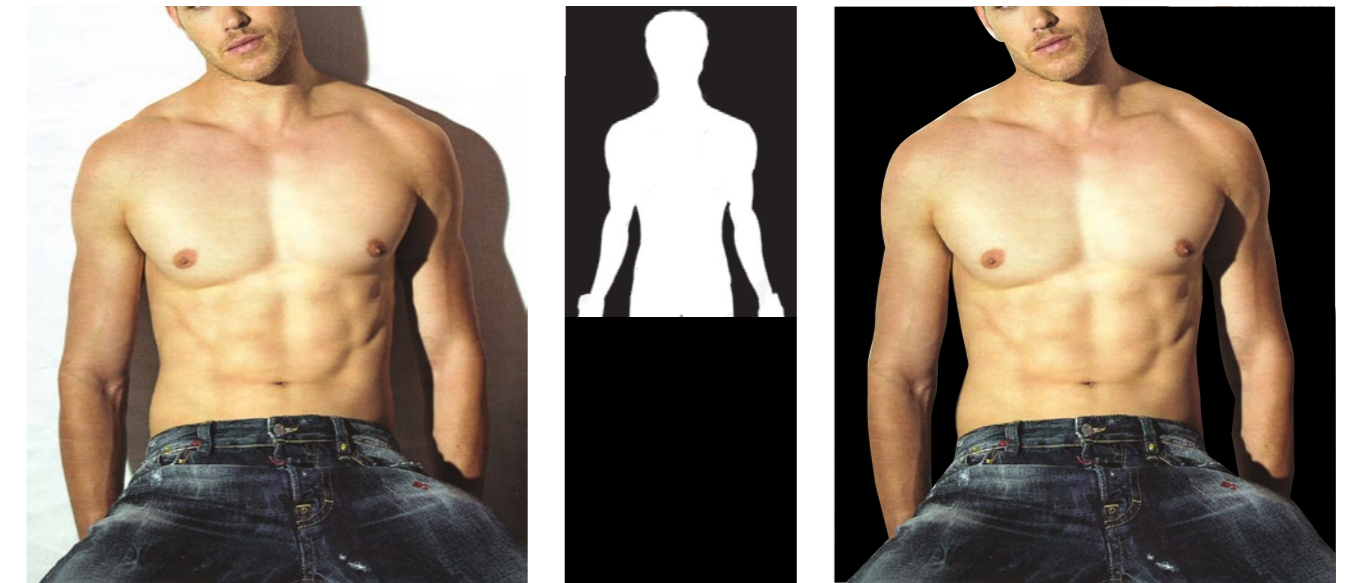
1. Realización de la ilustración y decisión de localización aproximada.



CALAVERA
en
PECHO



2. Encaje de la máscara (plantilla corporal)

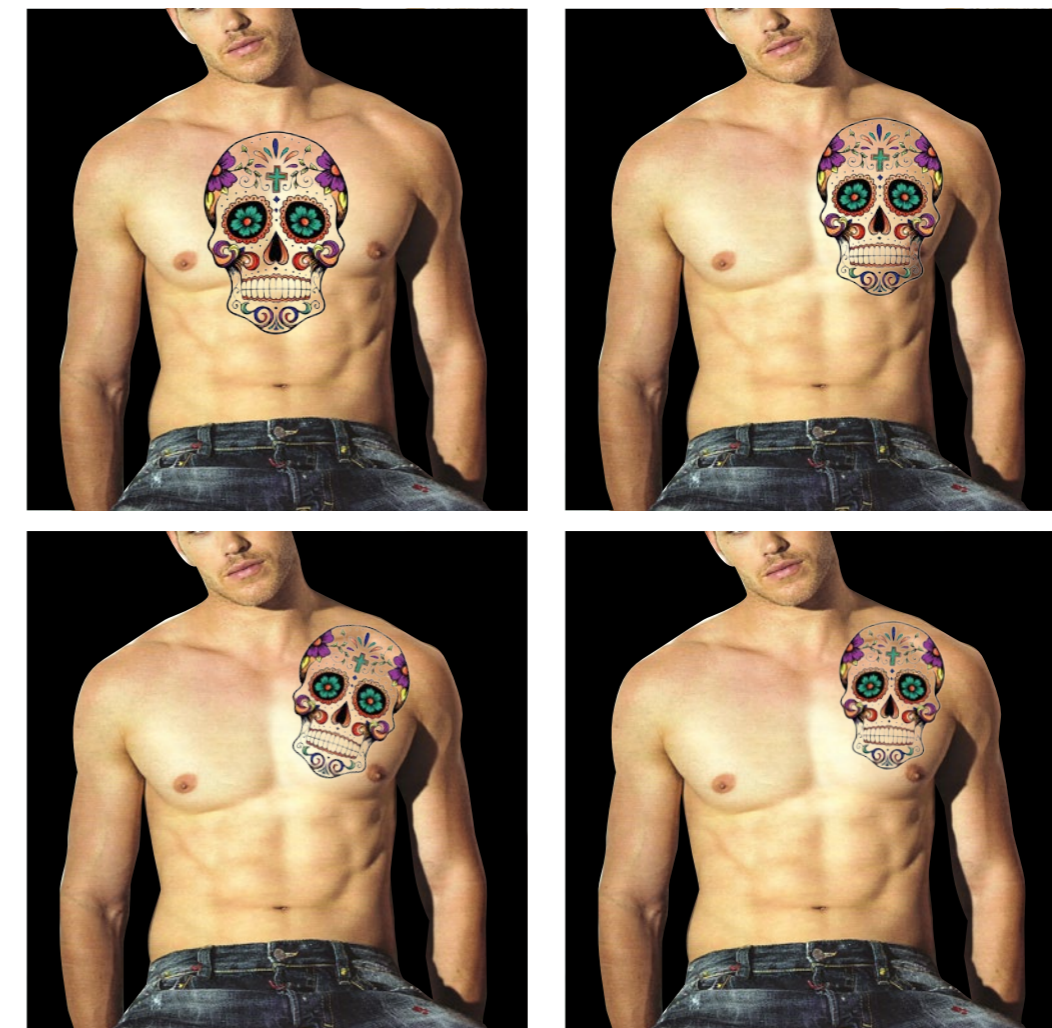


Se sienta al usuario en el taburete de la sala de mapping corporal.

Se utiliza el frontal de hombre cubriendo la parte inferior

Se le ajusta la plantilla a su cuerpo mediante el Warping.

3. Incorporación de la ilustración y ajustes.



3 REPRESENTACIONES EN EL ESPACIO:

En la PRIMERA VISITA se mantiene un primer contacto con el usuario y se pregunta por: una imagen o vídeo que le inspire y una gama cromática que le aporte algo o simplemente le guste.

Durante la SESIÓN OFICIAL:



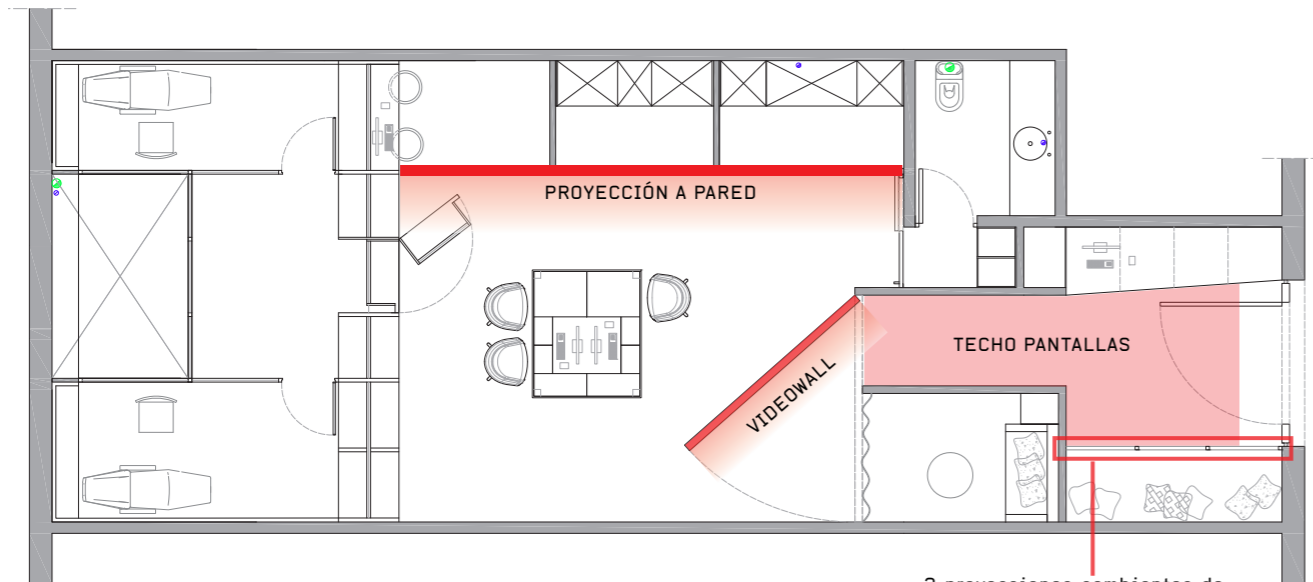
PROCESO PERSONAL. A medida que se trabaja en el dibujo/ilustración, se van haciendo capturas de este proceso. Automáticamente, estas capturas del ordenador y capturas mediante una WebCam, se suben a una carpeta en la que todas las imágenes se proyectan en esta pared. De esta manera mientras el tatuador dibuja, el usuario puede dar su opinión y guiar-lo a partir del propio camino recorrido.



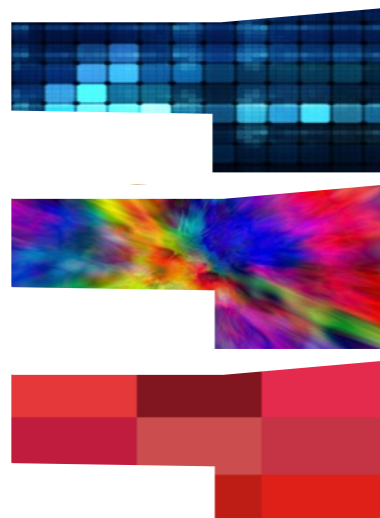
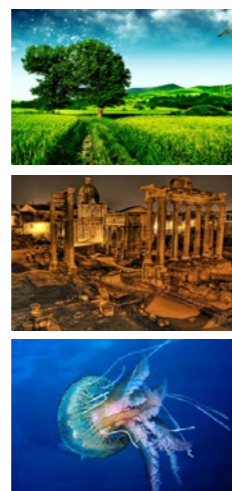
INSPIRACIÓN. Esta imagen o vídeo ha de guiar al usuario hacia la zona de dibujo, por tanto ha de significar algo personalmente. El usuario al entrar ve esta imagen al fondo de la primera zona y la descubre por completo al cruzar a través de ella.



GAMA CROMÁTICA. Las pantallas del techo, durante el recorrido, únicamente representan los colores que el usuario ha elegido, creando la atmósfera del primer ambiente. Los colores en movimiento se cambian con cada persona y cuando no hay ningún usuario se ponen imágenes estandarizadas.



3 proyecciones cambiantes de tatuajes realizados en el local



4.5 Objetivos experiencia

- Garantizar al usuario un trato personalizado a la hora de hacer-se un tatuaje y acompañar-lo no solo en su ejecución, también en su proceso creativo.
- Promover la relación entre profesionales del sector, incluyendo no solo tatuadores, sino ilustradores y todo tipo de artistas. De esta manera, se genera el tatuador multidisciplinar, que se en-

carga de temas más allá de la ejecución.

- Crear un local de tatuaje que mezcle la parte comercial con la parte artística y de performance, por tal de equiparar esta técnica con el arte.

- Mezclar la realidad con la fantasía. Para salir de lo establecido tenemos que imaginar una alternativa, fantasear. En este trabajo se intenta promover este concepto, ya que el tatuaje tiene gran parte de elementos fantásticos.

4.5.1 Experiencia individual

La experiencia del usuario ha de hacer-lo entrar en si mismo, sentirse único, por eso hay que reforzar la idea de que el recorrido esté enfocado solamente a una persona. Este individuo es el que se tatúa, nadie más puede influir en él, hay que proporcionarle intimidad del resto del mundo, sacar-lo del contexto social que lo envuelve y darle la posibilidad de sentir su verdadero yo, ese que se reflejará en sus tatuajes y que no siempre es el mismo que se refleja en el espejo.

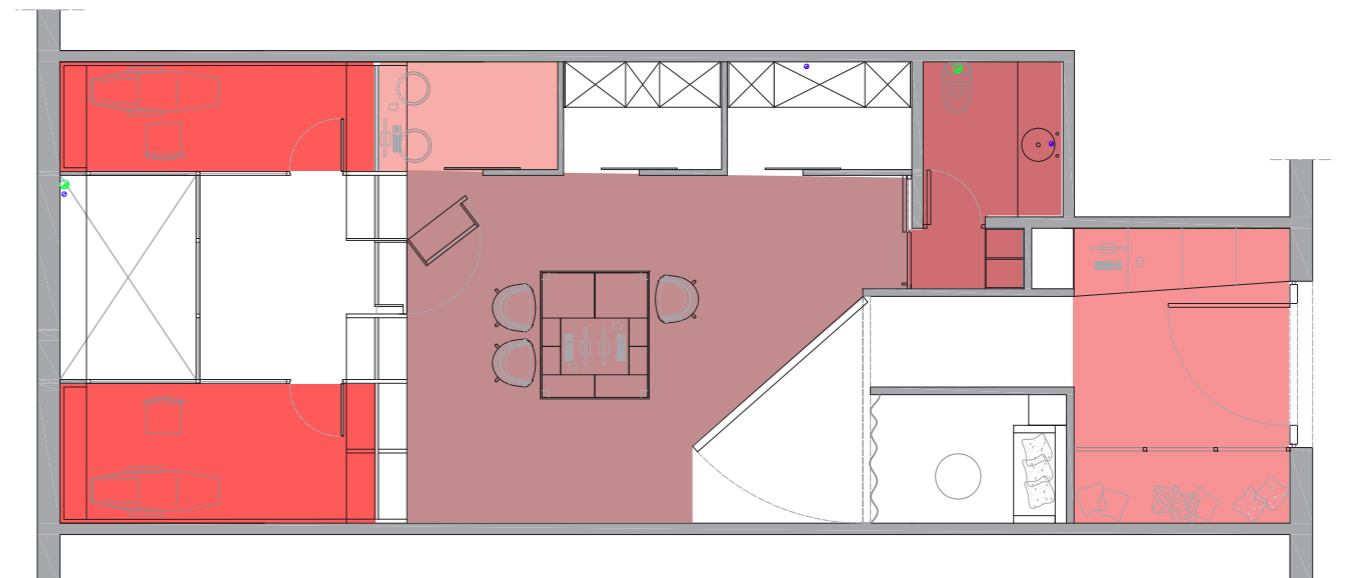
preta un papel, un rol y nunca se es al 100% honesto con su yo interior.

El tipo de relación que se tiene con el tatuador ha de ser próxima, pero a su vez profesional. El usuario se ha de sentir envuelto en su propia identidad, en su ambiente, y los trabajadores deben proporcionarle ayuda para representarlo en formato de dibujo en la piel. Como en un confesionario religioso, los secretos del usuario deben salir a la luz para llegar a un alto grado de inmersión propia, a sabiendas de que todo lo que diga quedará resguardado en ese espacio, del cual solamente saldrá al exterior el fruto de su experiencia (el tatuaje).

El individuo es el protagonista pero guiado por el tatuador, quien acompaña por el espacio para ir conociendo a la persona. El tú a tú tiene que surgir pero el espacio reforzará la relación.

No es posible por tanto la experiencia en grupo, en donde cada usuario inter-

Zonas en las que el cliente participa y hace uso:



4.5.2 Unión por afinidades

El hecho de exteriorizar en forma de tatuaje un mensaje concreto, da a entender que se quiere compartir éste con el resto de personas. Por lo tanto, existe un factor social, pero que no debe intervenir en el proceso puramente de creación del tatuaje.

Obviamente el público del tatuaje de alguien estará determinado por ese alguien que lo lleva, pero existe la situación en la que el tatuaje une a otros tatuados, que se establece una conversación y promueve la relación social. Hay veces en que, sin tener nada más en común que el hecho de estar tatuado, se puede generar una conversación de interés mutuo.

En estas conversaciones, es donde normalmente se explica el por qué del dibujo, la intención del mensaje, el estilo utilizado, el emplazamiento dónde se realizó, la parte del cuerpo elegida... Todos estos factores permiten intimar a dos personas que aparentemente no tenían nada de lo que hablar, pero que descubren personalidades y respuestas muy diferentes e individuales.

Aquí se encuentra la magia, la conexión entre personas a través de dibujos en su piel, y aquí es donde este proyecto incide e intenta cultivar todo este contexto en un espacio de relación entre tatuados, tatuadores y personas que tengan este arte en común. Donde se puedan compartir experiencias.

Esta relación se puede establecer ya desde un principio del proceso, seguramente durante la creación de el dibujos/ilustración, en la que se debe intimar y conocer-se mutuamente. Pero para fomentar la relación se establece un evento trimestral oficial entre éstos.

EVENTO TRIMESTRAL:

En este evento se pueden reunir cualquiera de los usuarios que han sido tatuados en el local, así como tatuadores, amigos, y cualquier persona que comparta interés hacia el tatuaje.

En el evento se realizarán las fotografías de los tatuajes de la gente, y se colgaran en Facebook, en la página oficial del local. Este servicio de fotografías profesional permite recoger los tatuajes y difundir-los (si el usuario lo permite).

El evento se basará en un *vermut* y conferencias/exposiciones en las pantallas de diferentes artistas del tatuaje. Cualquier persona, más o menos implicada en el mundo del tatuaje podrá disfrutar del evento y acercarse más a esta técnica.

AL ACABAR-SE, ES EL MOMENTO DE COMPARTIR-LO, PERO, ¿CON QUIÉN?

4.5.3 Auto-conocimiento. El mito de la caverna de Platón.

Este trabajo hace referencia a esta teoría de Platón y al camino del auto-conocimiento. Al fin y al cabo, se establece un paralelismo con el proceso de inmersión personal que se debe hacer antes de tatuarse para poder valorar y exaltar una marca (fruto del yo interior) que va a cambiar la piel del usuario y por tanto su aspecto físico para siempre. El camino ha de estar sutilmente representado, así como sus fases y períodos hasta llegar al tatuaje, el momento de marcar para siempre al ser humano y que por tanto nunca más volverá a ser el mismo.

Interior caverna:

Cautivos atados al nacer, campo de visión limitado. Luz providente de un fuego elevado y distante. Miran las sombras producidas por esta luz, son su única realidad, como una pantalla de sombras chinas. Condenados en tomar por verdaderas todas y cada una de las cosas falsas. Cómodos en su engaño.

1r nivel caverna:

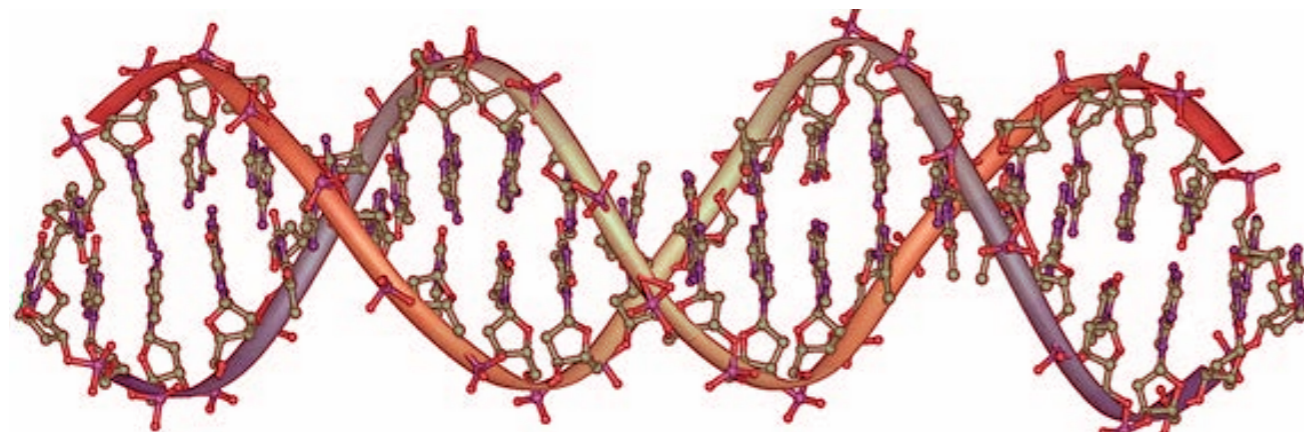
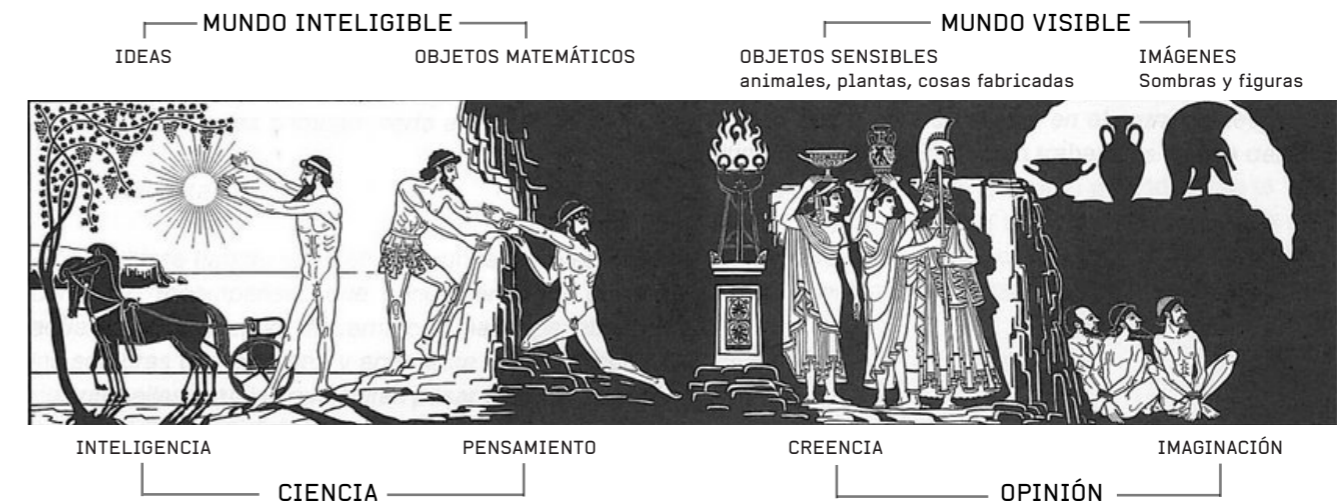
Buscan las sombras y las cosas reflejadas en el agua; más adelante y de manera gradual se acostumbran a mirar los objetos mismos. Siguen en su engaño pero empiezan el camino y han dado el primer paso hacia la verdad.

2o nivel caverna:

Levantán la vista hacia la luz de los astros y de la Luna, contemplan, de noche, las constelaciones y el firmamento, mucho más fácilmente que no, durante el día, el Sol y la luz del Sol. Empiezan a pensar por sí mismos y están a un paso de salir de la caverna para ver la realidad.

Exterior caverna:

Salen de la caverna y pueden mirar el Sol, no sólo su imagen reflejada, sino que son capaces de mirarlo tal como es en sí mismo y de contemplarlo allá donde verdaderamente está. Se encuentran en la verdadera realidad, contemplando la belleza en su totalidad.



Niveles conocimiento según Platón:

EIKASIA

El ser humano se rige por los sentidos
Solo admite las creencias universales
La percepción gobierna

PISTIS

Plantear el porque de las cosas
Es real lo que veo?

Se intenta razonar mezclando percepción y razón

EPISTEME

Se empieza a utilizar el intelecto
El pensamiento se rige por la razón
Existen las ideas propias

NOESI

Máxima verdad, la auténtica
Se utiliza el método de la Dialéctica (diálogo con el pensamiento) para “hablar” con uno mismo.

Todas estas fases han de realizarse con orden, una a una, para llegar al final. El proceso es lento y tortuoso, pero una vez se realiza la sensación de satisfacción personal predomina.

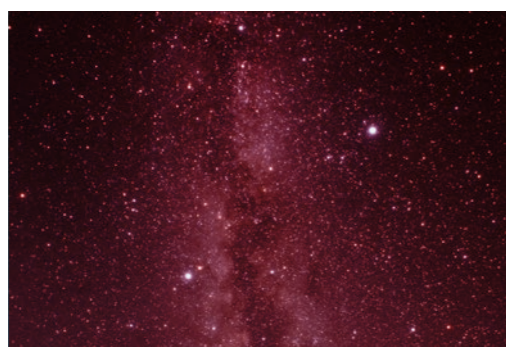
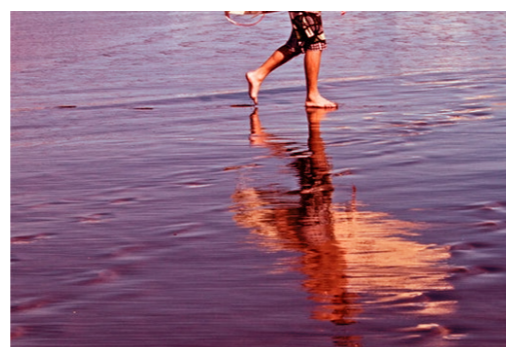
El camino del conocimiento lleva a la belleza, a la sabiduría absoluta, y el camino puede hacerse solo o guiado por alguien que ya haya conocido esa realidad. Extrapolando este concepto a la idea del proyecto en los locales de tatuaje, podemos considerar a este guía como el propio tatuador, que no solo acompaña en el proceso, sino que sin él no se llega al tatuaje. Por tanto su figura es imprescindible, pero no hemos de dejar que imponga al usuario por eso mismo, sino que en todo momento la relación sea igualitaria y su persona sea un apoyo en el cual confiar y estrechar lazos.

Actualmente, en la mayoría de locales se puede percibir la sensación de entrar a una “cueva”, un lugar diferente, replegado de objetos de los propios tatuadores que los protegen del exterior y que dotan de un poder intrínseco al espacio y a toda la experiencia en general.

No se pretende eliminar esta sensación de cueva, sino que a pesar de generar una experiencia única en ese espacio, permita todo un proceso que no se estanque en la primera apariencia y que genere ganas de volver a repetirla.

Generar una relación entre el recorrido de la experiencia y el recorrido personal que realiza cada usuario. Por tanto, parte del atractivo, es que el espacio cambie con la persona y genere un camino hacia el auto-conocimiento con algunos puntos personalizados para cada usuario, basado siempre en las fases de Platón.

Pese a que estas fases son muy concisas, ordenadas y en cierto modo autoritarias, en el proyecto se pretende dotar de libertad y espontaneidad para no dirigir de manera disciplinaria al usuario. Por tanto, no se crea un recorrido “laberíntico”, sino que se distinguen tres espacios o zonas con las características de cada fase sin caer en la recreación literal del mito.



IMÁGENES DE LA MAQUETA REALIZADA DEL MITO DE LA CAVERNA:



EIKASIA



PISTIS



EPISTEME



NOESI

El autoconocimiento es un proceso reflexivo (y su resultado) por el cual la persona adquiere noción de su yo y de sus propias cualidades y características. Como todo proceso, puede ser desglosado en diversas fases. No puede haber autoestima ni responsabilidad propia sin autoconocimiento, de ahí su importancia para el desarrollo personal.

EXPERIENCIA AUTO-AFIRMATIVA

El usuario vive esta experiencia y no debe sentir-se cliente. El hecho de sentirte cómodo y receptivo con una persona implica que ésta se ha desligado de la etiqueta de “trabajador”, “asalariado”, “dependiente” o incluso de “tatuador”, para pasar a ser una persona al mismo nivel que el usuario, un auxiliar en este proceso.

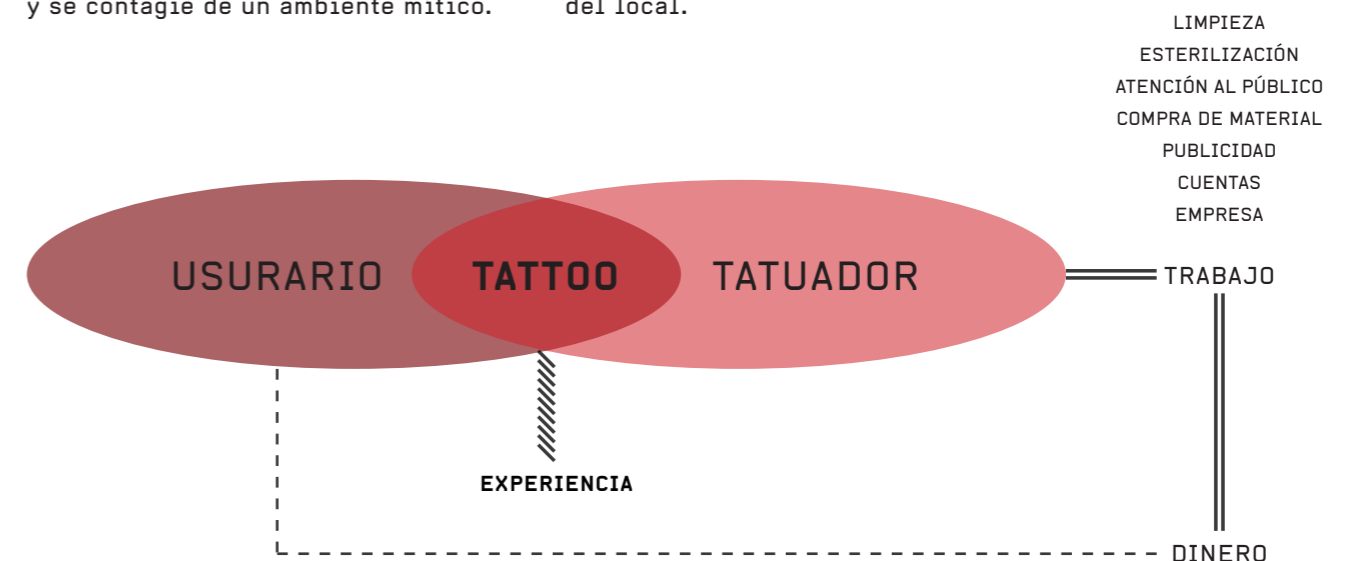
La experiencia debe enmascarar ese factor comercial. El usuario la vive, disfruta y recuerda, pero el factor económico y la idea de comercio no deben tomar importancia. Por tanto, el espacio no debe de dotar de ésta a los comentados pasos o conceptos, debe ocultar las zonas donde se realicen los aspectos puramente técnicos para que el usuario se centre únicamente en su experiencia y se contagie de un ambiente mítico.

LUGAR DE TRABAJO

Pese a toda esta experiencia del usuario, al fin y al cabo el tatuador se encuentra en su espacio de trabajo.

Sus obligaciones como trabajador le obligan a mantener un protocolo de saneamiento, que puede “esclavizar-lo” en cierta manera debido a la cantidad de tiempo que requiere, sobretudo la esterilización del material.

El tatuador no tatúa únicamente, en el local se realizan otras acciones imprescindibles para su buen funcionamiento. La limpieza, esterilización, atención al público, compra de material, acciones publicitarias, realización de flyers, cuentas, dedicación al funcionamiento como empresa... Son muchas las tareas que lleva a cabo el tatuador, debido a que son trabajadores y dueños a su vez del local.



4.5.4 Único e irrepetible.

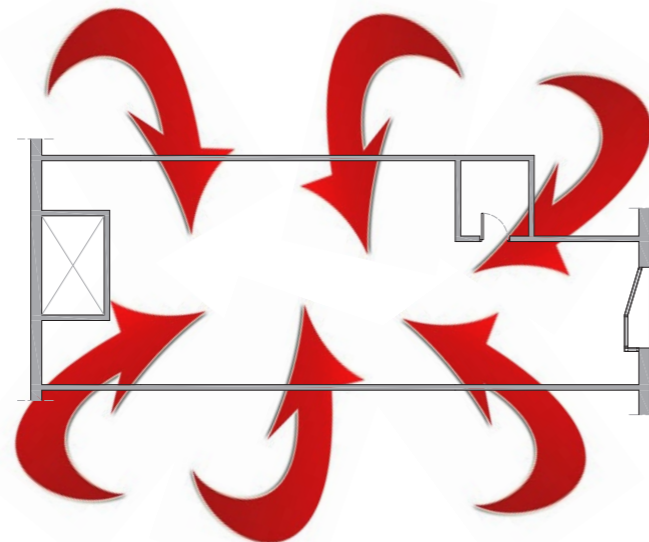
La experiencia y el espacio exaltan al usuario de manera que se valora su persona. Éste debe sentir-se especial, único, en su propio espacio personalizado que no podría ser completamente igual para el siguiente tatuado. El sentir-se a gusto es importante, a pesar de que el espacio sea oscuro y tosco, debe ser íntimo y personal. El entorno excepcional no se va a repetir, ni siquiera en su posible próxima visita. Vivir el momento porque no se

volverá a dar de la misma manera es uno de los incentivos del local. A pesar de proporcionar espacio para tatuar a dos personas, nunca se van a encontrar, las visitas han de estar planificadas y el usuario no ha de saber si hay o no otro usuario. De hecho, debe pensar que no existe esa posibilidad, ya que todo esta orientado a su persona. Ese día, a esa hora concreta, formará parte de su vida, como un suceso excepcional.

4.6 Estrategias de diseño espacial.

- El ambiente hace un guiño a los locales estudiados. No se olvidan estos orígenes, sino que se evoluciona a algo nuevo, más transgresor y personal.
- El espacio conlleva el nuevo ritual de tatuaje, de manera que fluye y no resulte extraño al usuario.
- Todos los requerimientos y imprescindibles de los locales de tatuaje están presentes, pero replanteados y estudiados.
- Se libera al espacio de estereotipos y convenciones, de manera que se replantee todo desde 0.
- Se tienen en cuenta los apartados analizados anteriormente, como la artesanía, la importancia del dibujo, el ego, la experiencia, la relación con el usuario...
- Rompe con la barrera psicológica que resulta para ciertos usuarios, de manera que se acoge a todo tipo de personas, pero concretamente a aquellos que valoran el tatuaje como se ha tratado.

- Huye de la idea de anticuario y parte de la practicidad y personalización cambiante.
- Equipara todo el proceso con la ejecución del tatuaje propiamente. El valor del proyecto es el conjunto global, no solo el resultado (tatuaje).
- Genera una experiencia "extrema"/ intensa pero que se basa en la seguridad e higiene necesarios.
- Remite a un mundo interior, a una cueva personal, que provoca exteriorizar o abrir a cada persona para finalmente enseñar a la sociedad su fruto (el tatuaje).



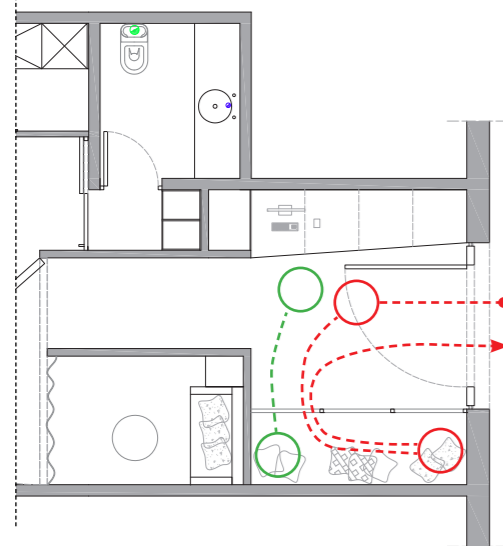
4.6.1 Nuevo ritual.

El nuevo ritual se apoya en el propio espacio, de manera que fluye y, con la ayuda del tatuador, no resulta extraño para el usuario, sino que el proceso es tan completo que el anterior puede resultar escueto e inmaduro. El nuevo ritual se basa en el usuario, en sus pasos a seguir para completar una experiencia que pretende no dejar cabos

suelos. La persona tatuada con este sistema ha madurado el tatuaje realizado, no solo como dibujo, sino como concepto e idea. Después de todo el proceso el tatuaje pasa a formar parte de la vida cotidiana.

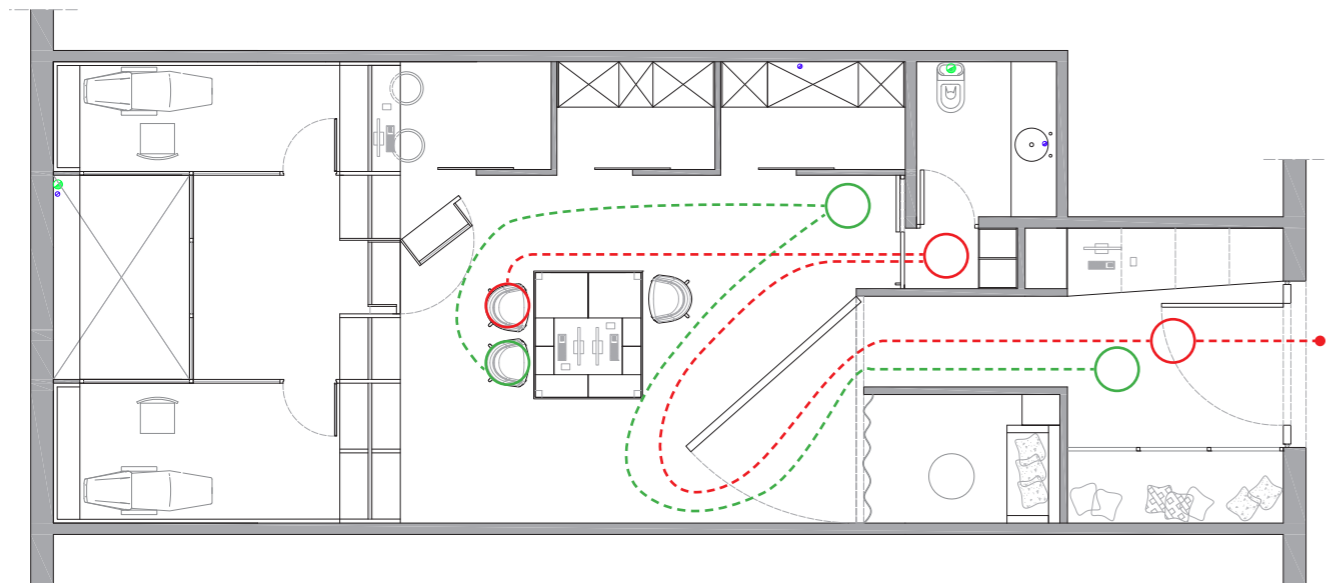
EN CASA	<ul style="list-style-type: none"> - Intención de tatuar-se Se despierta la necesidad de tatuarse a partir de un <i>input</i> que la activa. - Reflexión/Investigación Plantear, imaginar, copiar, pensar la zona a tatuar, buscar referentes...
EN EL ESTUDIO	<ul style="list-style-type: none"> - Consulta Se consulta el precio, el tiempo necesario, la dificultad, la personalización... - Inmersión con el tatuador - Ilustración Se realiza la ilustración, mezclando usuario y tatuador. - Proyección/mapping al cuerpo Se aplica la proyección ajustable para visionar el estado en el cuerpo. - Posible retroceso a la ilustración En caso de modificaciones se repiten los 2 pasos anteriores. - Incorporación al cuerpo Se aplica la plantilla para tener un patrón sobre el que tatuar.
	<p>- Tatuar</p> <p style="text-align: right;">Usuario: Dolor, superación y emoción</p> <p style="text-align: right;">Tatuador: Ejecución, higiene y cuidados</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Repetición de sesiones Si queda sin acabar, se realiza en otra sesión y se reprende el proceso. - Descubrimiento final Ver como queda en el cuerpo para siempre.
POSIBILIDAD DE VOLVER AL LOCAL	<ul style="list-style-type: none"> - Recuperación 15 días de curas con crema cicatrizante. - Servicio de fotografías posteriores y relación con otros tatuados y tatuadores

El nuevo ritual y el espacio creado se apoyan mutuamente, generando una estrecha relación. A continuación se describe el recorrido del usuario para llevar a cabo el proceso completo.

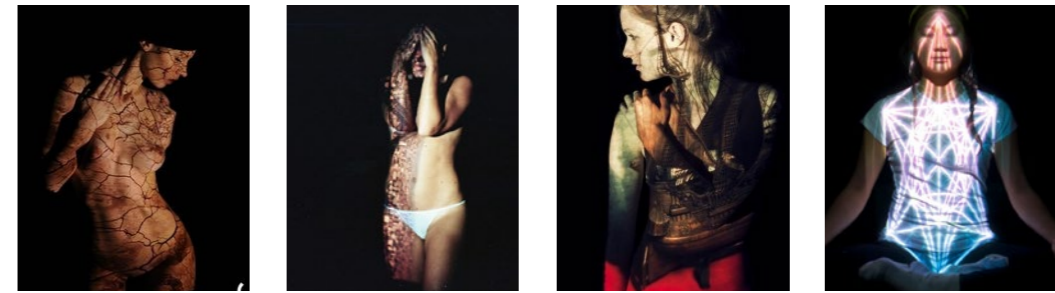
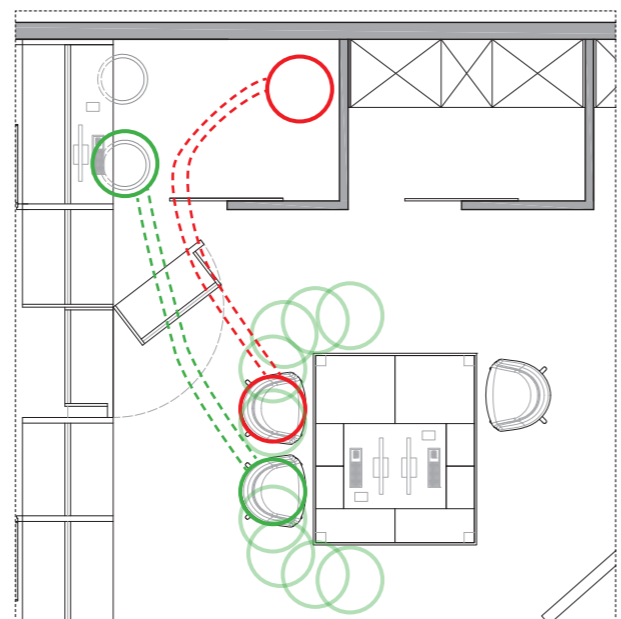


El proceso empieza en el exterior del local, sin embargo, una vez se tiene la idea del tatuaje, aunque sea vagamente, se visita el local para concertar cita, consultar precios, hablar del funcionamiento y pasos a seguir... el tatuador recibe al usuario y para hablar más cómodamente entran en el reservado donde la informalidad del espacio y la proximidad rompe las posibles barreras y permite al usuario y tatuador conversar en vista de la visita oficial. El usuario, por tanto, no pasa del primer espacio.

En la segunda visita, el usuario entra al espacio y es acompañado por el tatuador hasta la zona de dibujo. Ahí, se le guía hacia las taquillas para que deje sus pertenencias y se le muestra la localización del aseo.



Seguidamente, ambos se disponen a dibujar, diseñar, calcar, cortar, colorear, modificar la ilustración, etc en la mesa de trabajo central. Todos los recursos y material para esta fase del proceso se encuentran en esta mesa diseñada expresamente para el local y las necesidades del tatuador. El tatuador se va moviendo para cambiar de superficie sobre la que trabajar en cada momento. A su vez, ambos irán a la sala de mapping corporal en la que se proyectará la ilustración en la parte del cuerpo elegida y se elegirá tamaño y forma dependiendo de la morfología de cada persona. Una vez elegida la ilustración y su implantación en el cuerpo, se inserta la plantilla en el cuerpo para poder pasar a la zona de tatuaje.

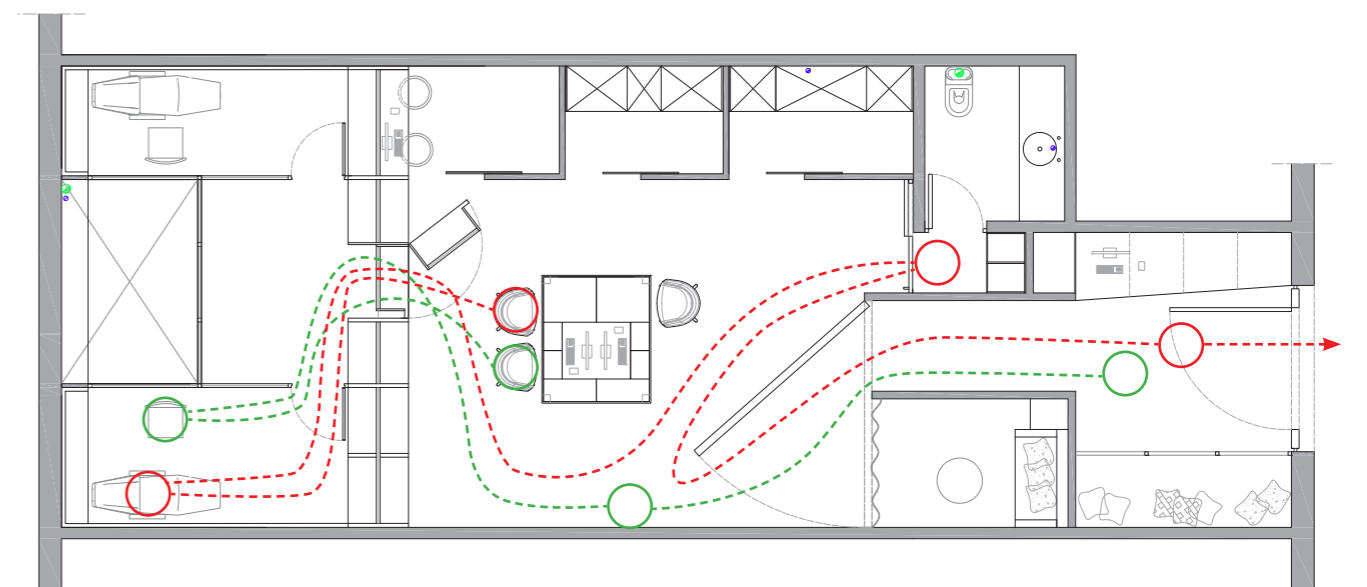


Artista Davis Ayer

Una vez definido el dibujo, se atraviesa el mueble/estantería que ha sido de ayuda para éste último paso, proporcionando referentes, información e estilos varios. Al cruzar se vislumbra claramente el patio, al cual se puede salir si el usuario se marea o sufre demasiado la sesión. Al llegar a la cabina de tatuaje, el usuario se acomoda en la camilla y se procede a la fase final.

En caso de no acabar el tatuaje en una única sesión, no será necesario repetir todos los pasos, se reprinde el proceso a partir de aquí.

Una vez finalizado el tatuaje, se incorpora el film transparente para protegerlo y se vuelve hacia la zona de dibujo, las taquillas y se sale del local, esta vez como una persona diferente a como entró. Durante el período de curas el usuario puede acercarse al local para ser revisado por el tatuador y una vez curado, puede ir a realizarse una fotografía profesional, a una hora y día concretos, donde se juntará con otros tatuados en el mismo espacio y podrá establecer vínculos y relaciones. Este evento acercará a tatuados y tatuadores y se realizará de forma trimestral.



4.6.2 Equiparar el dibujo y el tatuaje

El dibujo forma parte del proceso del tatuaje y de hecho, es tan importante como la realización en tinta. Sin un "buen" boceto, el tatuaje puede resultar indefinido, a alejar-se de la idea del cliente. Con un boceto definido, se puede plantear el tatuaje economizando tiempo, tinta y, al fin y al cabo, dinero y dolor.

El dibujo previo evita sorpresas en el resultado final. En la gran mayoría de casos se va modificando para que quede la idea concreta y al gusto del usuario.



Al dar-se por finalizado se rehace en el papel transfer y se calca en la piel. En el proyecto se da valor a este paso del proceso, esencial y a menudo menospreciado. Pese a que en algunos estudios los bocetos también se exponen, nunca llegan a ser protagonistas.

4.6.3 Recorrido de inmersión. Tortuosidad.

El recorrido que se genera en el local ha de ayudar al auto-conocimiento y la inmersión personal. Como en el mito de la caverna de Platón, el usuario pasa por un proceso, pero de naturalidad más libre y despreocupada. Cada fase del ritual es imprescindible, sin embargo, el usuario no debe sentir-se dirigido o encasillado, se debe proporcionar un ambiente y espacio independiente de cualquier otro usuario y de convenciones. El tatuador es el guía del proceso, y el espacio dota de esta libertad.

El punto final del recorrido son las cabinas de tatuajes, un punto de no-retorno. Mientras que su recorrido anterior es todo el proceso previo.

Debido a esta dificultad del proceso, la tortuosidad de la fase de inmersión en el yo, y la dificultad de mantener una relación íntima con el tatuador, el espacio debe proveerse de recursos para facilitar un proceso fluido.



5. Proyecto

5.1 PERSPECTIVAS

5.2 MEDICIONES

5.3 DOCUMENTACIÓN GRÁFICA

A continuación se presenta la propuesta como conclusión y formalización del conjunto teórico. Para la representación de la propuesta no se busca una apariencia realista o renderizada, sino que se recurre a un carácter más propio del tatuaje y de sus pasos previos como lo son el dibujo a ordenador.

Total: 92'61m² (4'86m² patio exterior + 87'75m² interior)
Estructura del edificio a partir de: 2 cerramientos a edificios vecinos de 15cm de grosor y 2 de fachada y muro trasero de 30cm de grosor.

5.1 Perspectivas



Perspectiva 1. Zona de recepción



Perspectiva 2. Zona de dibujo



CARÁCTER. Artificial. Cyberpunk. Ficticio. Industrial. Ilusorio. Engañoso. Sintético.

LUZ. Penumbra. Artificial: Pantallas, proyecciones, Led's.

PLATONISMO. Interior de la caverna. Sombras. Irreal. Desconocimiento. Pistis.

EGO. Representación. Imágenes generales.

CARÁCTER. Transición. Intermedio. Combinación. Aleación. Conjunto. Conexión. Vínculo.

LUZ. Progresivo. Natural+Artificial.

PLATONISMO. Interior de la caverna. Reflejo de la realidad. Episteme.

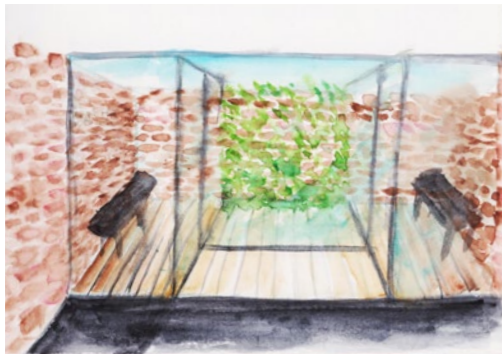
EGO. Personal. Único. Intransferible.



Perspectiva 3. Cabinas de tatuaje y patio exterior



Perspectiva 4. Filtro librería.



CARÁCTER. Sincero. Artesanal. Verdadero. Real. Puro. Fidedigno. Empírico

LUZ. Luminoso. Natural: Solar. Luminarias: Honestas.

PLATONISMO. Exterior de la caverna. Verdad. Realidad. Belleza. Sol. Noesi.

EGO. Íntimo. De tú a tú. Tatuador-Usuario.

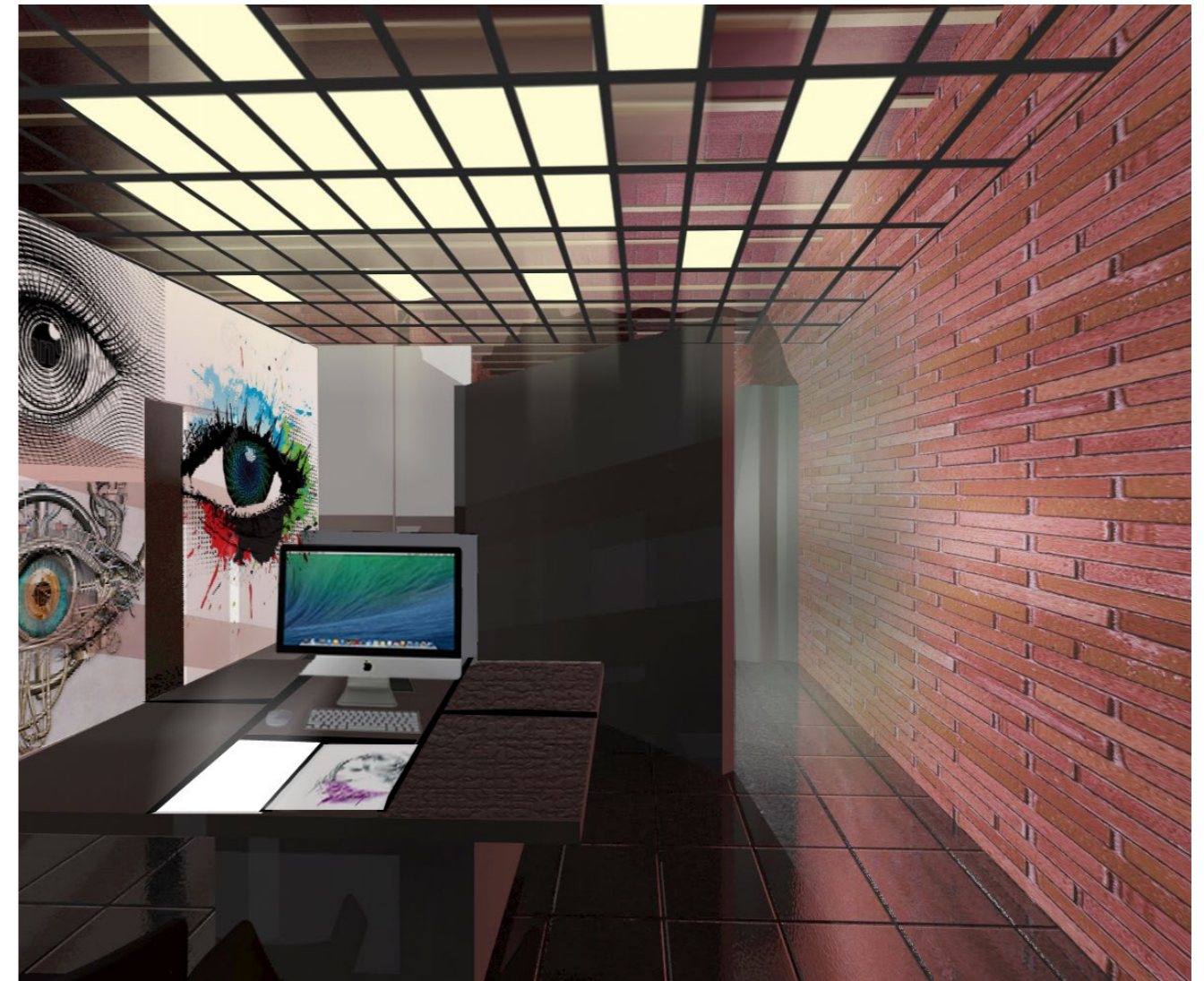
La mesa central, dividida en todas sus superficies para diferentes usos, queda más iluminada por la iluminación del techo, que se agrupa en ese punto del espacio.

Las puertas de la zona de servicios, del mismo color blanco para ser también proyectadas, quedan ligeramente hundidas para poder visualizarlas a pesar de tener las proyecciones del muro en general. Las proyecciones quedan interrumpidas miniamente por esta hendidura, mientras que a visión general no interfieren en la imagen.



Perspectiva 5. Librería con puerta oculta. Vista desde la zona de tatuaje.

La cantidad de libros y material dispuesto en la librería genera más o menos opacidad y regula el paso de la luz natural al interior. La puerta queda integrada y en la zona de dibujo no se distingue diferencia respecto al conjunto. Desde la zona de tatuaje, sin embargo, se aprecia el rebaje respecto la línea de la librería general y por tanto se distingue claramente la salida. El tirador es simplemente una ranura de la cual estirar, y desde el interior únicamente basta con empujar para abrirla.



Perspectiva 6. Zona de dibujo, vista desde la librería.

La pared de tocho visto y las vueltas catalanas del techo, generan esa parte veraz y honesta del espacio, enfrentados con la pared de proyecciones del proceso y el pavimento brillante, que dotan de una apariencia más sintética y artificial. La estructura del techo permite la visión del techo pero a su vez genera un cerramiento visual a menor altura utilizando la iluminación. La zona de los usuarios, queda oculta por una corredera blanca, que pasa desapercibida al fondo de ésta imagen.

5.2 Mediciones

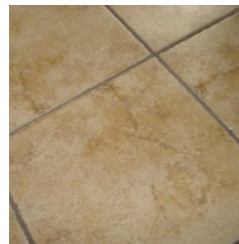
Derribos.

Derribo de tabiquería existente. Se elimina todo el contenido del local, incorporado por el actual propietario de manera que únicamente queden las 4 paredes continentales y estructurales originales.

115m²

Derribo del falso techo de cartón yeso actual para desmascarar las vueltas catalanas originales.

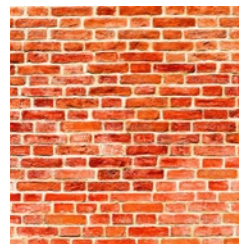
87'75m²



Extracción del pavimento cerámico actual de gres. Color beige con aguas y juntas oscurecidas.
DIMENSIONES: 60x60x2cm
Acabado satinado.

87'75m²

Rehabilitación.



Eliminación de revestimientos existentes a base de yeso en muro de obra vista original para dejar la superficie vista. Una vez eliminado el revestimiento general, se deberá sanear profundamente el paramento para eliminar los pequeños restos del acabado antiguo.

36'4m²



Tabiquería de cartón yeso generando los cerramientos de:
- la zona de servicios. 28'46m²
- el espacio de tatuadores. 8'73m²
- el pasillo hacia la sala de dibujo. 6'73m²
Se incorporan 3 puertas corredizas de DM.

43'92m²



Zócalo de listones de DM lacado en negro con altura de 8cm y grosor de 8mm.
Ubicaciones:
- en todo el perímetro del primer espacio. 14m
- zona de aseo. 7'94m
- interior estancias de servicios. 10'52m

32'46m

Mixtos.



Pavimento de gres cerámico rectificado para las dos primeras salas. Tipo Porcelanosa. Sobre base de mortero autonivelante.

DIMENSIONES: 60x60x2cm.

Color negro, con juntas de 3mm.

Acabado brillante, para reflejar las luces y colores de las proyecciones.

62'48m²



SLIMconcrete, Hormigón de altas prestaciones (UHPC) para revestimientos en suelos, paredes y bancos.

Reforzado con fibras. 2 cm de grosor.

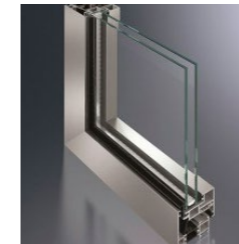
Acabado mate con tacto pulido.

Color: blanco

23'47m² suelo
22'34m² revestir
6'32m² bancos

52'13m² total

Vidrios.



Doble acristalamiento CLIMALIT PLUS con un vidrio de última generación de aislamiento térmico reforzado (PLANITHERM o PLANISTAR ONE) y un vidrio de seguridad STADIP SILENCE con PVB acústico, separados por una cámara de aire, instalado en su marco de ventana de aluminio lacado.

Grosor vidrio: 6-6-4mm

6 fijos
3 abatibles

54'80m²

Pinturas.

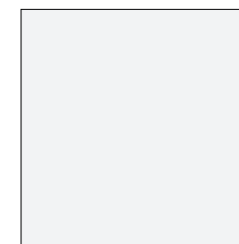


Pintura plástica mate en paredes.

Color negro NSC: S 9000-N

El color y el acabado escogidos tienen como objetivo absorber la luz de los proyectores y pantallas.

40'47m²



Pintura plástica mate en paredes para marcar zonas de proyección.

Color blanco NCS: S 0500-N

73'5m²

Metales.

Falso techo formado a base de perfiles IPN de aluminio tipo CELSA atornillados entre si, formando una cuadrícula abierta de 39x39cm. Según plano adjunto.

Genera la estructura vista, que en la primera zona incorpora pantallas de vídeo y en la segunda las luces a medida. La altura del techo cambia en las dos zonas y su agarre se realiza a las paredes, no al techo original ya que está protegido.

200m techo dibujo
40m techo entrada
240m total



Estanterías de picking industriales y modulares tipo Mecalex Esmena. Mueble separador que incorpora la parte "cultural" del local. Incluye una puerta abatible, como acceso a la zona de tatuaje. Utiliza el aluminio anodizado.

DIMENSIONES: 6'1x2'57x0'8m

Ver plano detalle.

1 Unidad



Mueble de DM lacado en negro mate ubicado en la entrada. Incorpora dos focos leds en la parte superior y 4 armarios en la parte inferior.

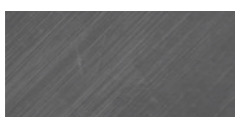
Grosor: 2cm

DIMENSIONES: 2'86x0'9x2'5m

1 Unidad

Puertas.**Puerta de entrada**

Puerta metálica a base de aluminio anodizado de 3mm de grosor para acceso al local. Ver plano detalle.



Chapa de aluminio de 3mm anodizada, de la marca Alumafel. DIMENSIONES: 250cm x 300cm x 0'3cm

Colocación: forrado puerta de entrada. Ver plano detalle.

2 Unidades



Bisagras tipo AC ZINCADA 50-100 MM. Bisagra de Leroy Merlin. Fabricada en hierro cincado. De grandes dimensiones y material rudo, metálico. Colocación vista.

4 Unidades



Tirador de aluminio mate sencillo.

2 Unidades

Puertas corredizas a las estancias de servicios

Puertas corredizas de DM de 2cm a las tres estancias de servicios con guía vista de aluminio encastrada en la parte superior.

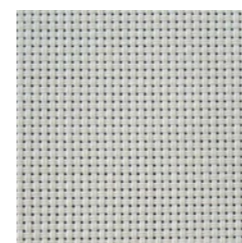
3 Unidades

**Puerta corrediza a la zona de taquillas**

Puerta corrediza de DM lacado en blanco de 2cm.

La guía de aluminio se suela directamente a la estructura del techo. Se genera una parte fija donde se oculta la móvil.

1 Unidad

Mobiliario móvil.

Cortinas tipo roller a base de tela Screen 5/ Flex Color. Color blanco.

Incorporadas en la primera zona para retroproyectarlas y separar la zona de espera de manera unicamente visual.

DIMENSIONES: 2'5X0'9m

6'67m²



Taburete LC8 Outdoor, Cassina.

2 situados en la sala de mapping sobre piel. Altura: 50 cm Diámetro 47 cm. Taburete giratorio de acero inoxidable AISI 304 pulido. Estructura interna de asiento y respaldo: acero pre- tratado en un baño de galvanoplastia.

2 Unidades



Camilla y taburete de cuero y PVC.

DIMENSIONES CAMILLA:

Brazo a brazo: 20" (interior) 28'5" (exterior)

DIMENSIONES TABURETE HIDRÁULICO:

Asiento: 12'5" diámetro, 3" espesor. Base: 22" diámetro.

Ajuste de altura: 18" - 23'5"

2 Conjuntos



Asientos sacos Magnum de Softline, en la zona de espera.

2 Color rojo

Año de lanzamiento 2005

ID Architonic 1230435

2 Unidades



Mesa Dual Occasional me6367, de Lievore Altherr Molina, Andreu World.
 forma redonda. material de sobre: lacado, brillo negro 380.
 material: aluminio pulido.
 Altura: 50cm largo: 45cm ancho: 45cm.

1 Unidad



Silla Ronda S00465, de Lievore Altherr Molina, Andreu World.
 Sillón de carcasa tapizada negra y base central giratoria de aluminio de 4 aspas con sistema de retorno y acabado aluminio pulido. Alto 75.5cm Ancho 61cm

3 Unidades

Sanitarios.



Inodoro America de porcelana con salida dual, de Roca.
 DIMENSIONES:
 Longitud: 405 mm
 Anchura: 705 mm
 Altura: 775 mm
 Localización: lavabo

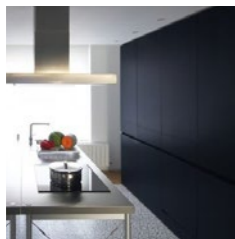
1 Unidad



Grand Berna, Lavabo de porcelana de bajo encimera, Roca.
 Longitud: 620 mm Anchura: 390 mm Altura: 215 mm
 Localización: zona de desinfección y almacén.
 Encimera de silestone, color: 806 Blanco brillo. + Mueble de formica, color: F2253 Diamond Black.
 Localización: zona desinfección

2 Unidades

1 Unidad



Módulos pared funcional Bulthaup B3.
 Laminado color Grafito, laca mate.
 Encimera del lavamanos en acero inoxidable.
 Localización: zona de desinfección y almacén.

2 Conjuntos



Debba Espejo Roca.
 DIMENSIONES:
 Longitud: 1000 mm
 Anchura: 19 mm
 Altura: 700 mm.
 Localización: lavabo

1 Unidad

Iluminación.



TIRA de LEDS:
 Ubicaciones:
 - En el marco de la puerta de entrada. 18'8m
 - En el perfil interior del patio. 2'7m
 - Encima del lavamanos de la zona de desinfección. 1'2m
 - Oculta en el zócalo en el espacio de entrada para el primer contacto. 2'85

32'1 m



Foco empotrado a la estructura del techo
 Potencia: 40w
 ·Voltaje: ac100-240v
 ·Ángulo de haz: 120 ° ·Color luz: Blanco 6000k
 ·Dimensiones: 39'3x39'3x12cm
 Sistema anti-deslumbramiento. iluminación vertical y horizontal. Cumplen la normativa europea de sustancias contaminantes RoHS. Vida útil: 35.000h.

31 Unidades



Aplique Manhattan T5, de Joan Gaspar, 2005. Apliques geométricos, racionales y sin ornamentos. Incluyen una película de policarbonato serigrafiado para aportar calidad a la fuente lumínica que es la fluorescencia T5. Permite la instalación tanto en vertical como en horizontal. Disponible en varios tamaños.

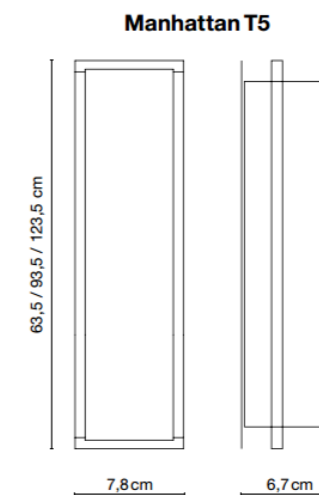
11 Unidades

Estructura ● Cromo **Difusor** ○ Blanco

Manhattan T5 63,5
 ━━━━━━━━━━━ T5 24W

Manhattan T5 93,5
 ━━━━━━━━━━━ T5 39W

Manhattan T5 123,5
 ━━━━━━━━━━━ T5 54W



Instalaciones.**Agua sanitarios:**

La instalación de los sanitarios se hace pasar del lavabo al patio exterior donde se encuentra el bajante, añadiendo tuberías a partir de la instalación actual.

Agua fría y caliente:

El agua del lavabo y la sala de desinfección dispone de ambas temperaturas mediante un pequeño calentador. No es necesaria una caldera de gran abastecimiento.

Electricidad:

El sistema eléctrico se replantea desde el principio, situando el cuadro de luces en el espacio reservado en la entrada, empotrado junto al mueble. La instalación hacia la mesa central queda vista, proviniendo del falso techo.

**Climatización:**

Climatización a base de suelo radiante en ciertos puntos del pavimento.

Tecnologías especiales y proveedores.

Pantallas de vídeo wall Samsung.
DIMENSIONES: 39'39x39'39x8'15cm.

El gran muro formado por pantallas retransmite 2 tipos de imágenes: completas (formando una gran pantalla) e independientes (retransmitiendo una imagen en cada pantalla o cada X agrupaciones).

42 U. Video Wall
48 U. techo

90 Unidades



Impresora láser Canon i-SENSYS MF3010.

DIMENSIONES: 27,6 x 37,2 x 25,4 cm.

Impresora multifunción láser (B/N 18 PPM, USB 2.0, escáner)

Color: negro mate

Capacidad de memoria RAM: 64 MB

1 Unidad



Monitor interactivo Cintiq Companion Hybrid, de WACOM.

DIMENSIONES: 375 x 248 x 16 mm

Tamaño Pantalla: 13,3 pulgadas

Resolución: Full HD 1920 X 1080

Peso: 1.7 - 1.8 kg

Colores: 16,7 millones. Relación de aspecto: 16:9

2 Unidades



Mesa de luz creada con una placa de leds bajo un metacrilato translúcido blanco.

DIMENSIONES: 375 x 248 x 16 mm

2 Unidades



iMac de 21,5 pulgadas

2,7 GHz Procesador

1 TB Almacenamiento

Core i5 de Intel de cuatro núcleos a 2,7 GHz

Turbo Boost de hasta 3,2 GHz

8 GB de memoria (2 x 4 GB)

3 Unidades



Proyector ED HITACHI EDA110. 1

Proyector de corta distancia para situar:

1 en la estancia donde se realiza el mapping corporal

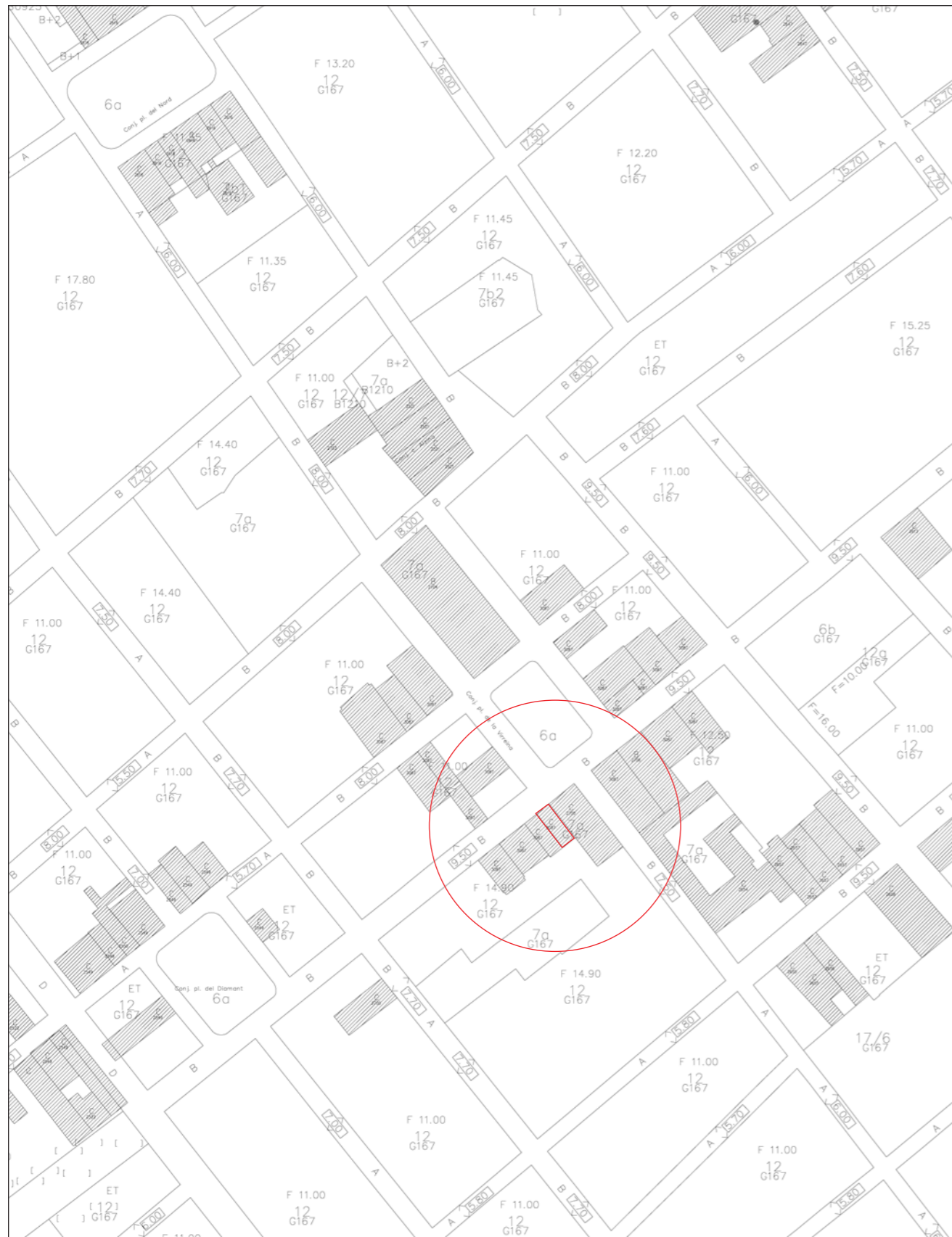
3 en el reservado de la entrada proyectando sobre las telas

4 Unidades

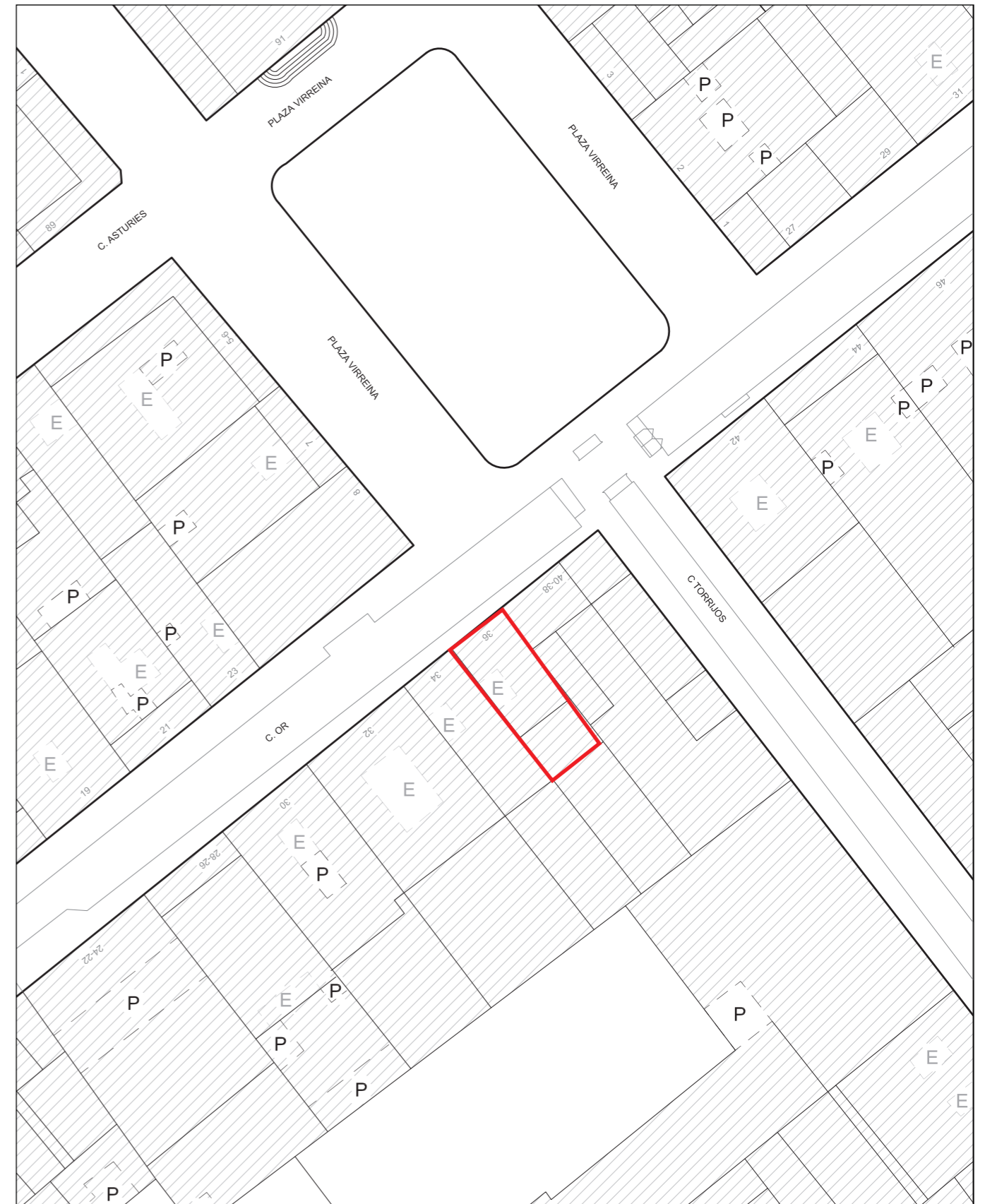
6. Conclusiones

La experiencia global de este trabajo ha sido muy positiva y ha permitido diseñar a partir de un punto de vista más informal y liberado de los estilos elegantes y lujosos que se suelen proponer hoy en día. El atrevimiento a crear un espacio de tatuaje, pese a todas sus connotaciones negativas han resultado ser favorables y ha permitido desatar de convenciones y dejar volar la imaginación.

Pese a que la propuesta finalmente ha quedado en cierto modo inacabada y carece de detalles constructivos para poder llegar a la construcción física del local, se considera un punto sobre el cual definir posteriormente ciertos aspectos ya propios del diseño de interiores. Pese a esto, la base teórica se encuentra finalizada y simplemente, como vía de continuación, quedaría generar más espacios diferentes a partir de éstas bases.



PLANO DE SITUACIÓN
E: 1/2000



PLANO EMPLAZAMIENTO
E: 1/500

EL LOCAL SE ENCUENTRA EN EL BARRIO DE GRACIA EN UN PEQUEÑO BLOQUE DE LA PLAZA VIRREINA. LA GRAN MAYORÍA DE EDIFICIOS DE ESTA ZONA, DEL NÚCLEO DEL BARRIO DE GRACIA, SE ENCUENTRAN HISTÓRICAMENTE PROTEGIDOS EN MAYOR O MENOR MEDIDA. LOS EDIFICIOS RALLADOS EN GRIS DISPONEN DE UN GRADO DE PROTECCIÓN MAYOR, POR LO QUE ÉSTE LOCAL SE INCLUYE EN ESTE CONJUNTO.

C/ DE L'OR 36 ES UN PEQUEÑO EDIFICIO ALARGADO CON UNA SITUACIÓN FAVORABLE AL ESTAR ORIENTADO A LA PLAZA VIRREINA, EMBLEMÁTICA EN EL BARRIO Y DE RIQUEZA HISTÓRICA. PESE A QUE LA CALLE DE L'OR ES DE ESCASA AMPLITUD, JUSTO DELANTE DEL LOCAL SE SITÚA UN PÁRQUING DE MOTOS Y ACABA DESEMBOCANDO EN LA GRAN PLAZA.

LA CALLE TORRIJOS SE CONSIDERA SEMI-PEATONAL Y GRANDES AFLUENTES DE GENTE SUBEN A TRAVÉS DE ELLA HACIA LA VIRREINA. LA ESTRATEGIA PROPAGANDÍSTICA DEL LOCAL, POR TANTO, SE CENTRA EN LLAMAR LA ATENCIÓN DES DE LA PLAZA, DE UNA MANERA SUTIL Y POCO AGRESIVA CON EL ENTORNO, AUNQUE DE GRAN VISIBILIDAD.

C/ DE L'OR 36, BARCELONA	PLANOS DE SITUACIÓN		
	TRABAJO FINAL DE GRADO		
	ANDREA GIRÓS GALINO	1/2000 1/1000	18 JUNIO 2015
	PÁG. 82	ESCOLA EINA	andrea.giros@gmail.com



ENTRADA AL LOCAL C/OR 36



MUEBLES ESTADO ACTUAL



SALA ESPERA ESTADO ACTUAL



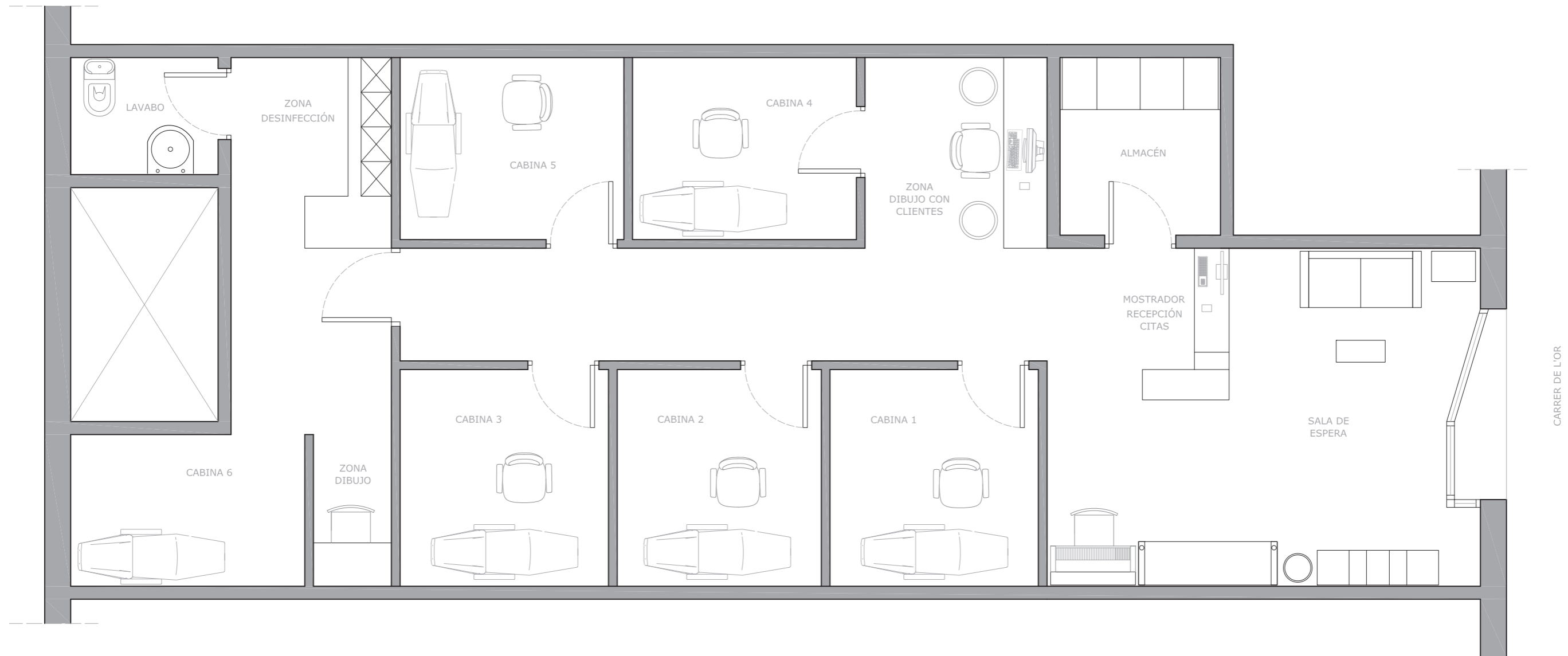
PASILLO ESTADO ACTUAL



CABINA ESTADO ACTUAL



SOFÁ DE ESPERA ESTADO ACTUAL

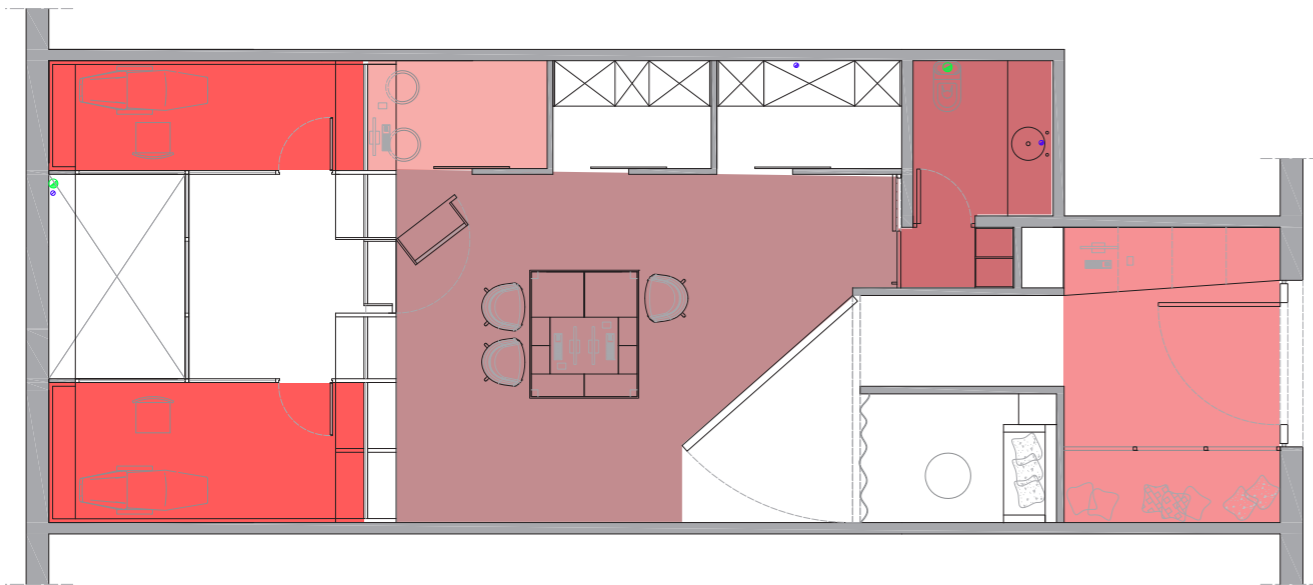


ACTUALMENTE, EL LOCAL SE BASA EN UNA DISTRIBUCIÓN PURAMENTE FUNCIONAL Y BASADA EN APROVECHAR EL MÁXIMO ESPACIO PARA DISPONER DE GRAN CANTIDAD DE CABINAS PARA DIFERENTES TATUADORES. EL HECHO DE TATUAR 6 PERSONAS A LA VEZ GENERA UN AMBIENTE GENERAL DE CAOS Y OPUESTO COMPLETAMENTE A LA INTIMIDAD PERSONAL DE ESTE PROCESO.

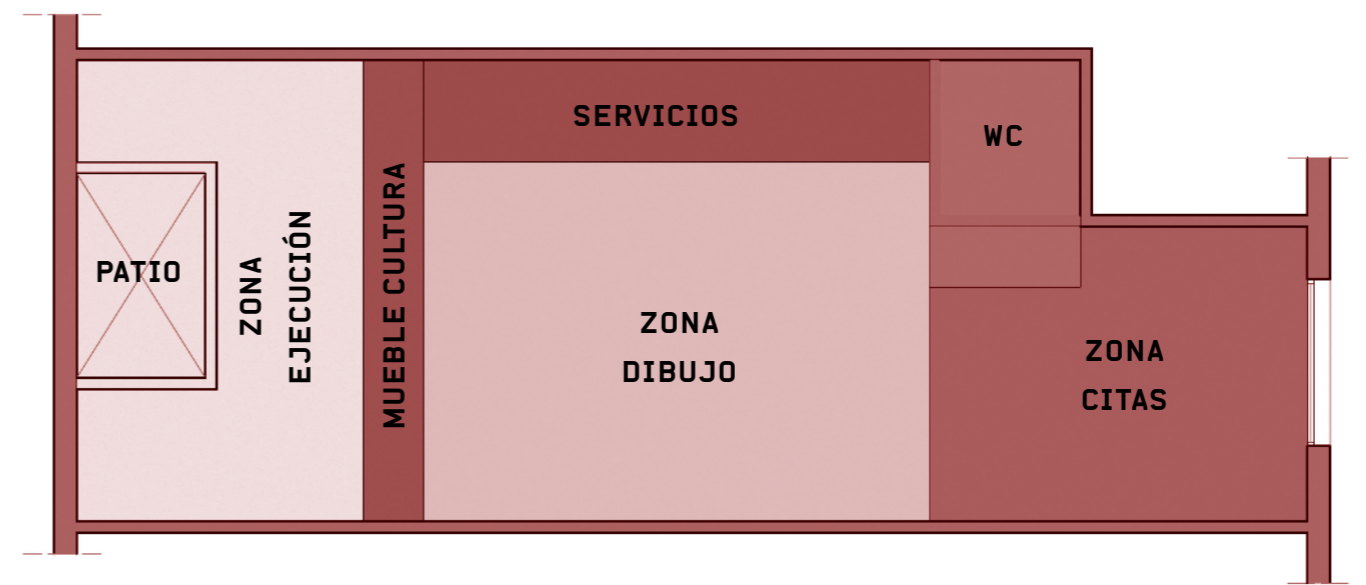
A PESAR DE QUE EL LOCAL SE ENCUENTRA EN PLENO PROCESO DE REFORMAS, NO SE PRETENDE DISMINUIR EL NÚMERO DE BOXES, SINO ADECUARLAS A LA NORMATIVA. LA SALA DE ESPERA, GENEROSA EN DIMENSIONES, QUEDA DESPROPORCIONADA ENFRENTA A ESPACIOS COMO LA ZONA DE DIBUJO, DE ESCASO ESPACIO PARA DIBUJAR. LA FUNCIÓN Y LOS ESTEREOTIPOS PREDOMINAN EN ESTE ESPACIO

C/ DE L'OR 36, BARCELONA	PLANTA ESTADO ACTUAL		
	TRABAJO FINAL DE GRADO		
	ANDREA GIRÓS GALINO	1/50	18 JUNIO 2015
		PÁG. 83	ESCOLA EINA

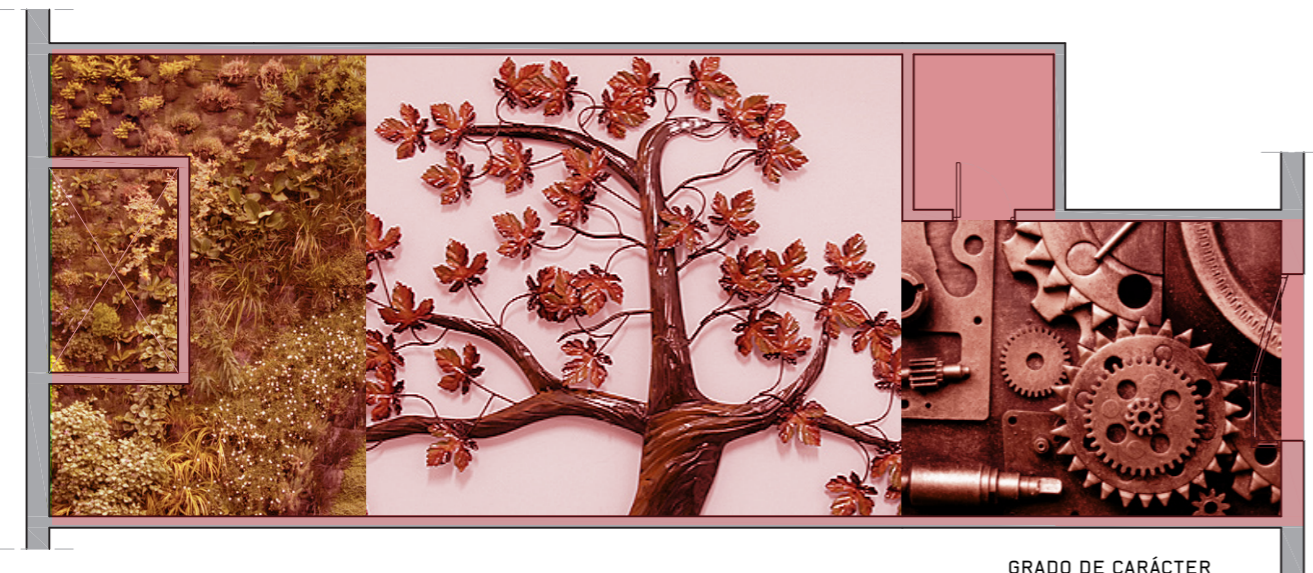
andrea.giros@gmail.com



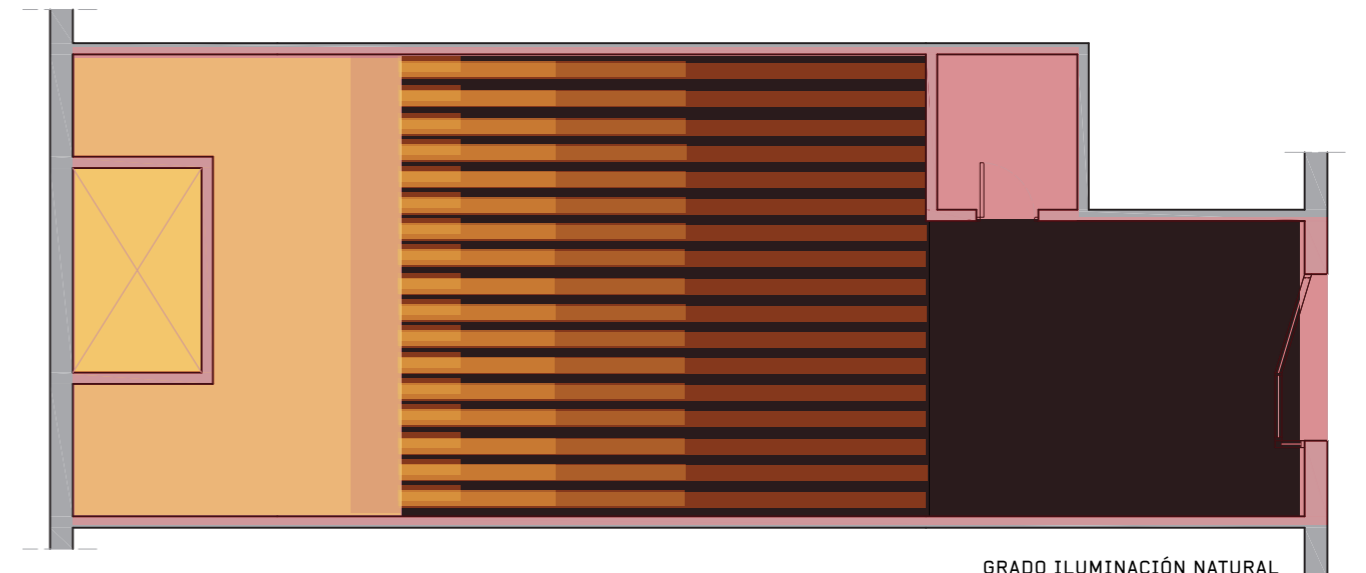
ESTANCIAS DEL USUARIO



ZONAS



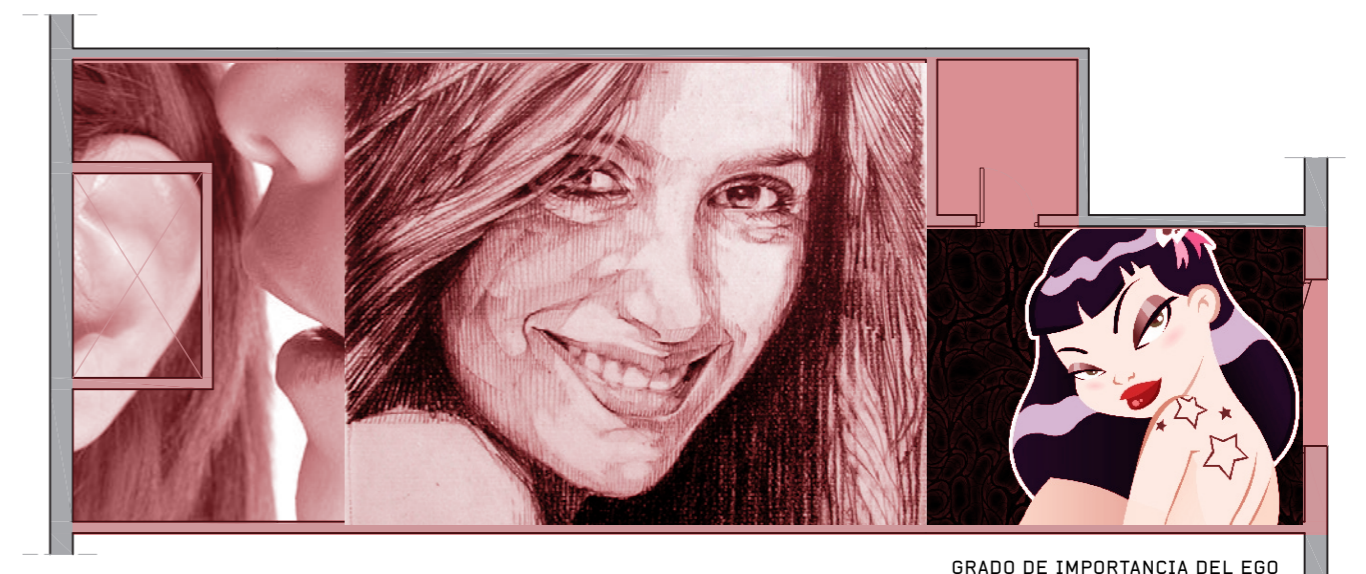
GRADO DE CARÁCTER



GRADO ILUMINACIÓN NATURAL



GRADO DE INMERSIÓN PLATÓNICA



GRADO DE IMPORTANCIA DEL EGO



CAMILLA Y TABURETE.
HECHOS CON CUERO Y PVC

DIMENSIONES:
LONGITUD: 67.5
BRAZO A BRAZO: 20 "(EL INTERIOR)
BRAZO A BRAZO: 28.5 "(FUERA)



TABURETE HIDRÁULICO
ASIENTO: 12.5 "DE DIÁMETRO
COJÍN: 3 "DE ESPESOR
AJUSTE DE LA ALTURA: 18 "-23,5"
BASE: 22 "DE DIÁMETRO



ASIENTOS SACOS DE COLORES EN LA
ZONA DE ESPERA.
2 COLOR ROJO



SILLA RONDA S00465, DE LIEVORE
ALTHERR MOLINA, ANDREU WORLD.
SILLÓN DE CARCASA TAPIZADA NEGRA Y
BASE CENTRAL GIRATORIA DE ALUMINIO
DE 4 ASPAS CON SISTEMA DE RETORNO
Y ACABADO ALUMINIO PULIDO. ALTO
75.5CM ANCHO 61CM



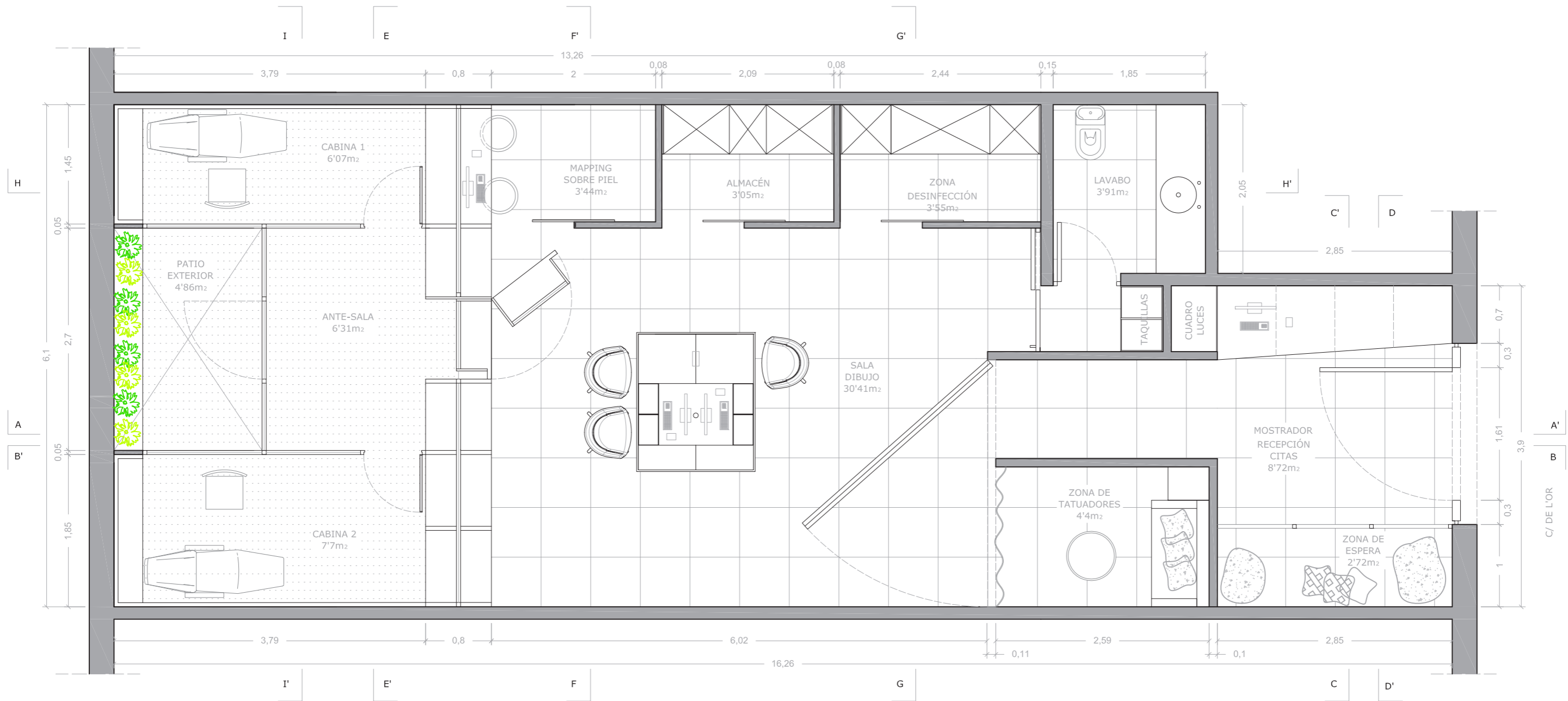
PROYECTOR ED HITACHI EDA110. 1
PROYECTOR DE CORTA DISTANCIA PARA
SITUAR EN LA ESTANCIA DONDE SE
REALIZA EL MAPPING CORPORAL Y 3 EN
EL RESERVADO DE LA ENTRADA PRO-
YECTANDO SOBRE LAS TELAS .



MESA DUAL OCCASIONAL ME6367, DE
LIEVORE ALTHERR MOLINA, ANDREU
WORLD.
FORMA REDONDA. MATERIAL DE SOBRE:
LACADO, BRILLO NEGRO 380. MATERIAL:
ALUMINIO PULIDO.
ALTURA: 50CM LARGO: 45CM ANCHO:
45CM.



TABURETE LC8 OUTDOOR, CASSINA.
2 SITUADOS EN LA SALA DE MAPPING
SOBRE PIEL. ALTURA: 50 CM
DIÁMETRO 47 CM. TABURETE GIRATORIO
DE ACERO INOXIDABLE AISI 304 PULI-
DO. ESTRUCTURA INTERNA DE SIEN-
TO Y RESPALDO: ACERO PRE- TRATADO EN
UN BAÑO DE GALVANOPLASTIA.

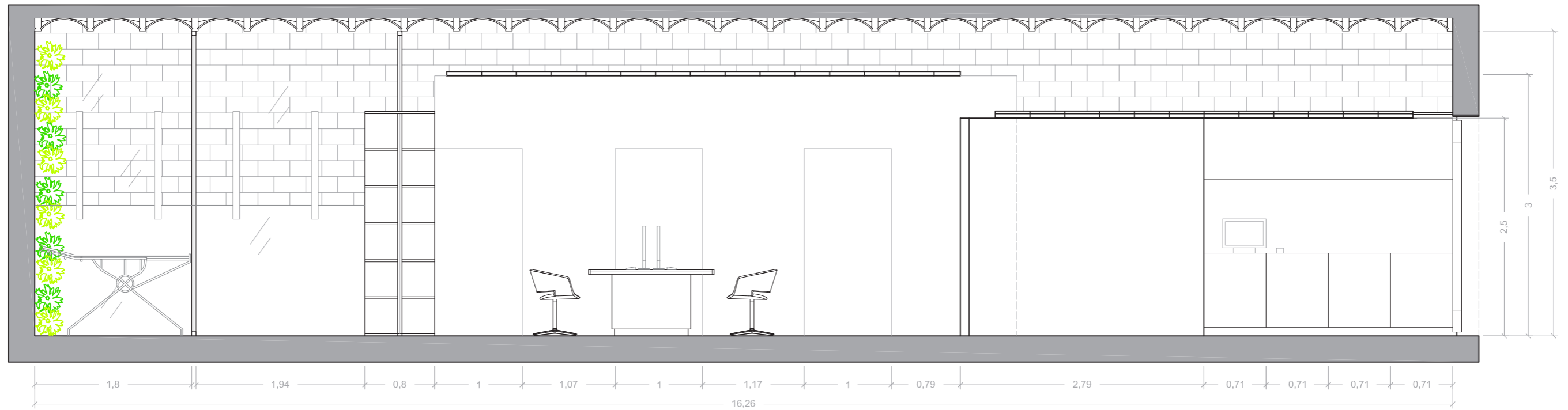


LA ENTRADA AL LOCAL SE ESTRECHA EN FORMA DE CONO HASTA CHOCAR CONTRA UN VIDEO WALL INCLINADO QUE OBLIGA A DIRIGIR EL PASO HACIA EL MURO DE OBRA VISTA. POR TANTO, A LA ZONA DE DIBUJO SE ACCEDI LATERALMENTE Y DE FORMA PROGRESIVA MEDIANTE EL PEQUEÑO PASILLO, SIN LA BRUSQUEDAD DE UNA PUERTA NORMAL.

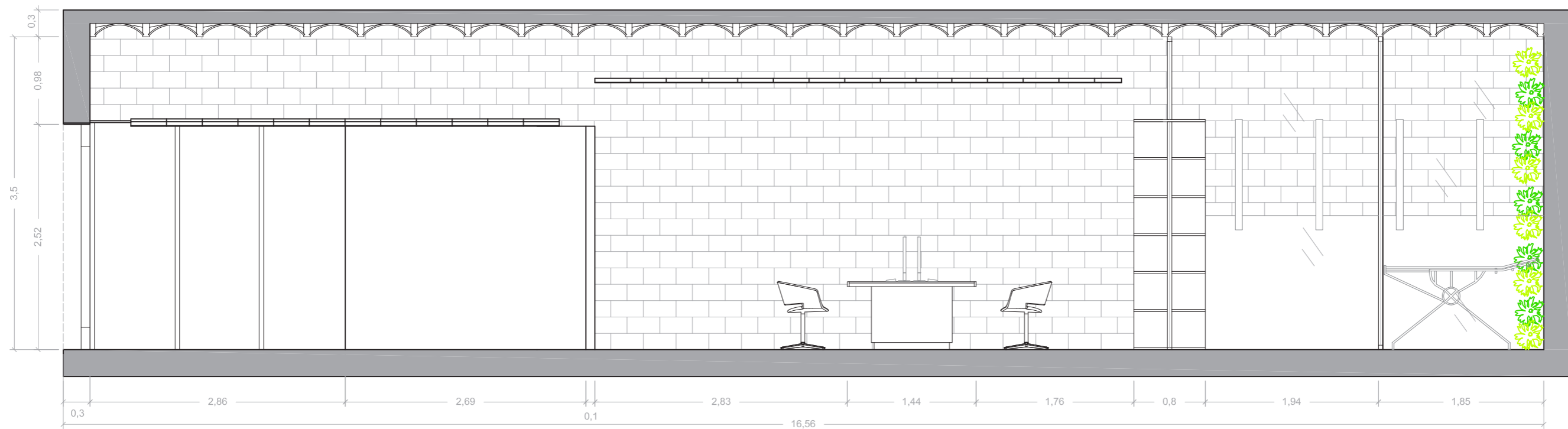
UNA VEZ EN EL ÁREA DE DIBUJO EL USUARIO DISPONE DE UNA ZONA DE LAVABOS Y TAQUILLAS PARA SU COMODIDAD. LOS SERVICIOS SE ENCUENTRAN AGRUPADOS EN UN LATERAL, DE MANERA QUE EN SUS PAREDES SE PROYECTAN IMÁGENES. PARA EL PASO A LA ZONA DE TATUAJE SE DEBE CRUZAR A TRÁVÉS DEL MUEBLE "DE LA CULTURA".

C/ DE L'OR 36, BARCELONA	PLANTA PROPUESTA	
	TRABAJO FINAL DE GRADO	
ANDREA GIRÓS GALINO	1/50	18 JUNIO 2015
	PÁG. 85	ESCOLA EINA

andrea.giros@gmail.com

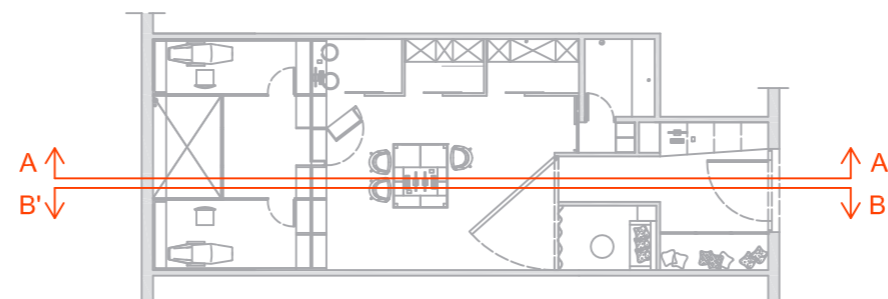


SECCIÓN LONGITUDINAL A-A'



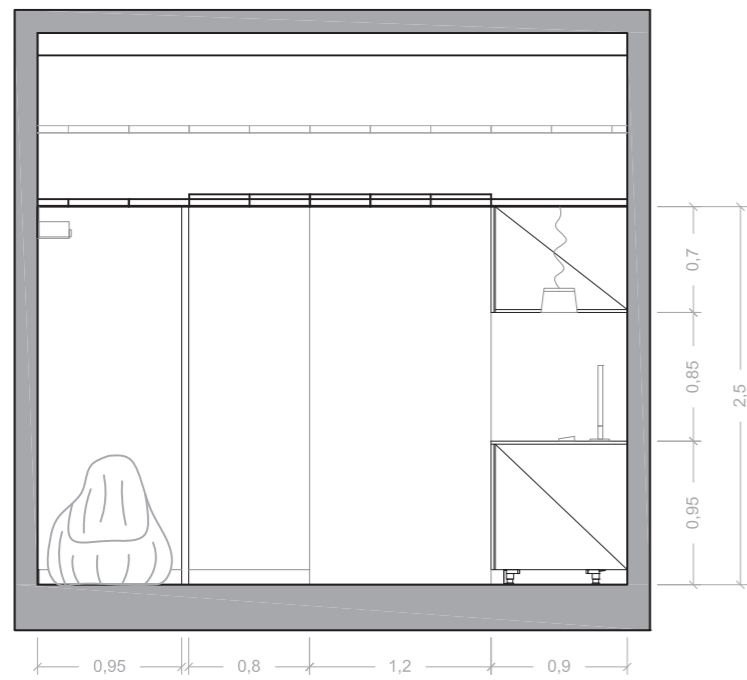
SECCIÓN LONGITUDINAL B-B'

LAS TRES ZONAS Y SUS FILTROS SON LA CLAVE DE PROYECTO. TODO EL PROYECTO SE VA ABIRIENDO HACIA EL TATUAJE Y FINALIZA EN UN MURO VEGETAL EXTERIOR EN EL PATIO DE LUZ NATURAL. EL PROCESO, DEBIDO A LAS DIMENSIONES DEL LOCAL, NO ES EXCESIVAMENTE LARGO PERO SI QUE MARCA LAS FASES Y TODOS LOS PASOS.

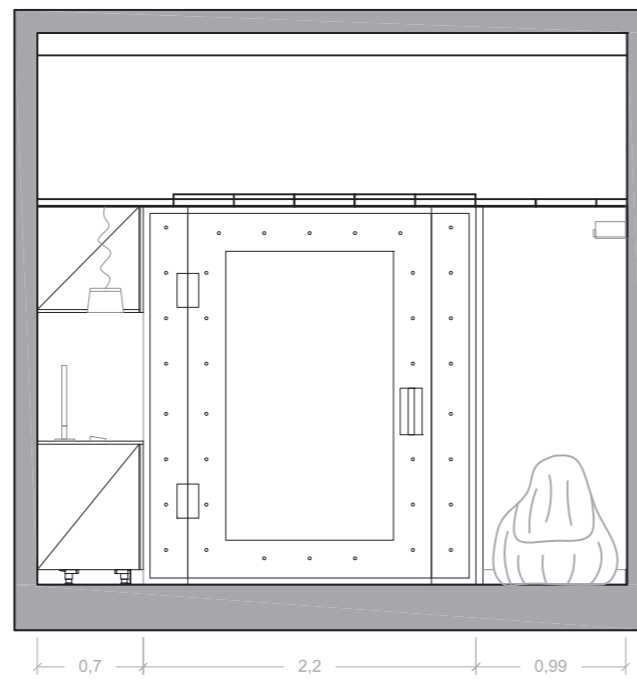


C/ DE L'OR 36, BARCELONA	SECCIÓN A-A' Y B-B'		
	TRABAJO FINAL DE GRADO		
	ANDREA GIRÓS GALINO	1/50	18 JUNIO 2015
		PÁG. 86	ESCOLA EINA

andrea.giros@gmail.com



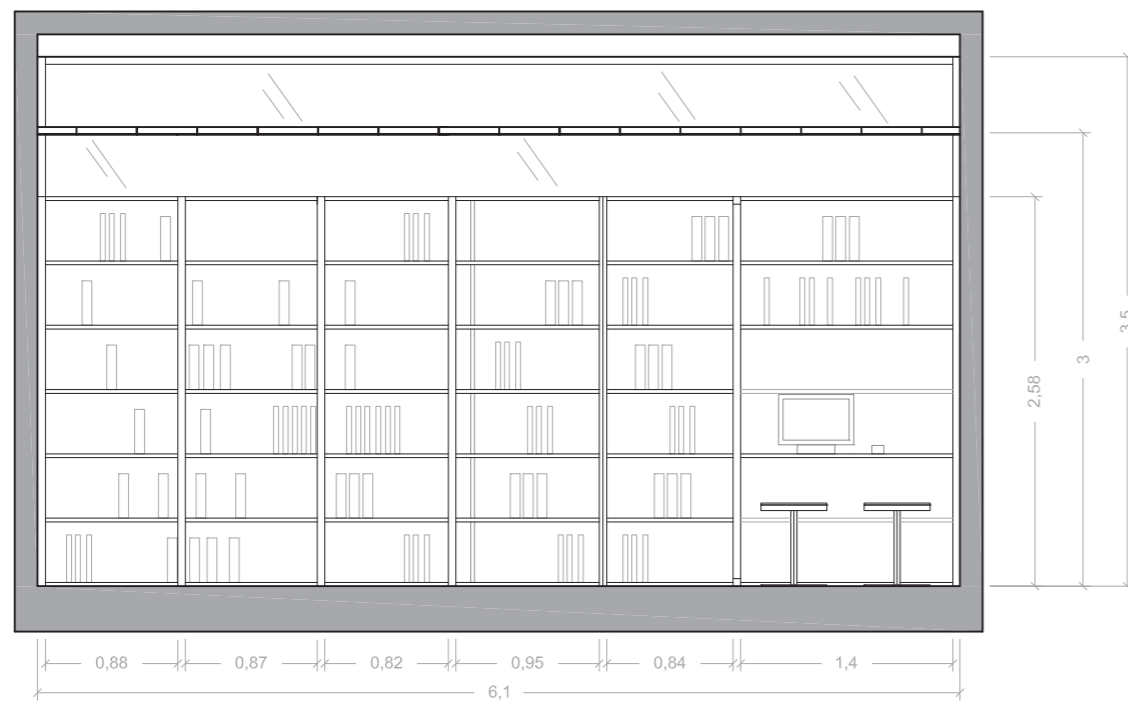
SECCIÓN TRANSVERSAL C-C'



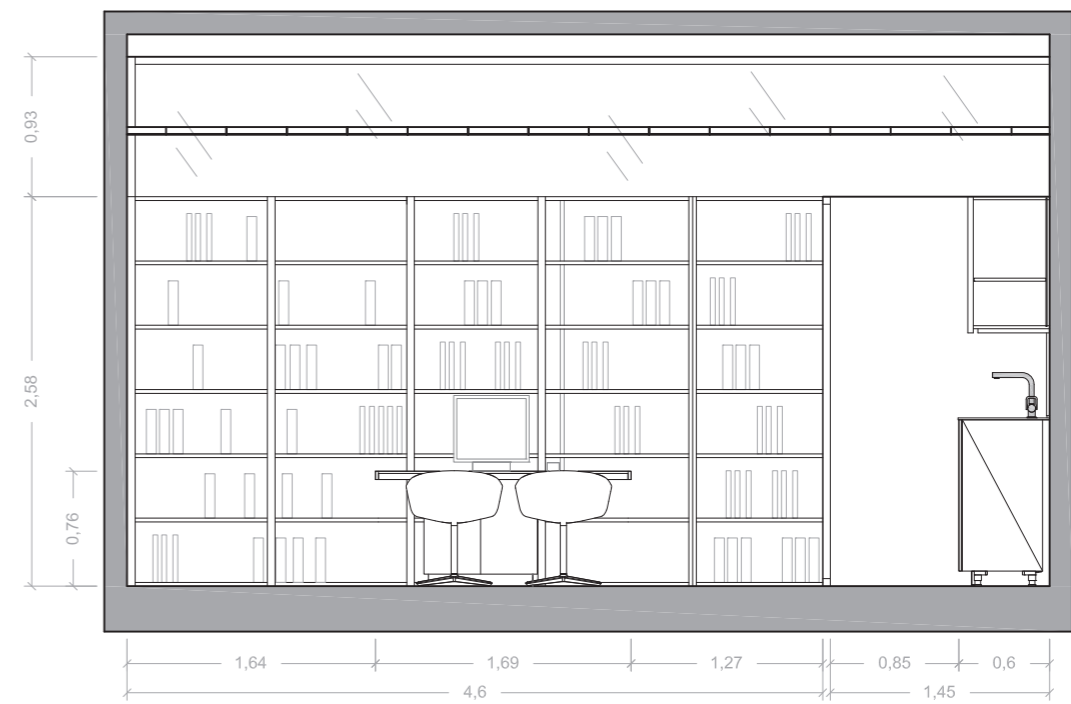
SECCIÓN TRANSVERSAL D-D'



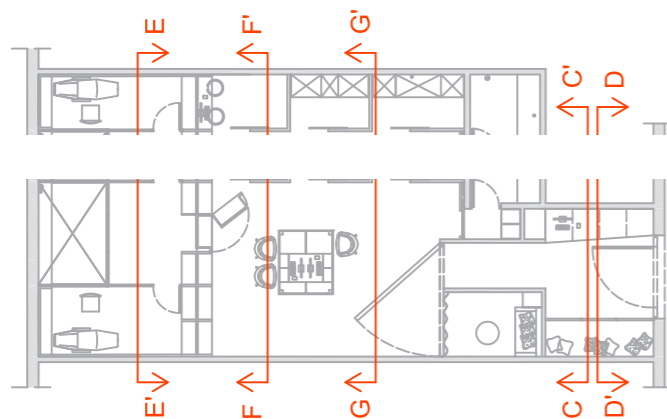
SECCIÓN TRANSVERSAL E-E'



SECCIÓN TRANSVERSAL F-F'



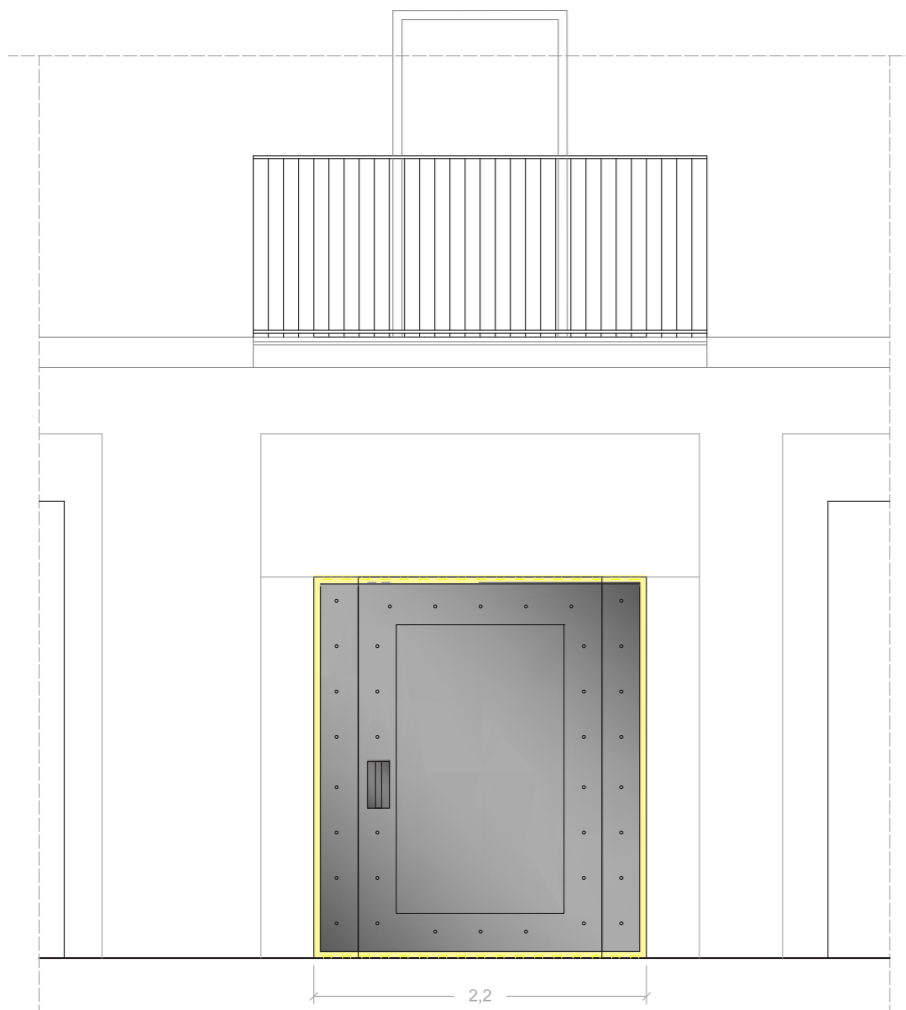
SECCIÓN TRANSVERSAL G-G'



AL ENTRAR SE DISPONE DE UN PEQUEÑO RESERVADO PARA MANTENER UN PRIMER CONTACTO CON EL USUARIO, EN UNA VISITA PREVIA INFORMATIVA.
 EN LA SIGUIENTE VISITA SE EMPIEZA EL RECORRIDO EN SI MISMO Y EL USUARIO ES ACOMPAÑADO POR EL TATUADOR EN TODO MOMENTO PARA GARANTIZAR LA REALIZACIÓN ÓPTIMA DE TODO EL PROCESO.

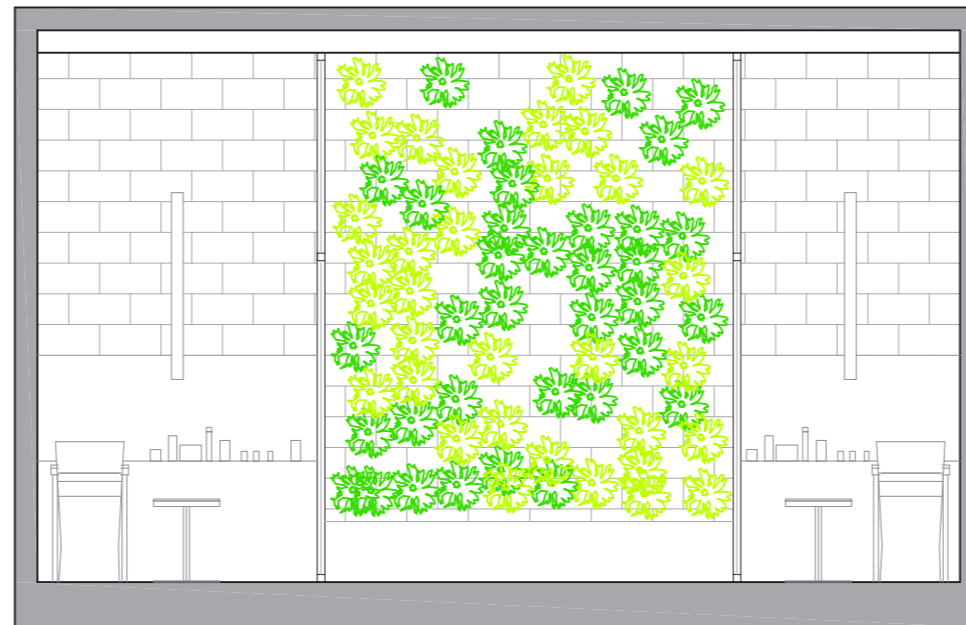
C/ DE L'OR 36, BARCELONA	SECCIÓN C-C', D-D', E-E', F-F' Y G-G'		
	TRABAJO FINAL DE GRADO		
	ANDREA GIRÓS GALINO	1/50	18 JUNIO 2015
		PÁG. 87	ESCOLA EINA

andrea.giros@gmail.com



2,2

ALZADO VISTA FRONTAL



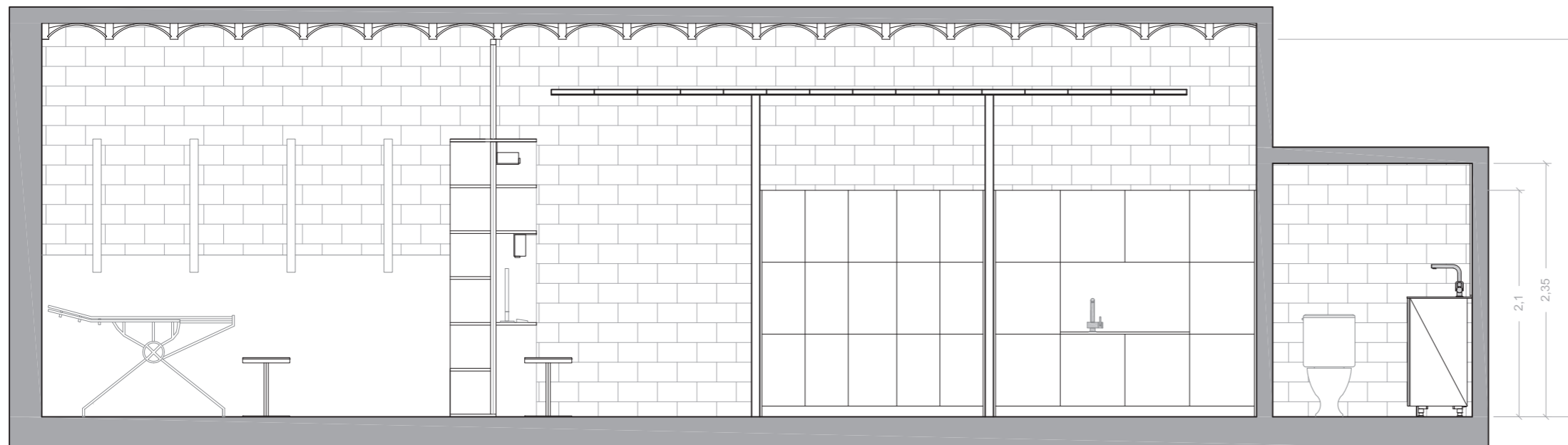
SECCIÓN TRANSVERSAL I-I'

LA FACHADA SE MANTINE Y CONSERVA DEBIDO A SU GRADO DE PROTECCIÓN PERO SE REALIZA UNA PUERTA CONCRETA PARA EL LOCAL Y SU VISIBILIDAD DESDE CUALQUIER PUNTO DE LA PLAZA.

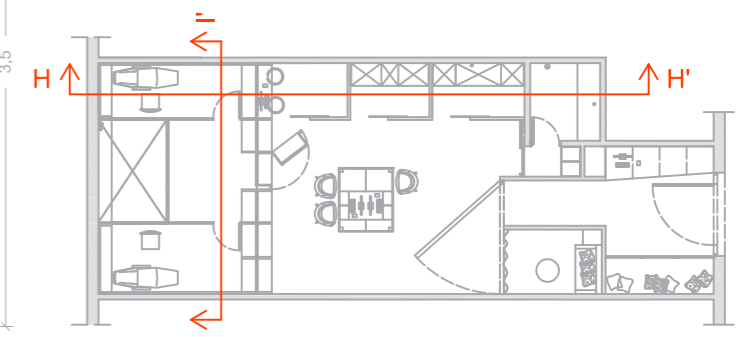
EL INTERIOR CONSERVA Y A SU VEZ GENERA NUEVO CONTENIDO, GENERANDO UN JUEGO ENTRE LO ARTIFICIAL Y SUPERPUESTO Y LO ORIGINAL QUE SE MANTIENE.

EN LA ZONA DE TATUAJE, SE PRETENDE SER COMPLETAMENTE FIEL Y HONESTO, PERO POR NORMATIVA SE REQUIERE DE UN REVESTIMIENTO AUTOLAVABLE A UNA ALTURA DE 1'5M.

POR ESTO, SE CREA UN ARRIMADERO DE 5CM DE HORMIGÓN UHPC BLANCO EN ESTAS ESTANCIAS, QUE SE CONFUNDE CON EL SUELO, DEL MISMO MATERIAL. A SU VEZ, GENERA UNA MESILLA A 80CM EN LAS CABINAS Y BAJA A 40CM EN EL EXTERIOR PARA RECOGER EL MURO VEGETAL.

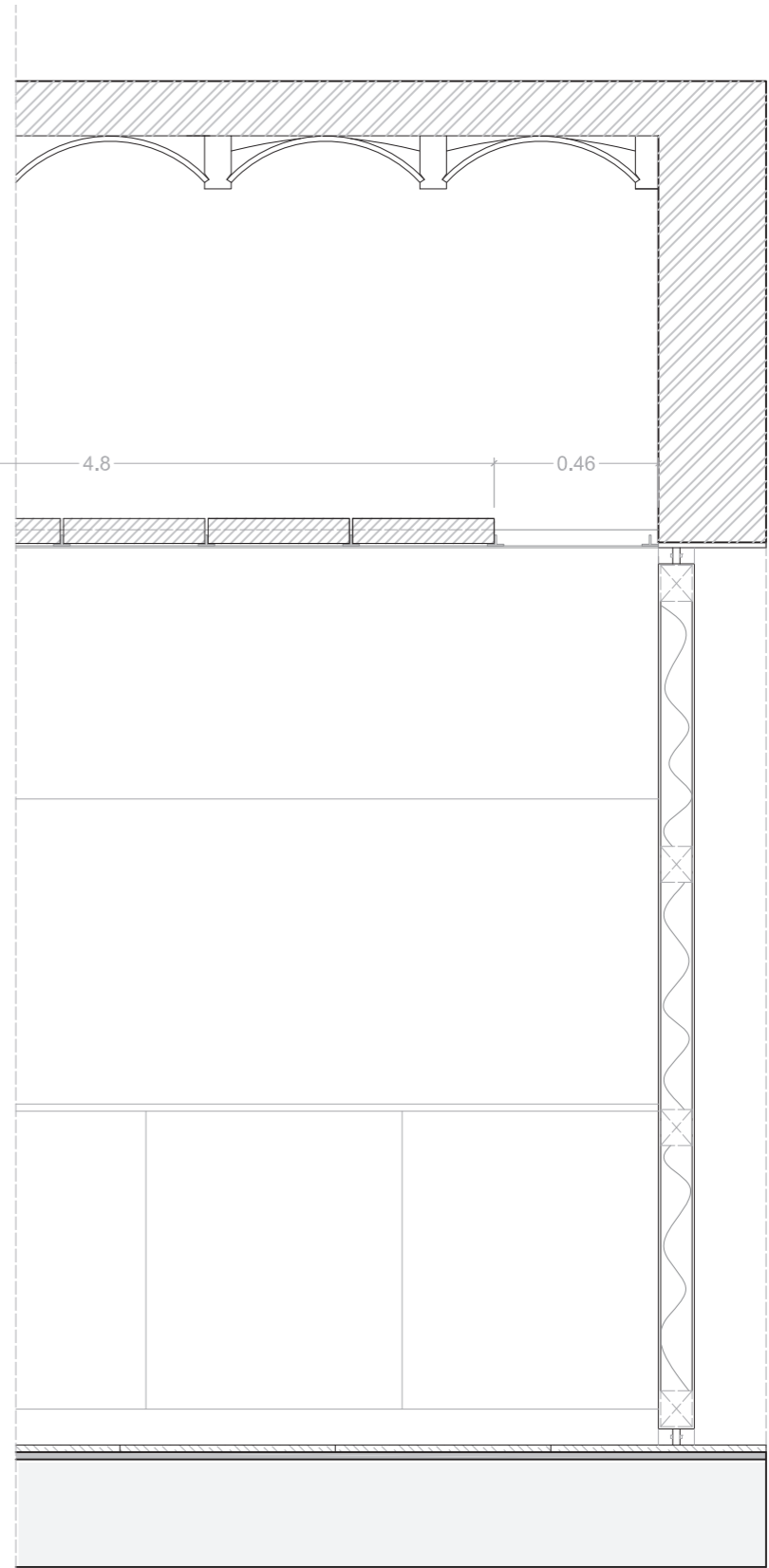
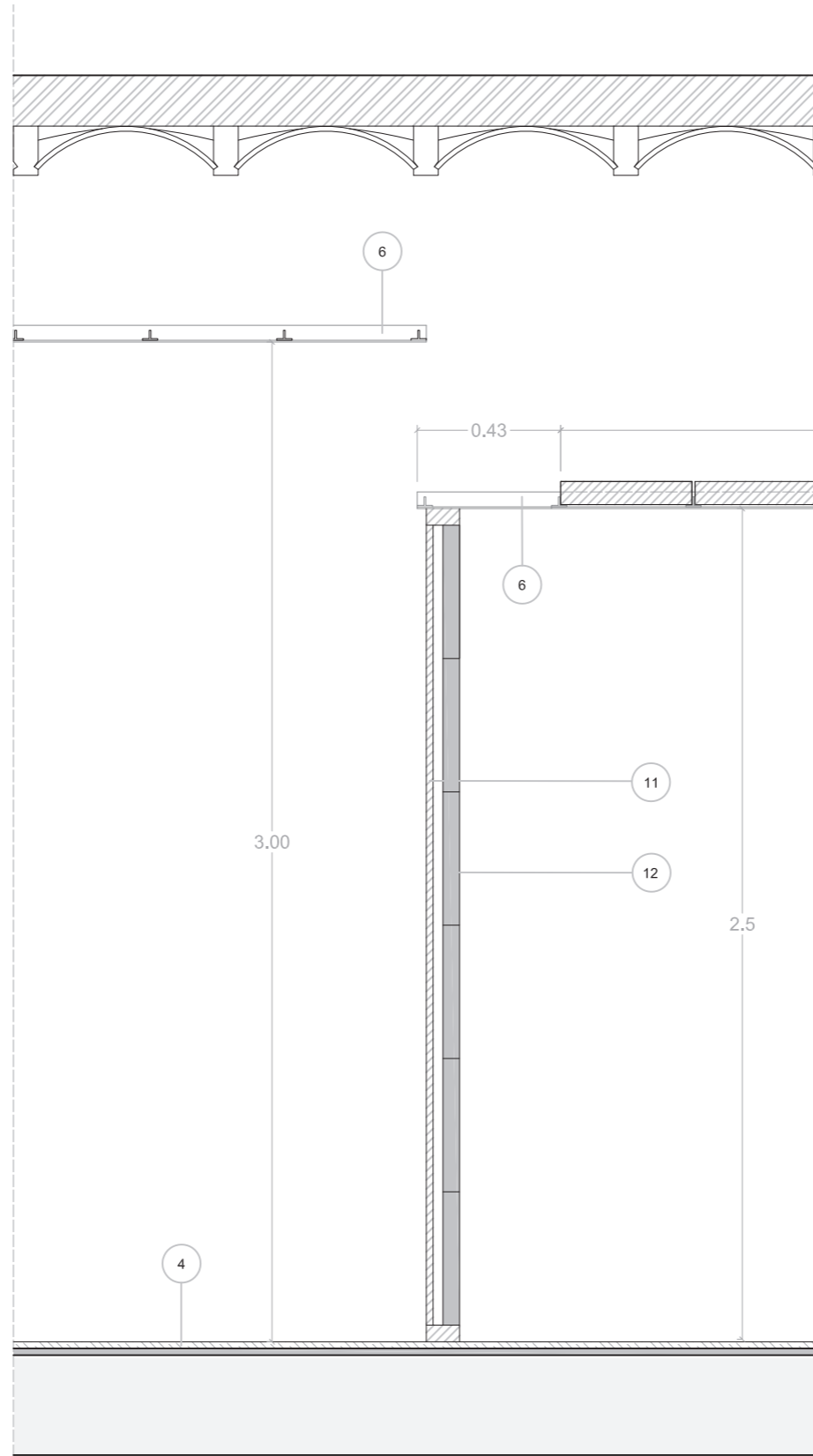
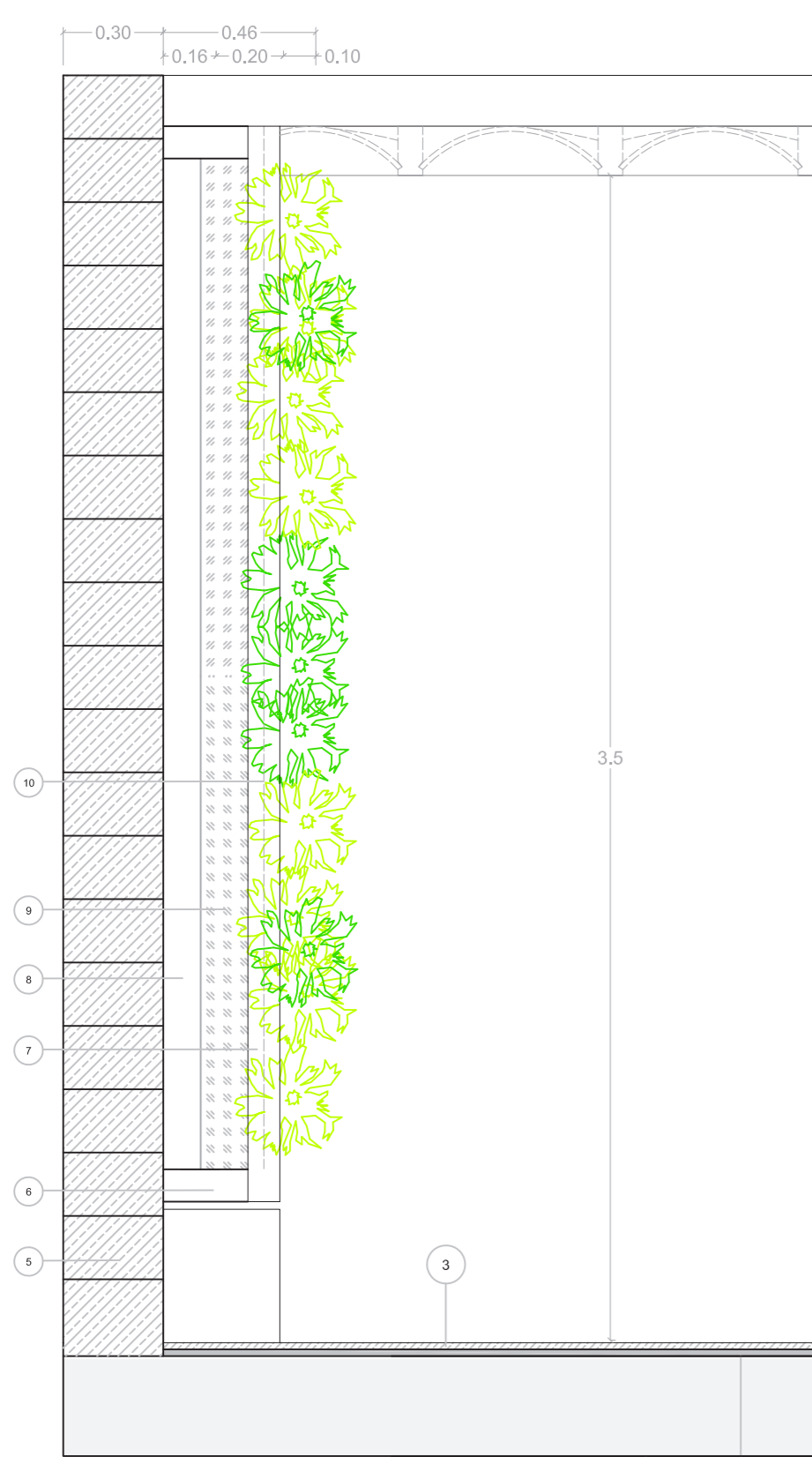


SECCIÓN TRANSVERSAL H-H'



LA ZONA DE SERVICIOS, PRIVADA AL PÚBLICO, UTILIZA UNOS MÓDULOS ESTANDARIZADOS BULTHAUP, SIN TIRADORES, CON SISTEMA PUSH PARA EVITAR EL CONTACTO DIRECTO CON MANOS POSIBLEMENTE CONTAGIADAS QUE EVITARIAN LA CORRECTA DESINFECCIÓN. EN EL ALMACÉN SE MANTIENEN OCULTOS TODOS LOS ELEMENTOS EN UN MUEBLE.

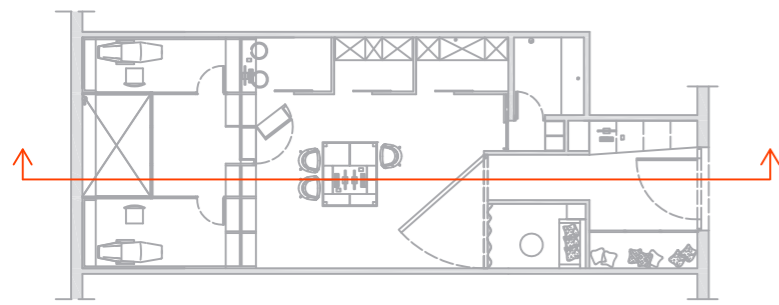
SIN EMBARGO, EN LA SALA DE DESINFECCIÓN SE DISPONE DE UN LAVAMANOS, IMPRESCINDIBLE EN ESTE PROCESO, CON ILUMINACIÓN MEDIANTE UNA TIRA LED EN EL MISMO MUEBLE. LOS ARMARIOS DISPONEN DE MAYOR DIMENSIÓN PARA PODER INCORPORAR LAS MÁQUINAS Y TODOS LOS UTENSILIOS YA NOMBRADOS PARA DESINFECTAR.

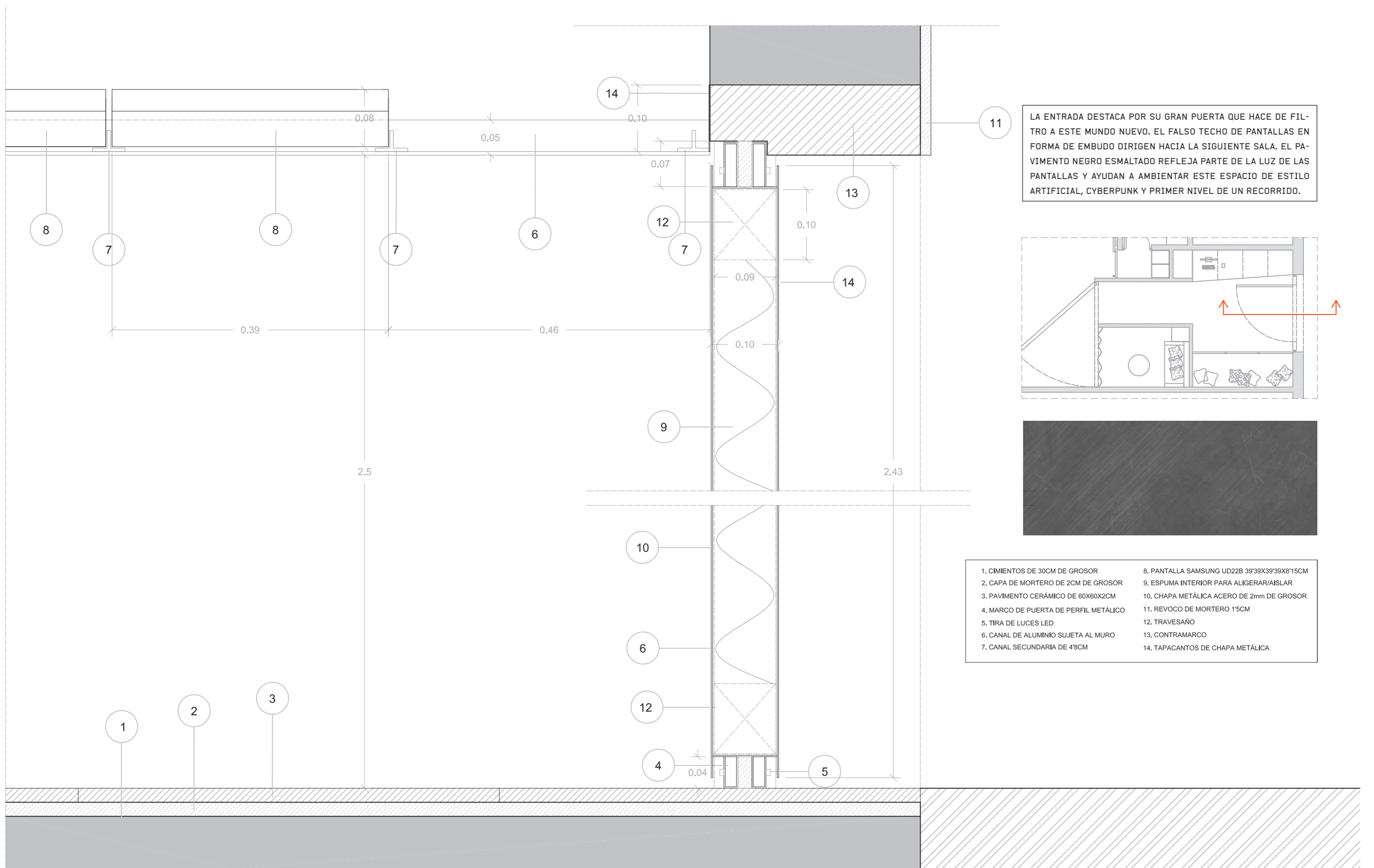


SECCIÓN MURO VEGETAL DEL PATIO
ENCUENTRO ENTRE LOS FALSOS TECHOS
Y SECCIÓN PUERTA DE ENTRADA AL LOCAL

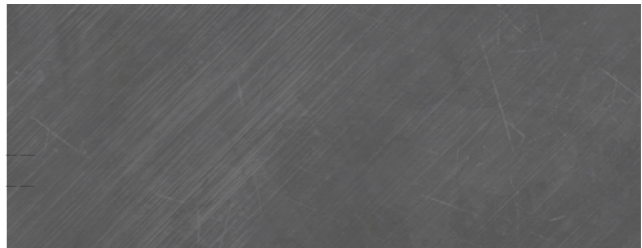
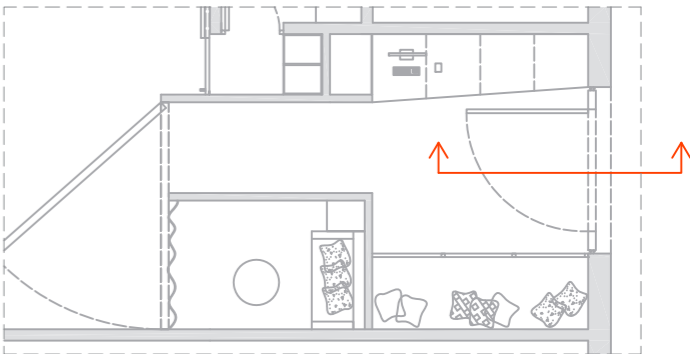
- | | |
|--------------------------------------|----------------------------------|
| 1. CIMENTOS DE 30CM DE GROSOR | 7. MONTANTE DE ALUMINIO DE 4*8CM |
| 2. CAPA DE MORTERO DE 2CM DE GROSOR | 8. CIRCULACIÓN DE AIRE |
| 3. PAVIMENTO DE HORMIGÓN UHPC DE 2CM | 9. PANEL LEAF.BOX UG-15 O UG-10 |
| 4. PAVIMENTO CERÁMICO DE 60X60X2CM | 10. REJA METÁLICA AGS4 |
| 5. MURO DE TOCHO DE 15CM DE GROSOR | 11. CARPINTERÍA VIDEO WALL |
| 6. CANAL DE ALUMINIO SUJETA AL MURO | 12. PANTALLA VIDEO WALL |

LOS TRES ESPACIOS MARCADOS UTILIZAN UN TIPO DE FILTRO QUE PERMITE ESTE CAMBIO BRUSCO DE UNO A OTRO. A PESAR DE ESTO, EXISTEN ELEMENTOS QUE SE ENCUENTRAN EN MÁS DE UN ESPACIO, COMO POR EJEMPLO LA ESTRUCTURA DEL FALSO TECHO VISTA O EL MISMO PAVIMENTO EN LAS DOS PRIMERAS ESTANCIAS, HACIENDO REFERENCIA A QUE AÚN NO SE HA SALIDO DE LA CAVERNA.





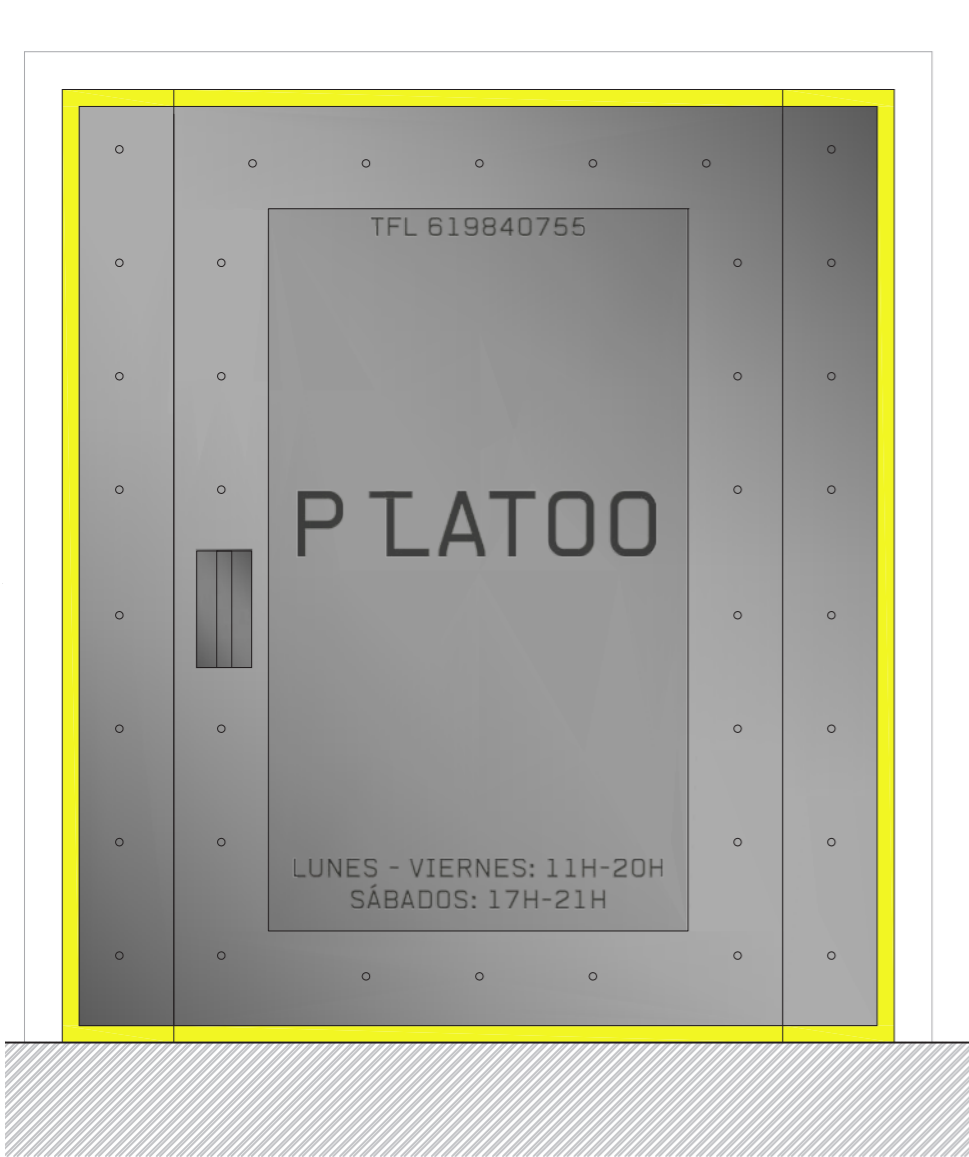
LA ENTRADA DESTACA POR SU GRAN PUERTA QUE HACE DE FILTRO A ESTE MUNDO NUEVO. EL FALSO TECHO DE PANTALLAS EN FORMA DE EMBUDO DIRIGEN HACIA LA SIGUIENTE SALA. EL PAVIMENTO NEGRO ESMALTADO REFLEJA PARTE DE LA LUZ DE LAS PANTALLAS Y AYUDAN A AMBIENTAR ESTE ESPACIO DE ESTILO ARTIFICIAL, CYBERPUNK Y PRIMER NIVEL DE UN RECORRIDO.



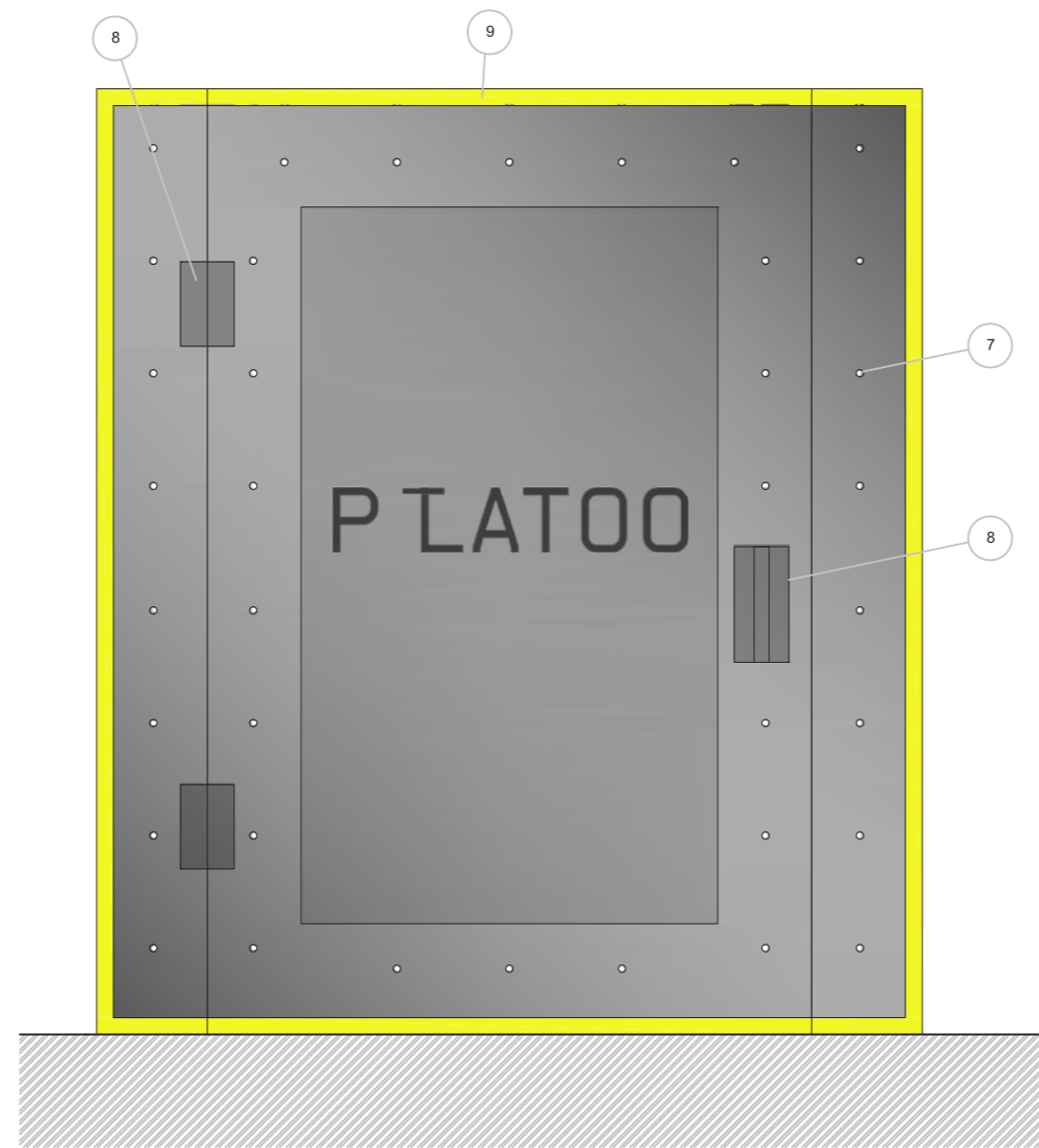
- | | |
|---------------------------------------|--|
| 1. CIMENTOS DE 30CM DE GROSOR | 8. PANTALLA SAMSUNG UD22B 39'39X39'39X8'15CM |
| 2. CAPA DE MORTERO DE 2CM DE GROSOR | 9. ESPUMA INTERIOR PARA ALIGERAR/AISLAR |
| 3. PAVIMENTO CERÁMICO DE 60X60X2CM | 10. CHAPA METÁLICA ACERO DE 2mm DE GROSOR |
| 4. MARCO DE PUERTA DE PERFIL METÁLICO | 11. REVOCO DE MORTERO 1'5CM |
| 5. TIRA DE LUCES LED | 12. TRAVESAÑO |
| 6. CANAL DE ALUMINIO SUJETA AL MURO | 13. CONTRAMARCO |
| 7. CANAL SECUNDARIA DE 4'8CM | 14. TAPACANTOS DE CHAPA METÁLICA |

AL ENTRAR, EL FALSO TECHO DE PANTALLAS NO CHOCA CONTRA LA PUERTA, SE DEJA EN TODOS ESTOS CAMBIOS DE TECHO UN ESPACIO RESPETUOSO, QUE AIREA, PERMITE RESPIRAR Y REMARCAR ESE CAMBIO. LOS TRES ESPACIOS DEL LOCAL SE PODRÍAN DISTINGUIR POR TANTO UNICAMENTE OBSERVANDO EL TECHO, DETECTANDO ESOS VACÍOS QUE MARCAN LA ZONIFICACIÓN.

EL PAVIMENTO CERÁMICO NEGRO SE EXTIENDE AL EXTERIOR DEL LOCAL, PERMITIENDO MOSTRAR UNA PARTE MÍNIMA DEL CONTENIDO A LA CALLE, PESE QUE AL ENTRAR EL FACTOR SORPRESA HA DE ESTAR MUY PRESENTE. LA APARIENCIA DE ESTE ESPACIO DEBE SER CAMBIANTE CON CASI CADA VISITA, ATRAYENDO AL USUARIO A VOLVER A ENTRAR Y VISLUMBRAR OTRA ATMÓSFERA MEDIANTE LA LUZ.



VISTA FRONTAL DE LA PUERTA DE ENTRADA DES DE EL EXTERIOR

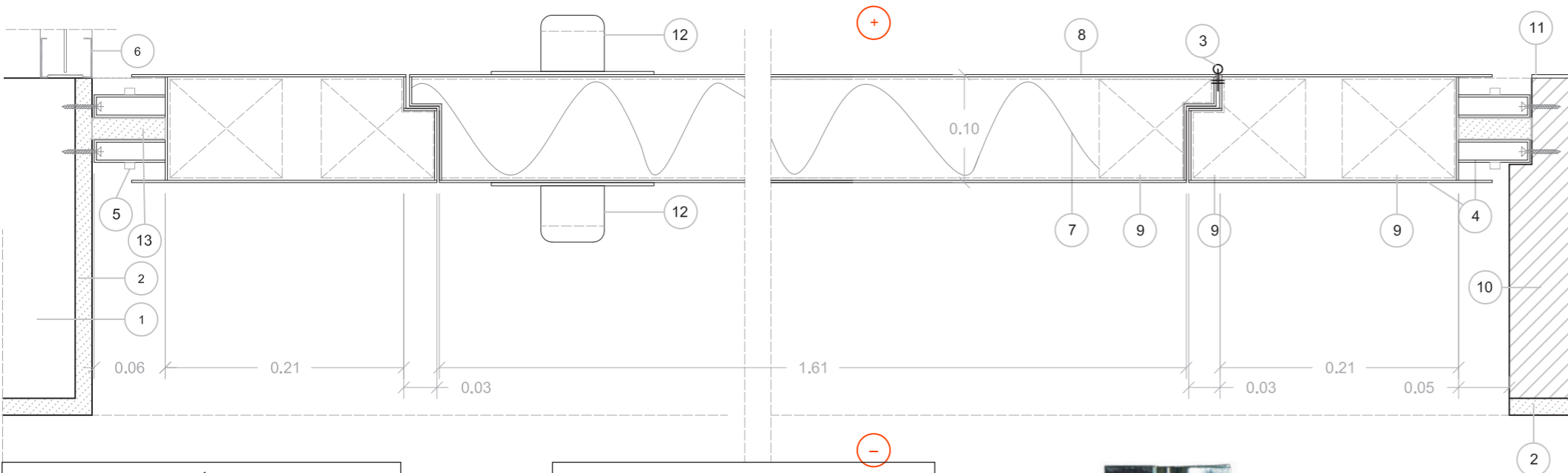


VISTA FRONTAL DE LA PUERTA DE ENTRADA DES DE EL INTERIOR

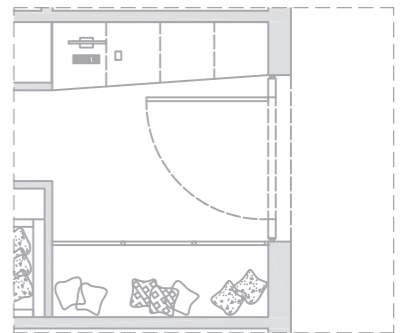


ESTRUCTURA DE LA PUERTA

- 1. MONTANTE DEL MARCO
- 2. MONTANTE ESTRUCTURA DE LA PUERTA
- 3. TRAVESAÑOS HORIZONTALES DE LA PUERTA
- 4. ESPUMA INTERIOR PARA ALIGERAR/AISLAR
- 5. AGARRRES METÁLICOS AL MURO
- 6. BISAGRAS
- 7. TORNILLOS VISTOS
- 8. POMO DE ACERO
- 9. TIRA DE LUCES LEDS



- 1. MURO ORIGINAL DE 30CM DE GROSOR
- 2. REVOCO DE MORTERO DE 1'5CM
- 3. BISAGRA
- 4. MARCO DE PUERTA DE PERFIL METÁLICO
- 5. TIRA DE LUCES LED
- 6. MONTANTE SUJETA AL MURO
- 7. ESPUMA INTERIOR PARA ALIGERAR
- 8. CHAPA METÁLICA HIERRO DE 2mm DE GROSOR
- 9. MONTANTE ESTRUCTURAL
- 10. CONTRAMARCO
- 11. TAPACANTOS DE CHAPA METÁLICA
- 12. Pomo de acero
- 13. Lámina de neopreno de 2cm de grosor



SE UTILIZA LA CHAPA METÁLICA DE ACERO CEPILLADO Y TINTADO EN NEGRO DE 2MM DE GROSOR PARA LA CREACIÓN DE LA PUERTA DE ENTRADA AL LOCAL. LA ESTRUCTURA SE OCULTA CON DOS CHAPAS, LA PRIMERA DE ELLAS PERFORADA CON EL NOMBRE E INFORMACIÓN DEL LOCAL PARA EL TRANSEÚNTE.

PARA ENFATIZAR LA ENTRADA SE PERFILA CON UNA TIRA DE LUCES LED'S QUE REMARCA LA CHAPA DE ACERO Y GENERA UNA ENTRADA INQUIETANTE A UN MUNDO DIFERENTE. LA CHAPA PERMITE EL SEMI-REFLEJO DE LOS USUARIOS E INTRODUCE A ÉSTE EN EL CAMINO AL AUTOCONOCIMIENTO.



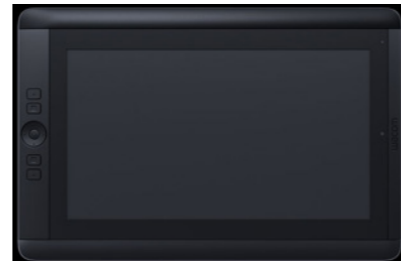
AC ZINCADA 50-100 MM. BISAGRA DE LEROY MERLIN. FABRICADA EN HIERRO CINCADO. DE GRANDES DIMENSIONES Y MATERIAL RUDO, METÁLICO. COLOCACIÓN VISTA.

C/ DE L'OR 36, BARCELONA	DETALLE PUERTA ENTRADA		
	TRABAJO FINAL DE GRADO		
	ANDREA GIRÓS GALINO	1/20 1/5	18 JUNIO 2015
		PÁG. 91	ESCOLA EINA

andregiros@gmail.com

MESA CENTRAL DE DIBUJO FABRICADA A MEDIDA PARA EL PROYECTO. SU PECULARIDAD SE BASA EN INCLUIR DIFERENTES MATERIALES DE DIBUJO EN LA SUPERFICIE, DE MANERA QUE SE PIENSAN EN TODOS LOS PASOS Y POSIBILIDADES DE ESTE PROCESO.

LA MESA DE LUZ SE CREA CON UNA PLACA DE LEDS BAJO UN METACRILATO. MEDIDAS: 375 X 248 MM



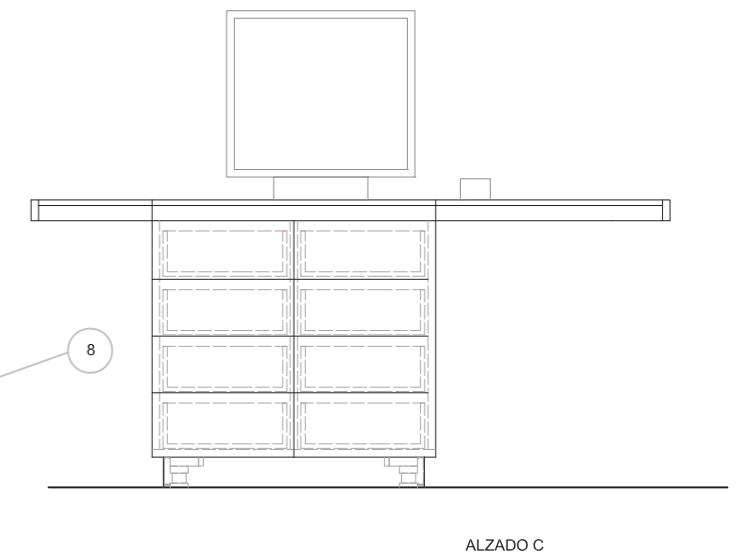
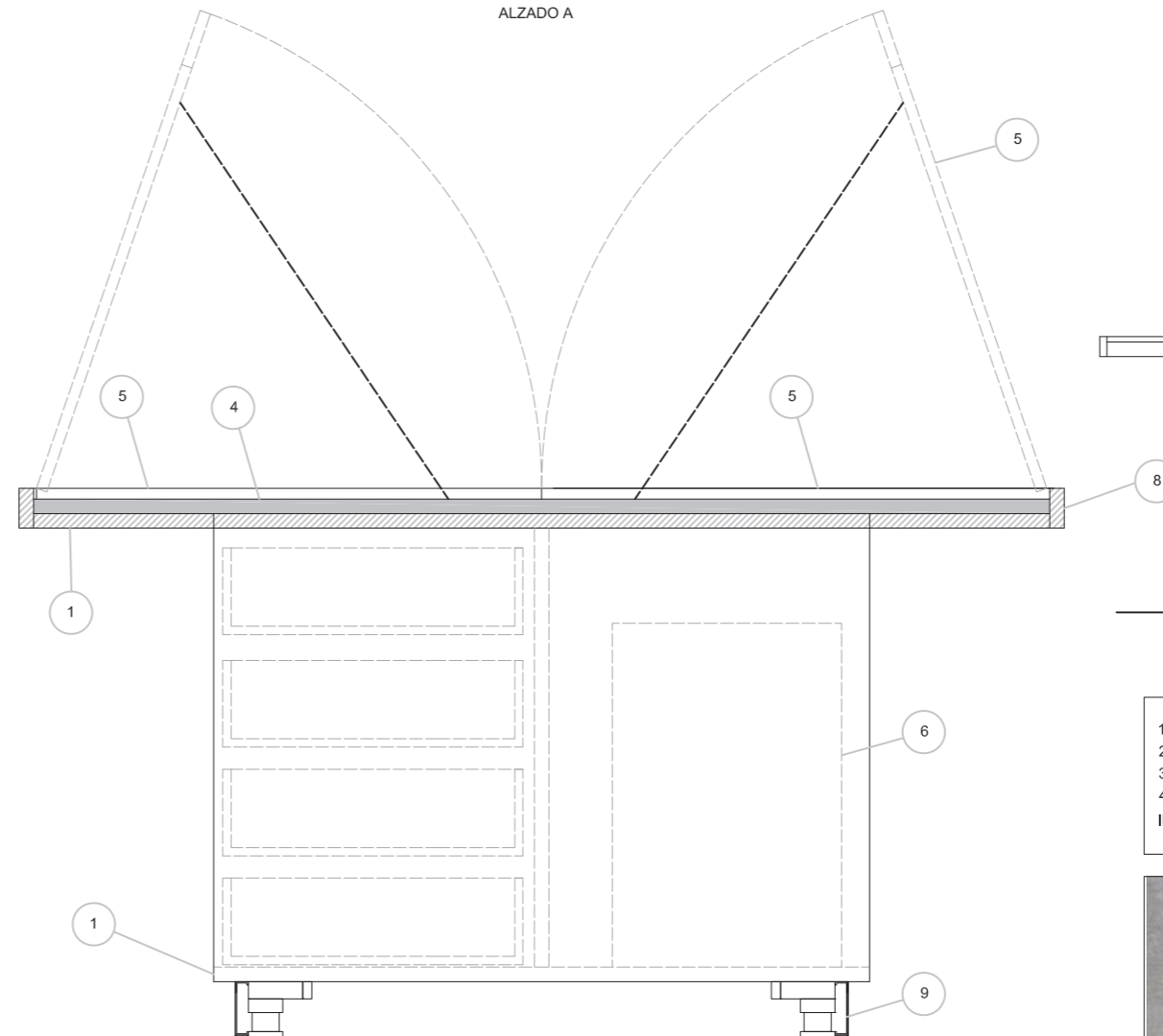
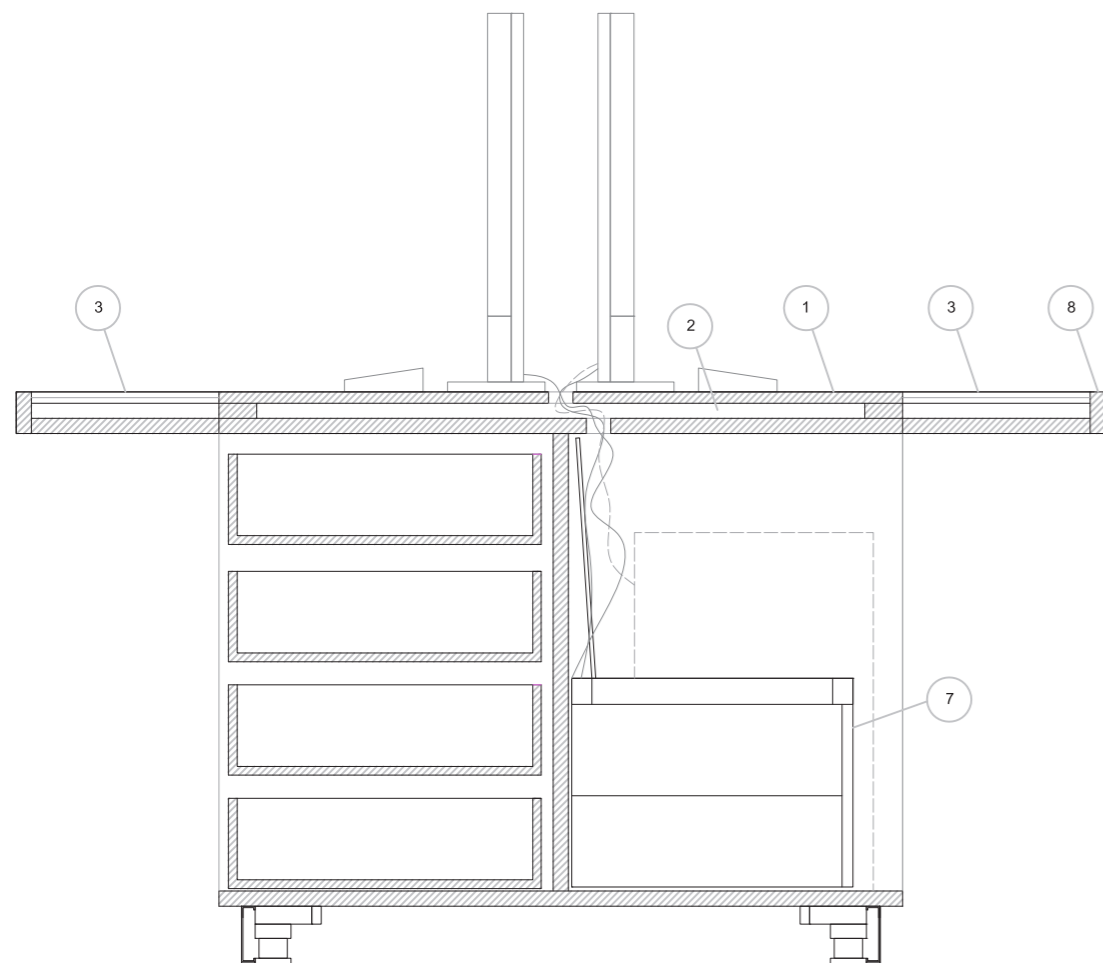
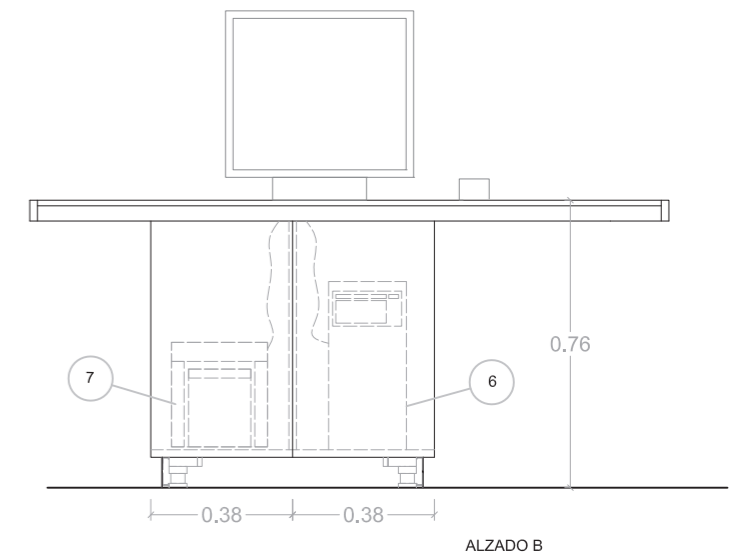
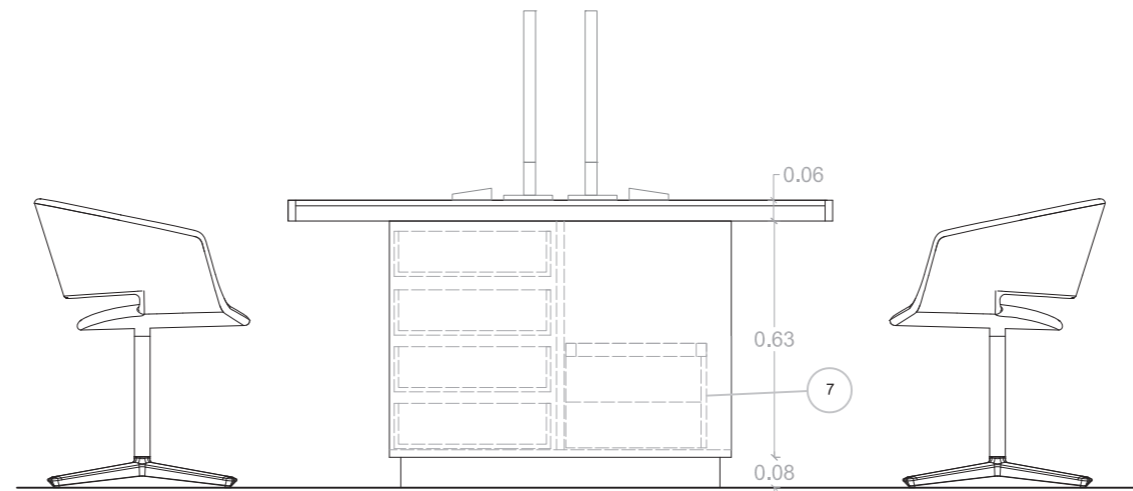
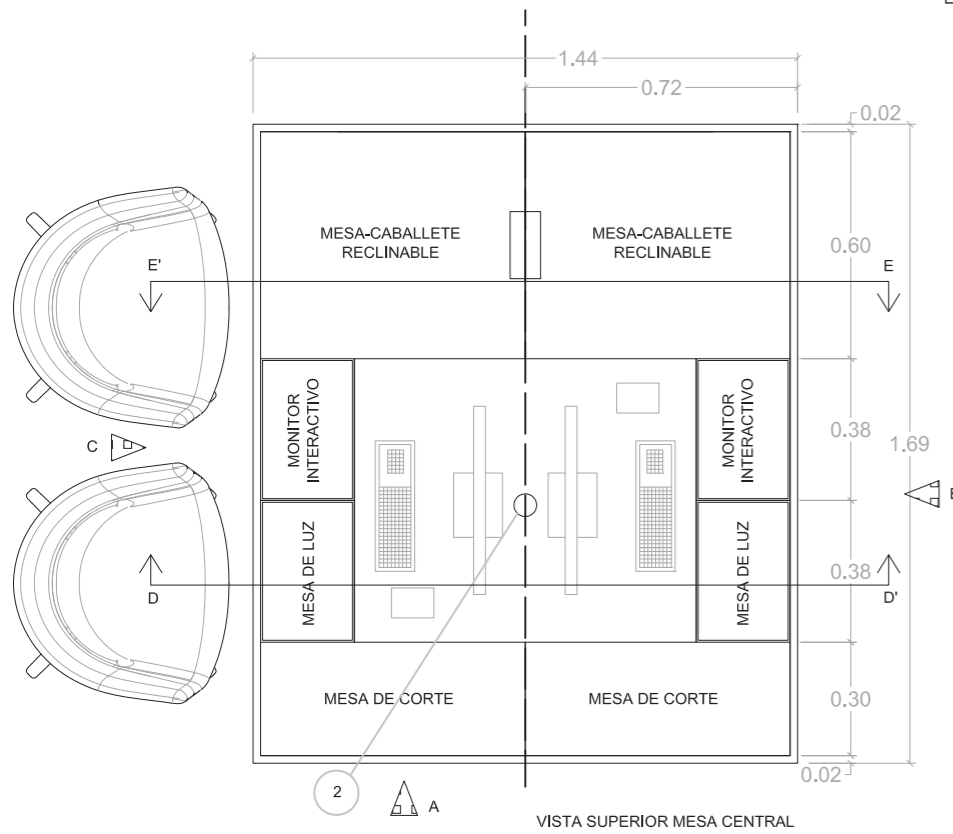
MONITOR INTERACTIVO CINTIQ COMPANION HYBRID, DE WACOM.

TAMAÑO PANTALLA: 13,3 PULGADAS.
RESOLUCIÓN: FULL HD 1920 X 1080
TAMAÑO: 375 X 248 X 16 MM
PESO: 1.7 - 1.8 KG
COLORES: 16,7 MILLONES
RELACIÓN DE ASPECTO: 16:9
PRECIO: 949,90€



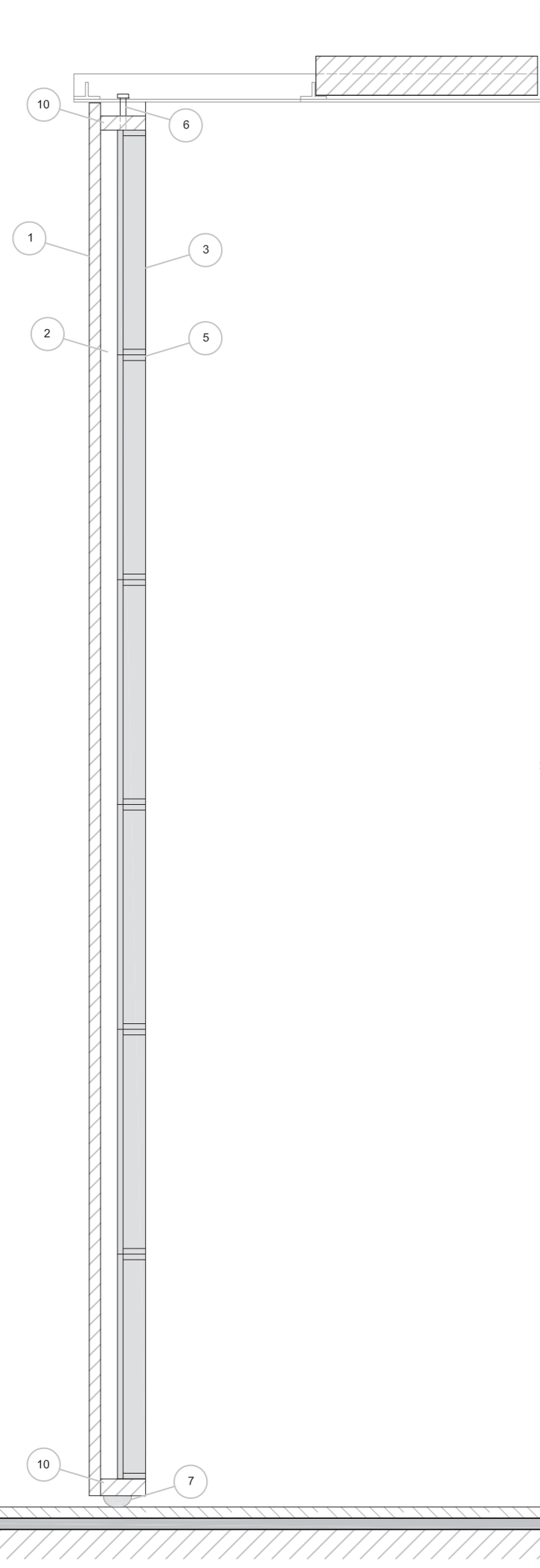
IMPRESORA LÁSER CANON I-SENSYS MF3010.

IMPRESORA MULTIFUNCIÓN LÁSER (B/N 18 PPM, USB 2.0, ESCÁNER)
COLOR: NEGRO MATE
MEDIDAS: 27,6 X 37,2 X 25,4 CM.
CAPACIDAD DE MEMORIA RAM: 64 MB

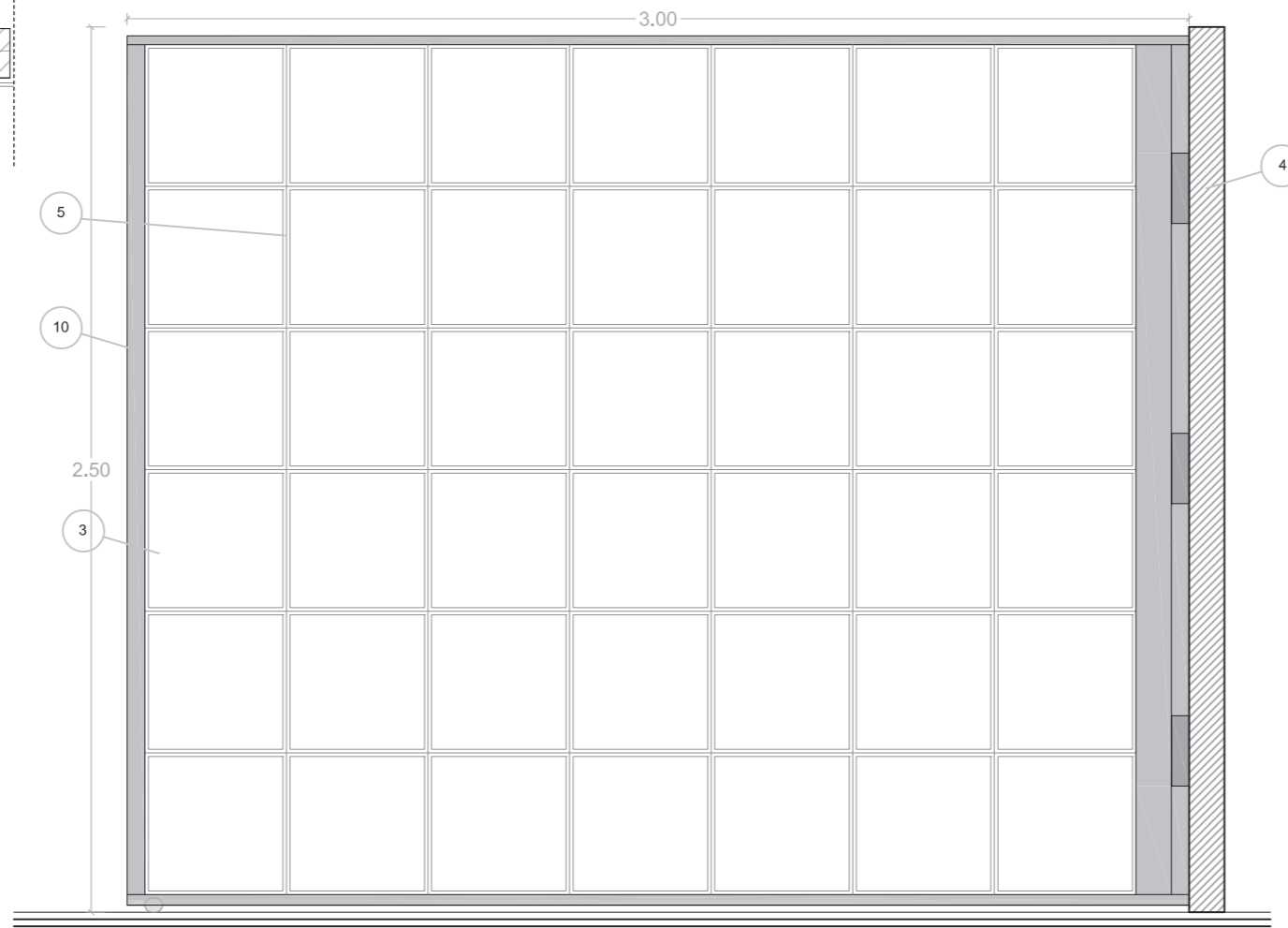


- 1. DM LACADO EN NEGRO DE 2CM DE GROSOR
- 2. ESPACIO PARA CABLEADO
- 3. MONITOR INTERACTIVO
- 4. RIELES PERFORADOS PARA REGULAR LA INCLINACIÓN DE LA MESA
- 5. TABLERO DM CON BISAGRA
- 6. TORRE DE ORDENADOR
- 7. IMPRESORA CANON
- 8. PERFIL DE DM
- 9. ZÓCALO DE 8CM

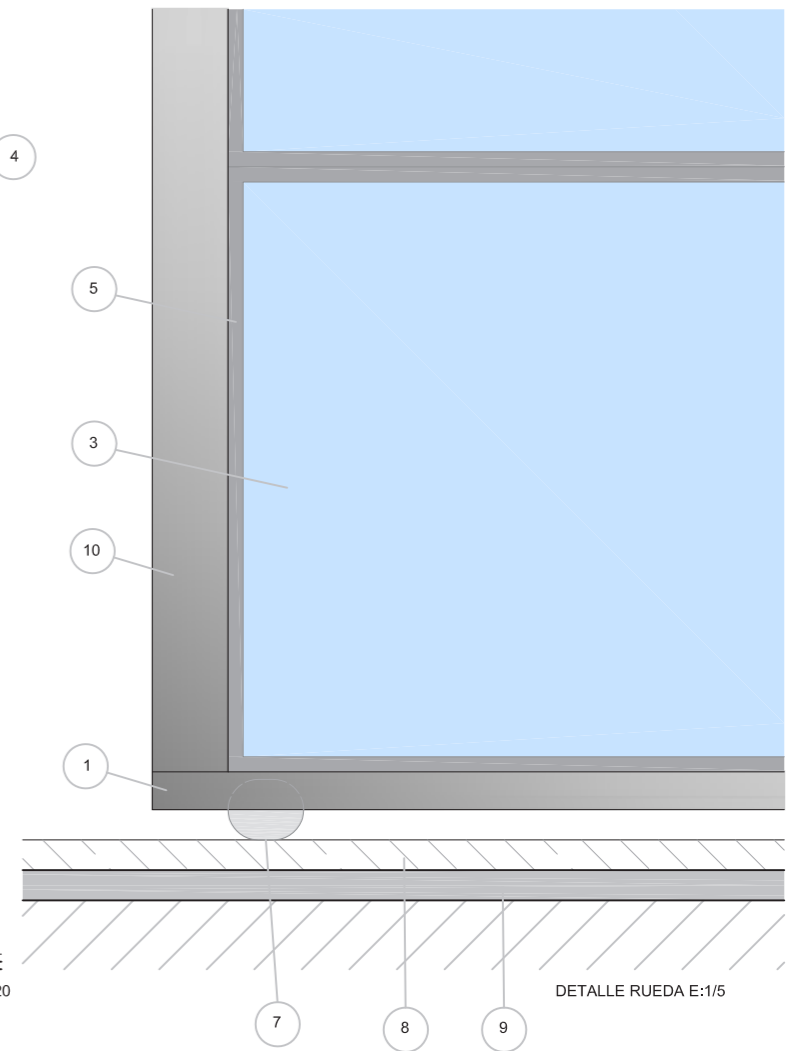
C/ DE L'OR 36, BARCELONA	DETALLE MESA DE DIBUJO		
	TRABAJO FINAL DE GRADO		
ANDREA GIRÓS GALINO	1/20	18 JUNIO 2015	andrea.giros@gmail.com
	PÁG. 92	ESCOLA EINA	



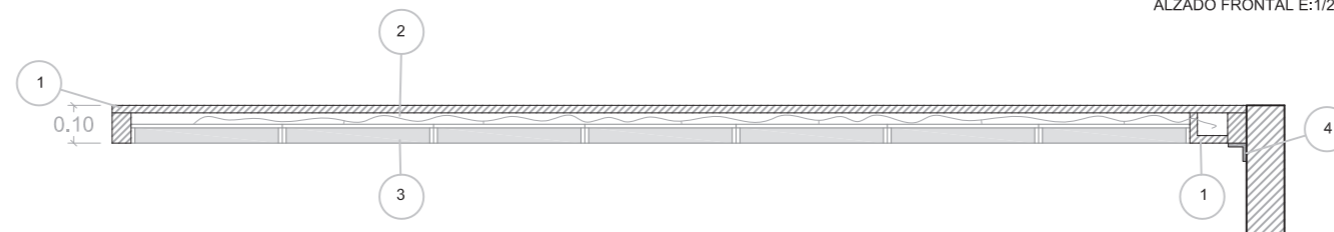
SECCIÓN LATERAL E:1/10



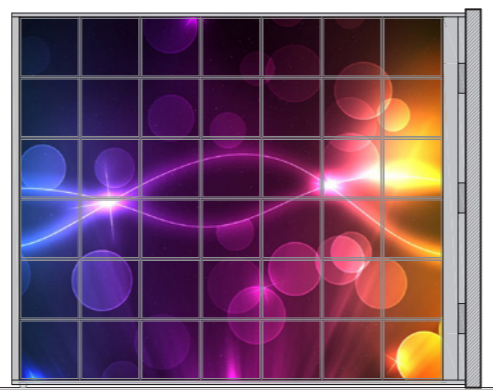
ALZADO FRONTAL E:1/20



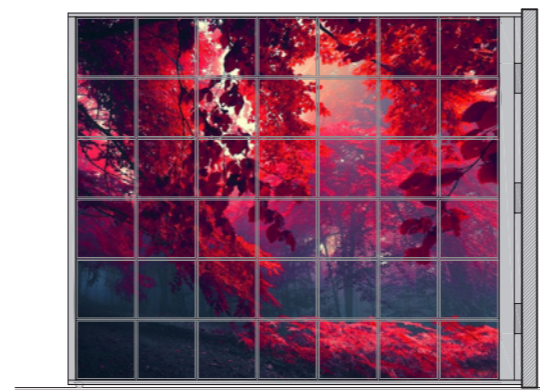
DETALLE RUEDA E:1/5



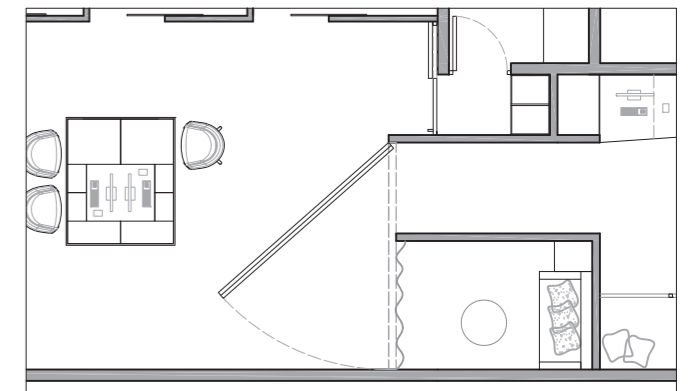
PANTALLAS DE VIDEO WALL SAMSUNG DE 39'39X39'39X8'15CM. EL GRAN MURO FORMADO POR PANTALLAS RETRANSMITE 2 TIPOS DE IMÁGENES: COMPLETAS (FORMANDO UNA GRAN PANTALLA) E INDEPENDIENTES (RETRANSMITIENDO UNA IMAGEN EN CADA PANTALLA O CADA X AGRUPACIONES).



ALZADO FRONTAL E:1/50

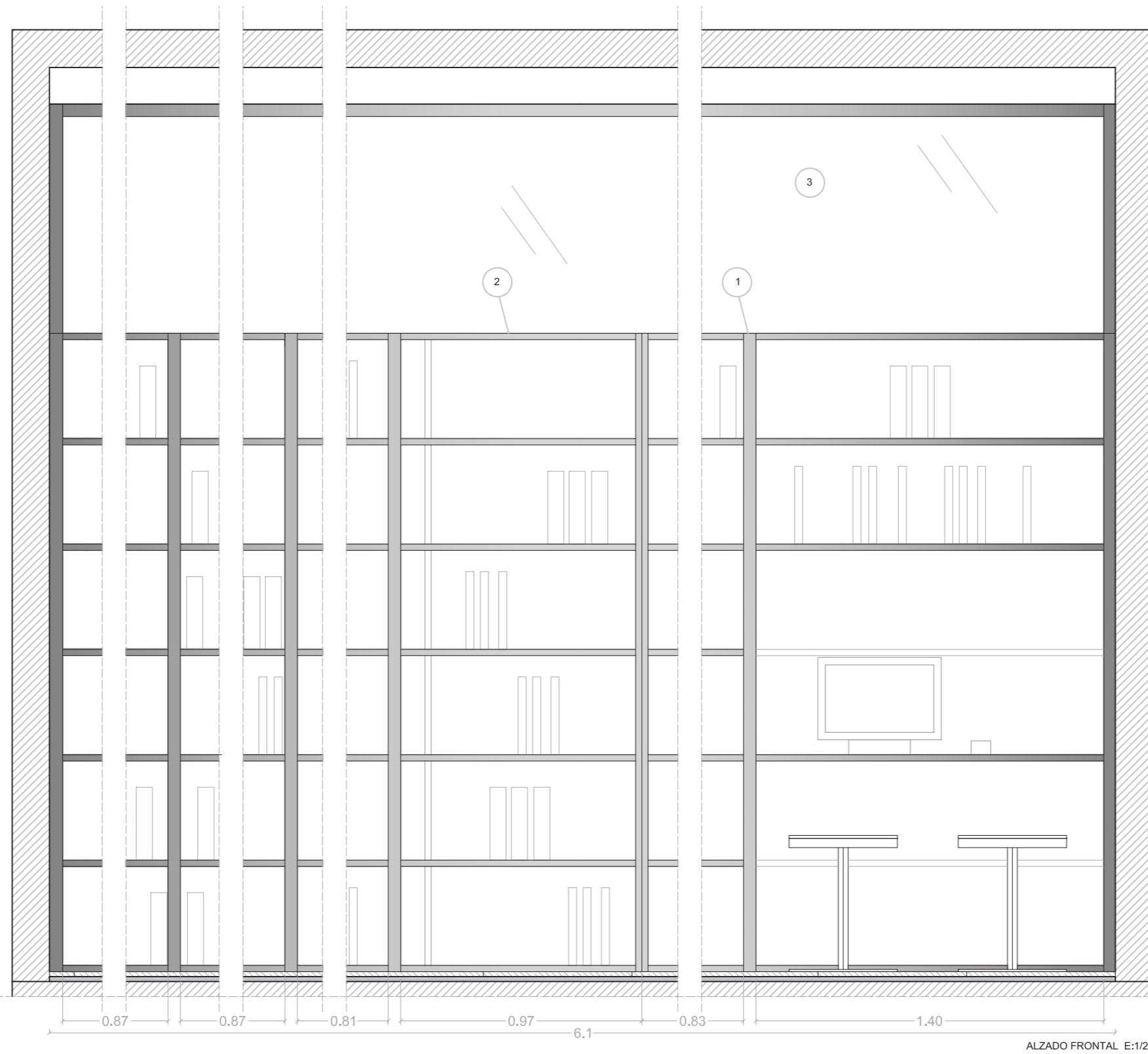
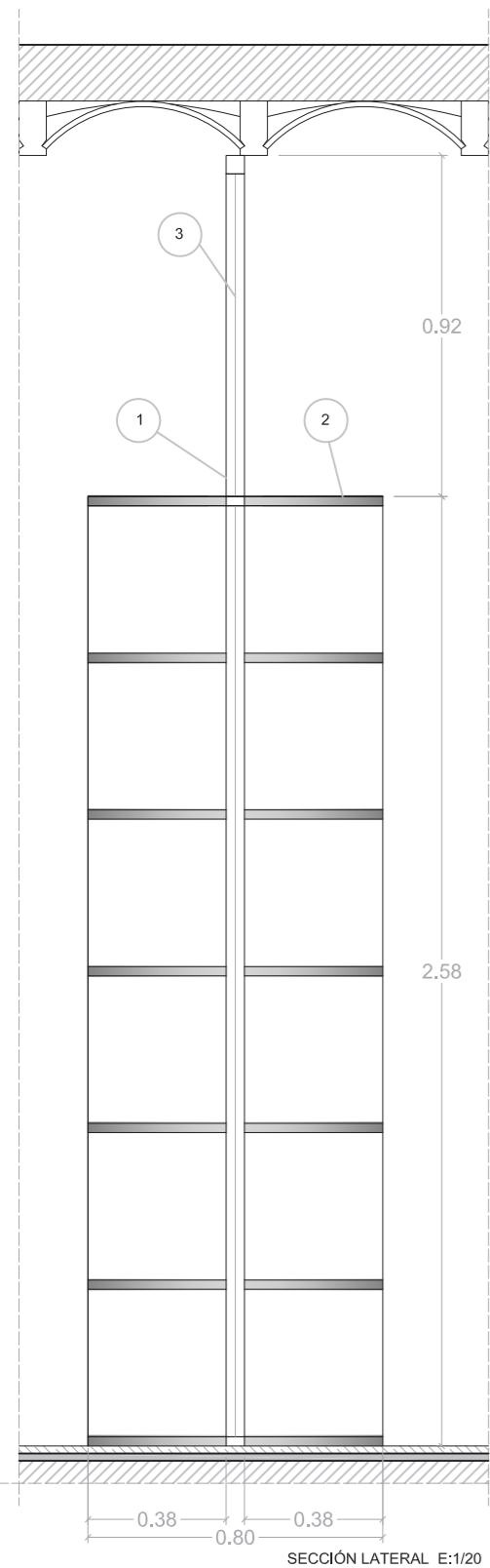


ALZADO FRONTAL E:1/50

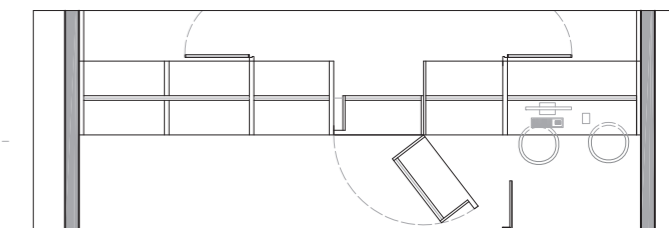
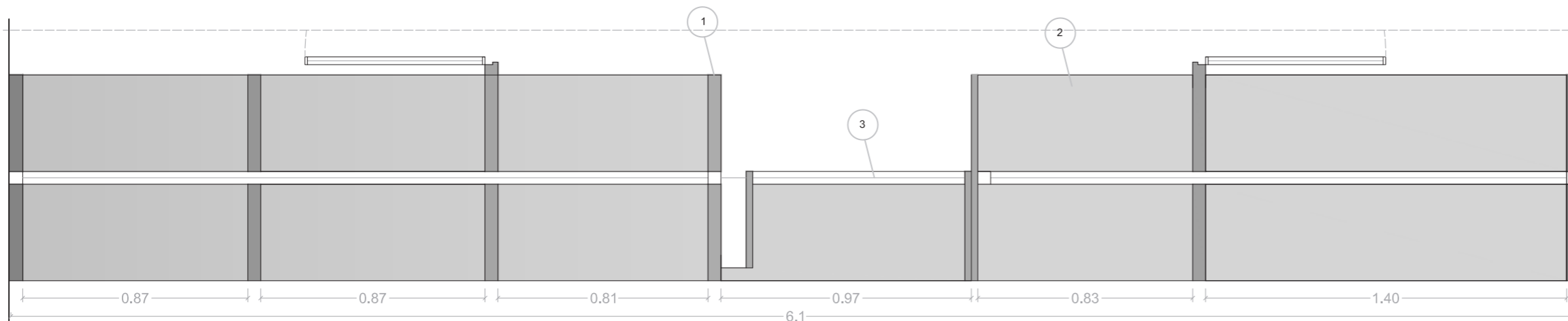
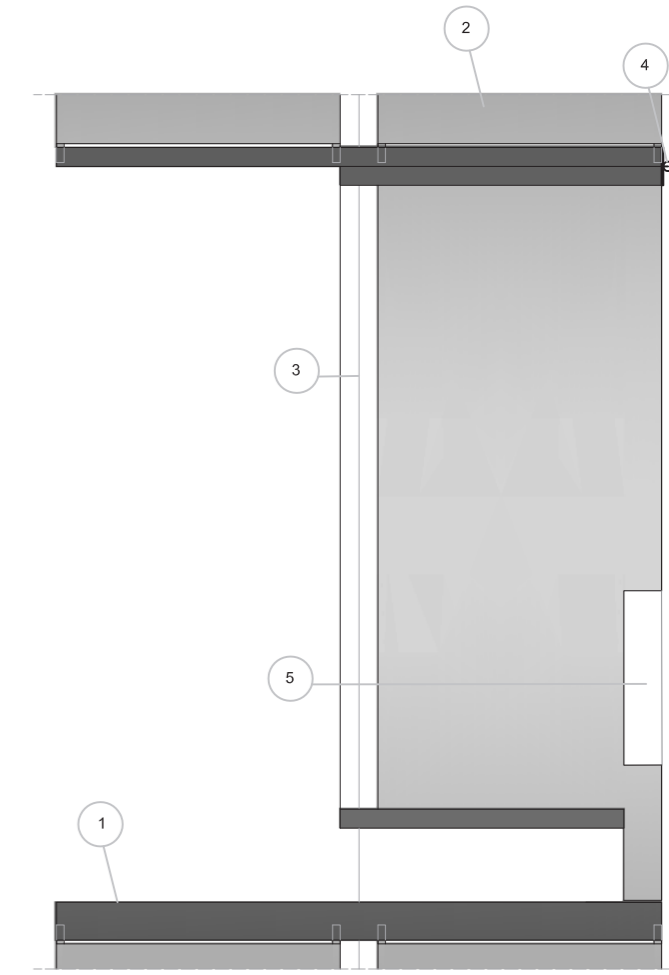


- | | |
|--|-----------------------------|
| 1. DM LACADO EN NEGRO DE 2CM DE GROSOR | 6. EJE ESTRUCTURAL |
| 2. ESPACIO PARA CABLEADO | 7. RUEDA |
| 3. PANTALLA VIDEO WALL 39'93X39'93CM | 8. CERÁMICA RECTIFICADA 2CM |
| 4. BISAGRA | 9. CAPA MORTERO 2C |
| 5. ESTRUCTURA PERFIL METÁLICO | 10. BASTIDOR DE DM 5CM |

C/ DE L'OR 36, BARCELONA	DETALLE VIDEO WALL			andrea.giros@gmail.com
	TRABAJO FINAL DE GRADO			
	ANDREA GIRÓS GALINO	1/50 1/20 1/10 1/5	18 JUNIO 2015	
	PÁG. 93	ESCOLA EINA		



MUEBLE SEPARADOR QUE INCORPORA LA PARTE "CULTURAL" DEL LOCAL. INCLUYE UNA PUERTA ABATIBLE, COMO ACCESO A LA ZONA DE TATUAJE. DE ESTA MANERA, PARA LLEGAR AL ESPACIO DE TATUAR, HAY QUE PASAR, SIMBÓLICAMENTE, POR UNA TRANSICIÓN DE CONOCIMIENTO.



- 1. PERFIL AGUJERADO DE 2'5X2'5CM
- 2. ESTANTERÍA METÁLICA CON PESTAÑA
- 3. VIDRIO SEPARADOR DE ESTANCIAS
- 4. BISAGRA PUERTA OCULTA
- 5. PESTAÑA TIRADOR PUERTA

C/ DE L'OR 36, BARCELONA	DETALLE MUEBLE-VITRINA			andregiros@gmail.com
	TRABAJO FINAL DE GRADO			
ANDREA GIRÓS GALINO	1/20 1/10	18 JUNIO 2015		
	PÁG. 94	ESCOLA EINA		

MATERIALES:
 LOS MATERIALES DEL LOCAL VAN ACORDE CON LAS TRES ZONAS DIFERENCIADAS EN LA DISTRIBUCIÓN. DOTAN DE DIFERENTE CARÁCTER A CADA UNA, OBTENIENDO ESPACIOS DIFERENCIADOS. LA PROGRESIÓN SE BASA EN PASAR DE MATERIALES FRÍOS E INDUSTRIALES A MATERIALES ORIGINALES Y CÁLIDOS. EL MOBILIARIO TAMBIÉN AYUDA A ESTA PROGRESIÓN.



VIDRIO DE SEGURIDAD CON CÁMARA DE AIRE. INCORPORADO A PERFIL METÁLICO DE ALUMINIO.

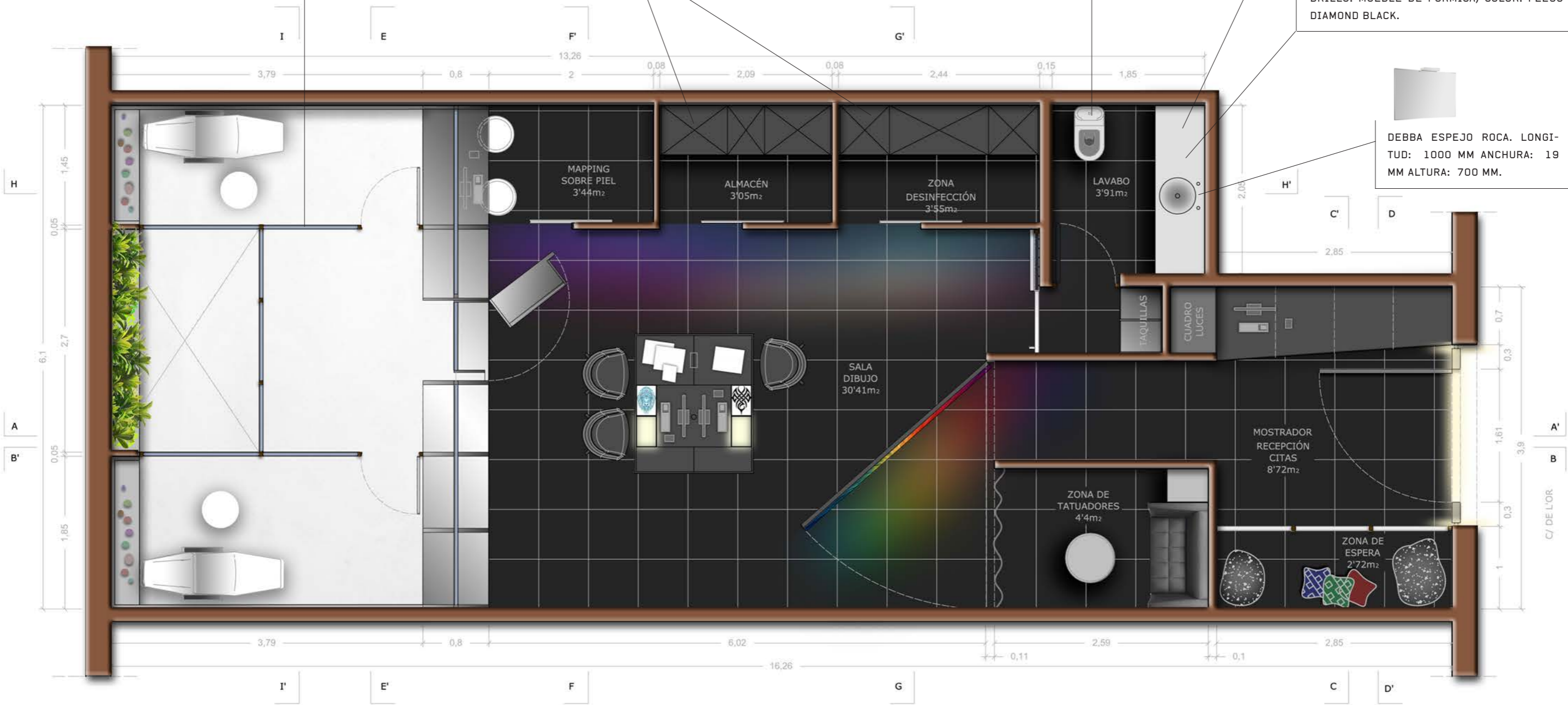
MÓDULOS PARED FUNCIONAL BULTHAUP B3. LAMINADO COLOR GRAFITO, LACA MATE. ENCIMERA DEL LAVAMANOS EN ACERO INOXIDABLE.

INODORO AMERICA DE PORCELANA CON SALIDA DUAL, DE ROCA. LONGITUD: 405 MM ANCHURA: 705 MM ALTURA: 775 MM.

GRAND BERNA, LAVABO DE PORCELANA DE BAJO ENCIMERA, ROCA. LONGITUD: 620 MM ANCHURA: 390 MM ALTURA: 215 MM

ENCIMERA DE SILESTONE, COLOR: 806 BLANCO BRILLO. MUEBLE DE FORMICA, COLOR: F2253 DIAMOND BLACK.

DEBBA ESPEJO ROCA. LONGITUD: 1000 MM ANCHURA: 19 MM ALTURA: 700 MM.



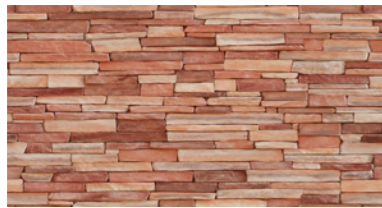
CERÁMICA RECTIFICADA DE 60X60X2CM. COLOR NEGRO, CON JUNTAS DE 3MM. ACABADO BRILLANTE, PARA REFLEJAR LAS LUCES Y COLORES DE LAS PROYECCIONES.



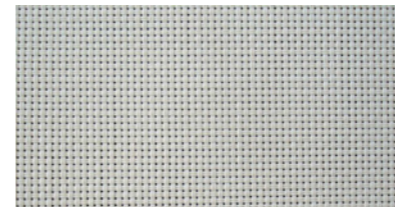
SLIMCONCRETE, HORMIGÓN DE ALTAS PRESTACIONES (UHPC) REFORZADO CON FIBRAS, 2 CM DE GROSOR. ACABADO MATE CON TACTO PULIDO.

C/ DE L'OR 36, BARCELONA	PLANTA PROPUESTA		
	TRABAJO FINAL DE GRADO		
	ANDREA GIRÓS GALINO	1/50	18 JUNIO 2015
		PÁG. 95	ESCOLA EINA

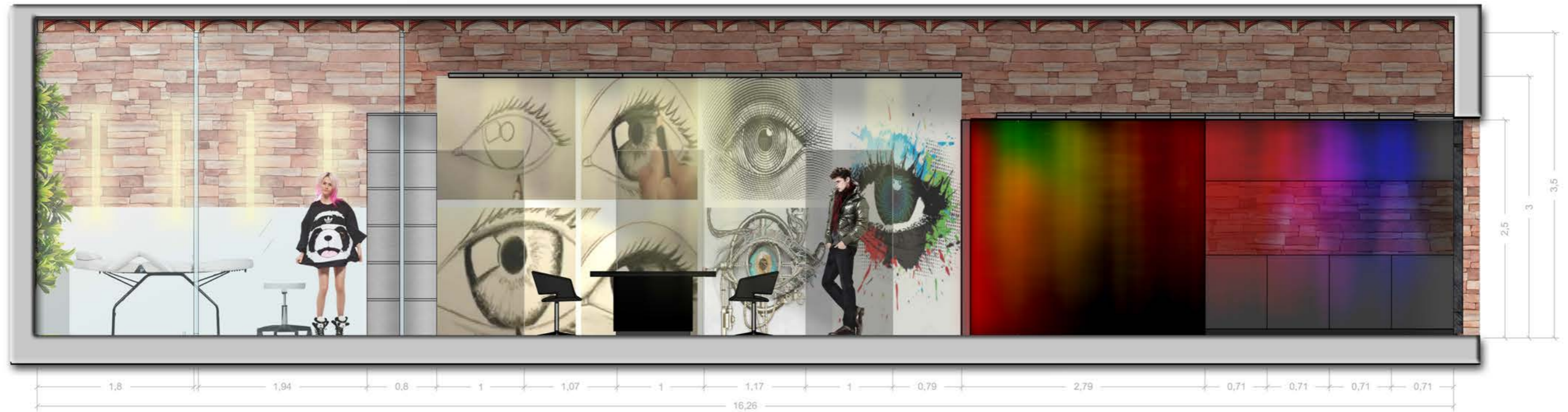
andreasgros@gmail.com



MURO DE OBRA VISTA. SE DESENMASCARA EL MURO ORIGINAL DEL LOCAL, SE LIMPIA Y TRATA PARA SU FAVORABLE CONSERVACIÓN. EL MURO ESTA EN TODAS PARTES VISIBLE, PESE A QUE EN LA ZONA DEL FINAL RESALTA MÁS.



TELA SCREEN 5% PARA CORTINAS ROLLER. INCORPORADAS EN LA PRIMERA ZONA PARA RETROPROYECTAR-LAS Y SEPARAR LA ZONA DE ESPERA DE MANERA UNICAMENTE VISUAL.

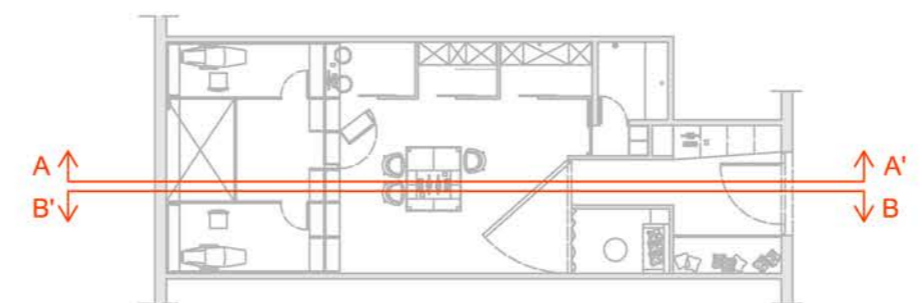


SECCIÓN LONGITUDINAL A-A'

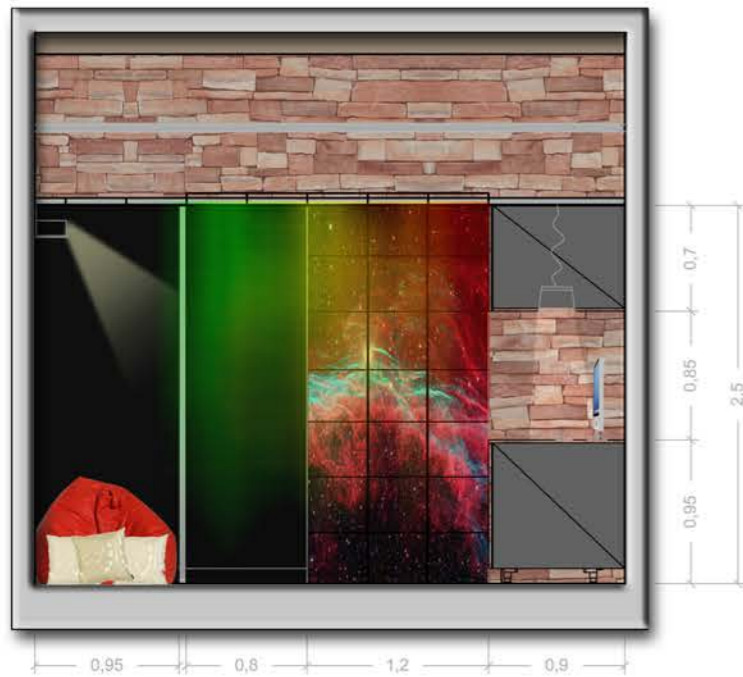


SECCIÓN LONGITUDINAL B-B'

EL JUEGO DE ILUMINACIÓN ES UNO DE LOS FACTORES PRINCIPALES DEL LOCAL. EN LA PRIMERA ZONA LA ILUMINACIÓN VIENE DADA POR LAS PANTALLAS, Y LOS COLORES SE MEZCLAN Y GENERAN EL AMBIENTE. EN LA ZONA DE DIBUJO LAS LUMINARIAS SE ENCAJAN EN EL FALSO TECHO VISTO Y AYUDAN A ILUMINAR MÁS LA ZONA DE TRABAJO QUE SUS ALREDEDORES.



C/ DE L'OR 36, BARCELONA	SECCIÓN A-A' Y B-B'		
	TRABAJO FINAL DE GRADO		
ANDREA GIRÓS GALINO	1/50	18 JUNIO 2015	andrea.giros@gmail.com
	PÁG. 96	ESCOLA EINA	



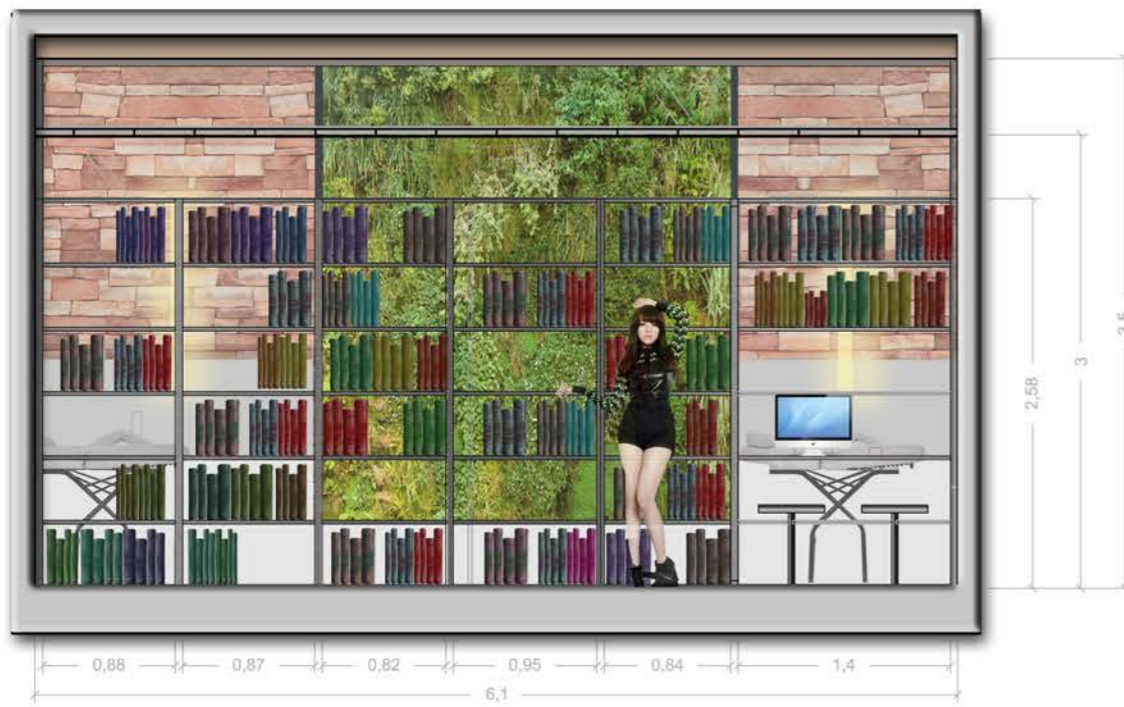
SECCIÓN TRANSVERSAL C-C'



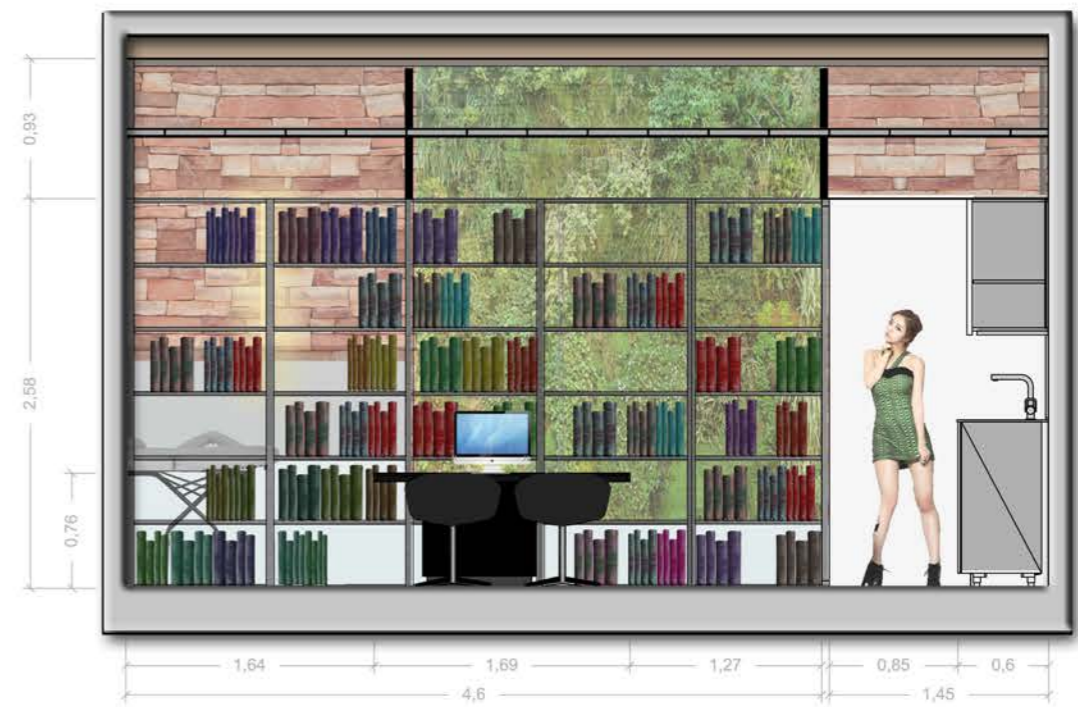
SECCIÓN TRANSVERSAL D-D'



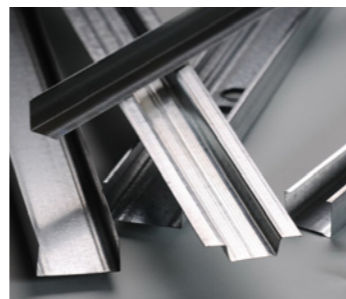
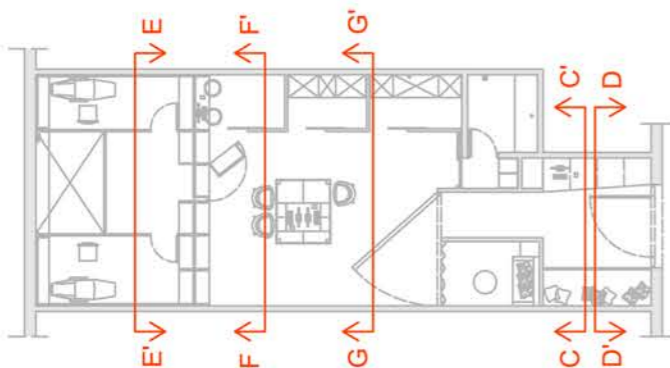
SECCIÓN TRANSVERSAL E-E'



SECCIÓN TRANSVERSAL F-F'



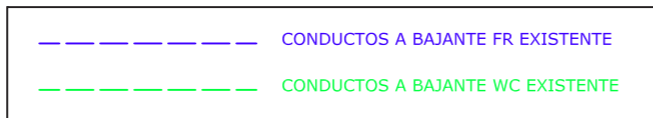
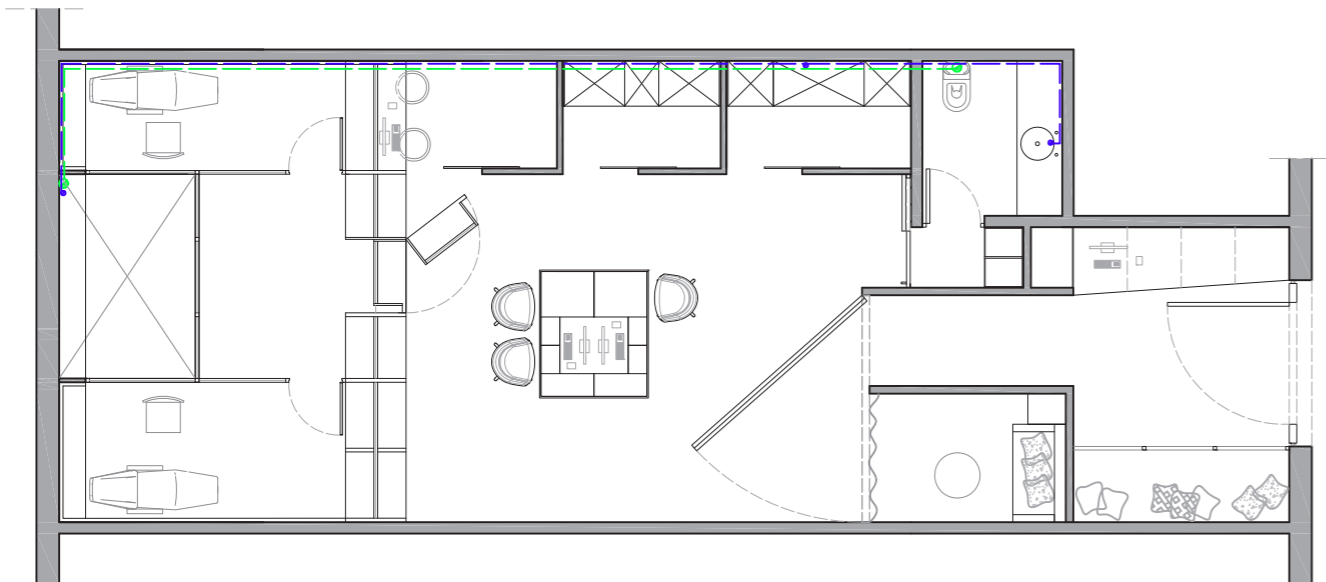
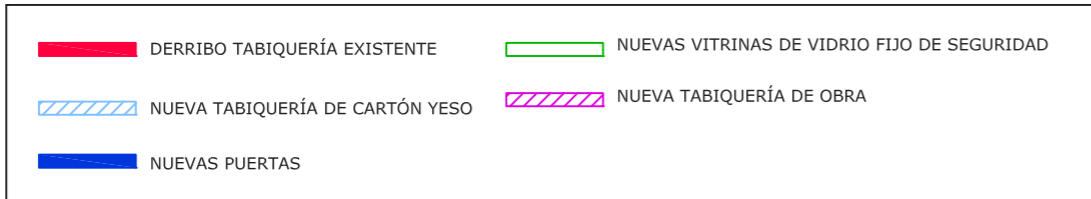
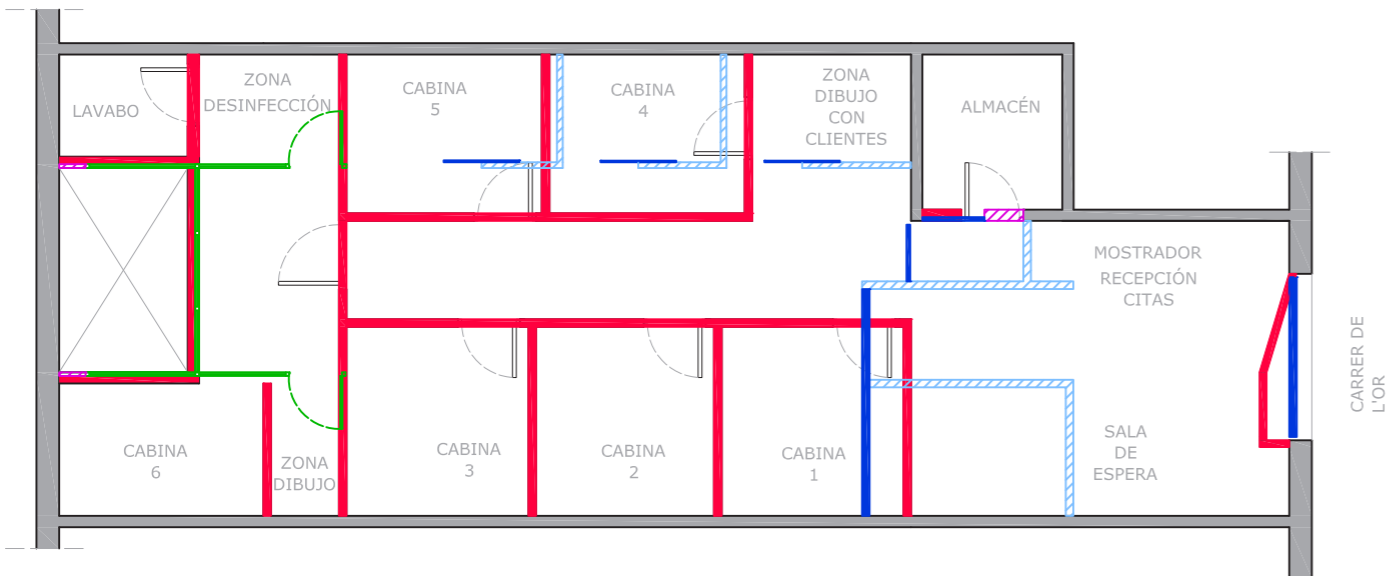
SECCIÓN TRANSVERSAL G-G'



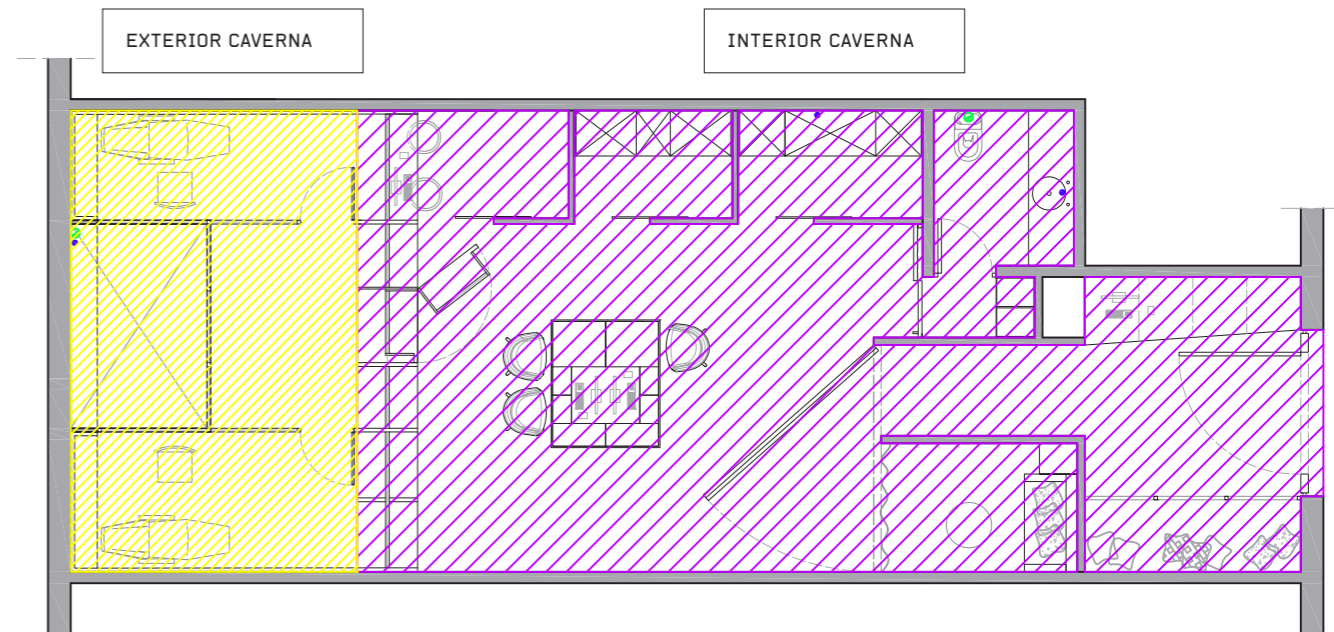
EL TECHO SE GENERA CON PERFILES DE ALUMINIO PARA GENERAR LA ESTRUCTURA VISTA, QUE EN LA PRIMERA ZONA INCORPORA PANTALLAS DE VÍDEO Y EN LA SEGUNDA LAS LUCES A MEDIDA. LA ALTURA DEL TECHO CAMBIA EN LAS DOS ZONAS. SU AGARRE SE REALIZA A LAS PAREDES, NO AL TECHO ORIGINAL YA QUE ESTÁ PROTEGIDO.

C/ DE L'OR 36, BARCELONA	SECCIÓN C-C', D-D', E-E', F-F' Y G-G'		
	TRABAJO FINAL DE GRADO		
	ANDREA GIRÓS GALINO	1/50	18 JUNIO 2015
		PÁG. 97	ESCOLA EINA

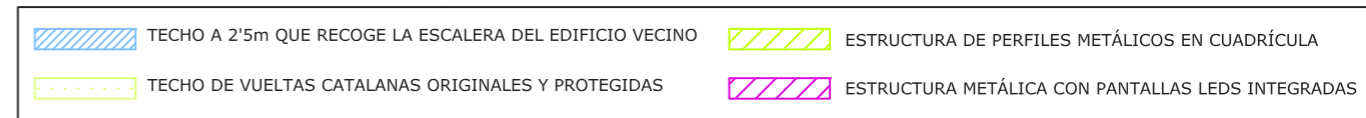
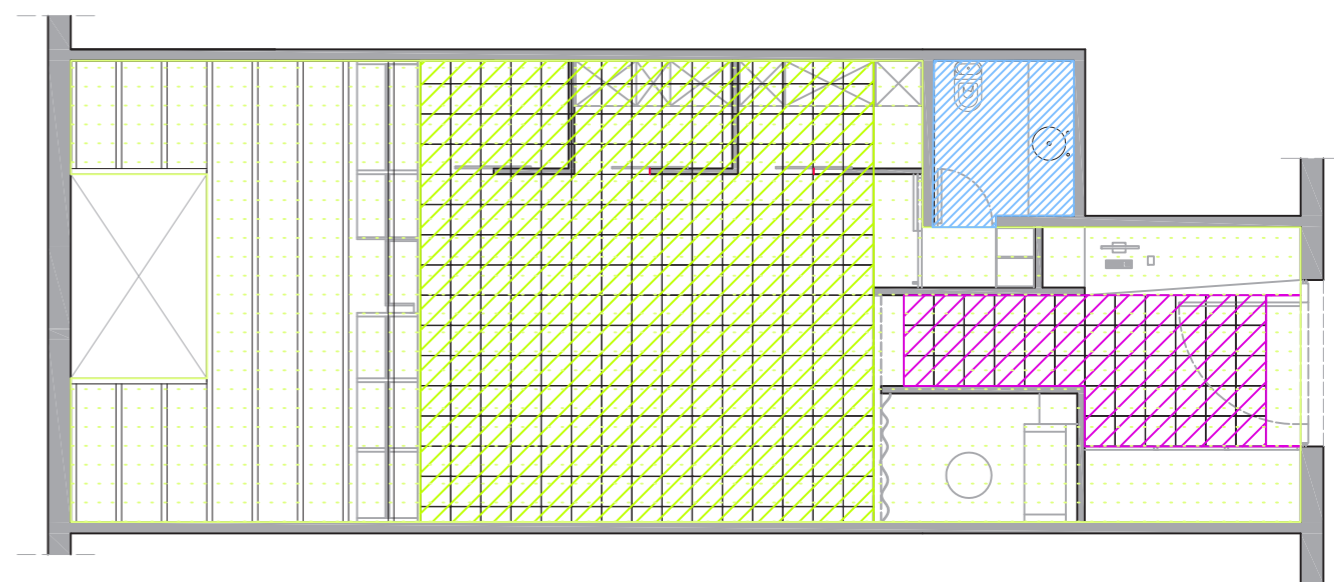
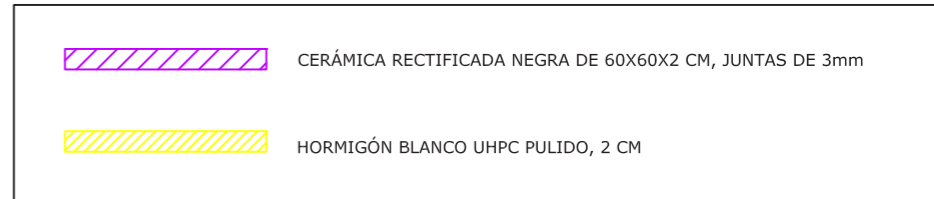
andrea.giros@gmail.com



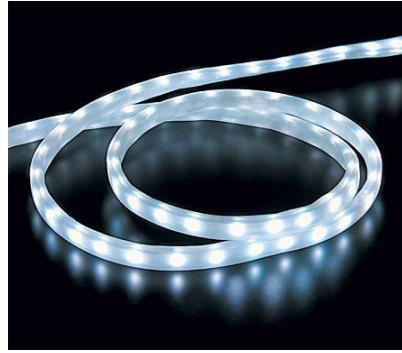
EL BAJANTE GENERAL DEL LOCAL SE ENCUENTRA EN EL PATIO EXTERIOR Y LOS CONDUCTOS PROVEDENTES DEL ASEO Y EL LAVAMANOS DEL ESPACIO DE DESINFECCIÓN PASAN POR EL INTERIOR DE LOS MUEBLES DE SERVICIOS BULTHAUP Y SE DIRIGEN HACIA EL BAJANTE POR EL ARRIMADERO DE HORMIGÓN QUE LOS ENMASCARA. LOS BAJANTES QUEDAN OCULTOS EN EL MURO VEGETAL, POR SUS ENREDADERAS Y PLANTAS, DE ESTA MANERA, LAS INSTALACIONES NO QUEDAN VISTAS PERO SON LOS PROPIOS ELEMENTOS DISEÑADOS LOS QUE LAS RECOGEN.



EL CAMBIO DE PAVIMENTO SE REALIZA AL CRUZAR EL MUEBLE VITRINA. MARCA EL INTERIOR Y EXTERIOR DE LA CAVERNA.



LOS DIFERENTES TIPOS DE TECHO MARCAN EL ESPACIO Y TIENEN UNA GRAN IMPORTANCIA DE PROYECTO. TODO EL LOCAL A EXCEPCIÓN DEL LAVABO TIENE EL TECHO DE VUELTAS CATALANAS ORIGINAL, PERO SE INCORPORAN ESTRUCTURAS METÁLICAS DE PERFILES



TIRA DE LEDS:

- EN EL MARCO DE LA PUERTA DE ENTRADA PARA GENERAR UN PERFIL DE LUZ.
- EN EL PERFIL INTERIOR DEL PATIO PARA PROPORCIONAR LUZ EN DÍAS OSCUROS O DE NOCHE.
- ENCIMA DEL LAVAMANOS DE LA ZONA DE DESINFECCIÓN.
- OCULTA POR EL ZÓCALO EN EL ESPACIO DE ENTRADA PARA EL PRIMER CONTACTO.



POTENCIA: 40W

- VOLTAJE: AC100-240V
- ÁNGULO DE HAZ: 120 °
- COLOR LUZ: BLANCO 6000K
- DIMENSIONES: 39'3X39'3X12CM

SISTEMA ANTI-DESLUMBRAMIENTO. ILUMINACIÓN VERTICAL Y HORIZONTAL. CUMPLEN LA NORMATIVA EUROPEA DE SUSTANCIAS CONTAMINANTES ROHS. VIDA ÚTIL: 35.000H.



MANHATTAN T5, DE JOAN GASPAR, 2005. APLIQUES GEOMÉTRICOS, RACIONALES Y SIN ORNAMENTOS. INCLUYEN UNA PELÍCULA DE POLICARBONATO SERIGRAFIADO PARA APORTAR CALIDAD A LA FUENTE LUMÍNICA QUE ES LA FLUORESCENCIA T5. PERMITE LA INSTALACIÓN TANTO EN VERTICAL COMO EN HORIZONTAL. DISPONIBLE EN VARIOS TAMAÑOS.

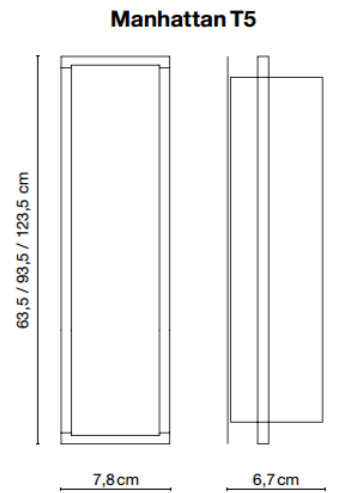
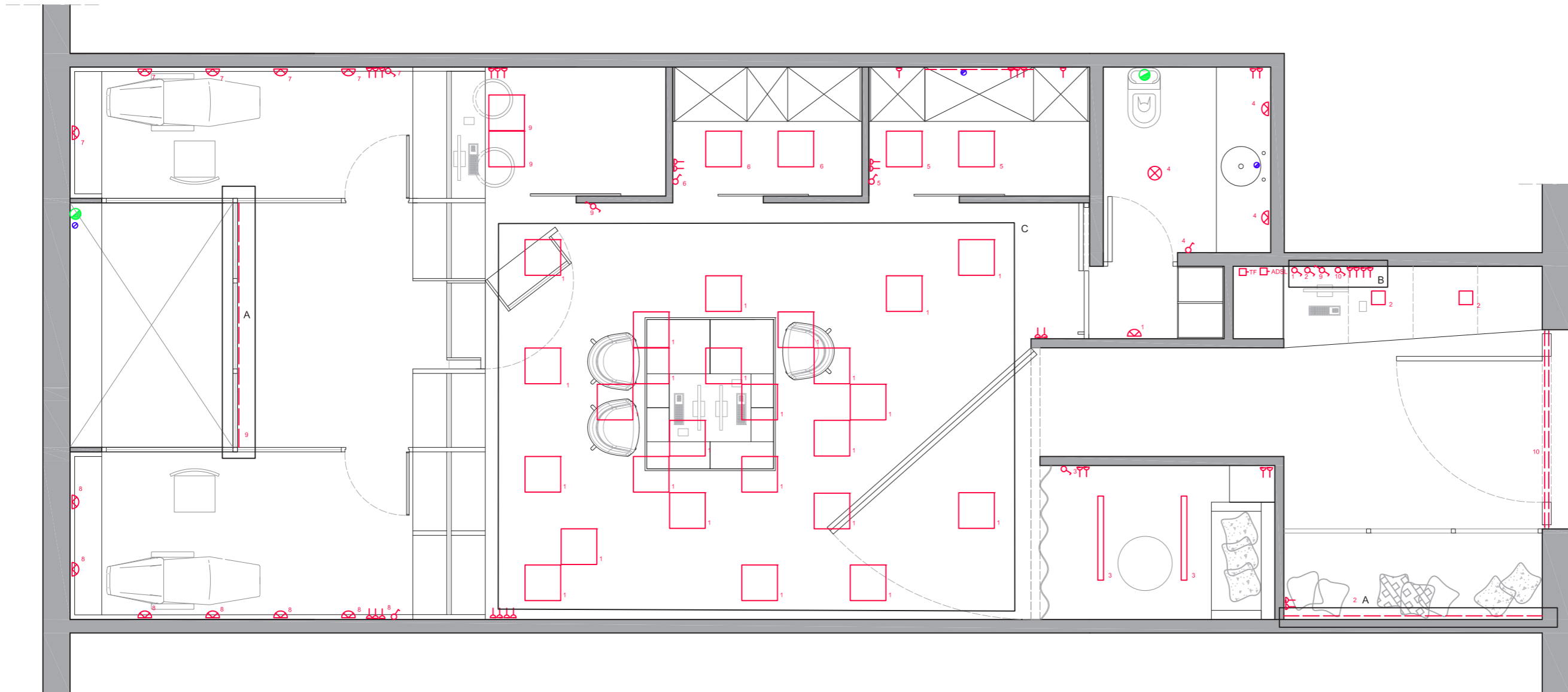
Estructura ● Cromo **Difusor** ○ Blanco

Estructura de aluminio anodizado

Manhattan T5 63,5
 T5 24W

Manhattan T5 93,5
 T5 39W

Manhattan T5 123,5
 T5 54W



ILUMINACIÓN:
 LA ILUMINACIÓN ES UNO DE LOS PUNTOS FUERTES DEL PROYECTO, POR TANTO ES IMPORTANTE DETERMINAR QUE TIPO DE LUMINARIAS Y INTENSIDAD LUMÍNICA GOBIERNA EN CADA ESPACIO.

	TOMA DE CORRIENTE		PUNTO DE LUZ A TECHO
	TOMA DE TELÉFONO		FOCO EMPOTRADO
	TOMA ADSL		PUNTO DE LUZ A PARED
	FLUORESCENTES COLGANTES DEL TECHO		INTERRUPTOR SIMPLE
	TIRAS DE LEDS		CONMUTADOR

TODAS LAS TOMAS DE CORRIENTE VAN A 30 CM DEL SUELO A MENOS QUE SE INDIQUE LO CONTRARIO EN PLANO.

TODOS LOS PUNTOS DE LUZ A PARED SE INSTALARÁN A 190 CM DEL SUELO A MENOS QUE SE INDIQUE LO CONTRARIO EN PLANO.

TODOS LOS INTERRUPTORES VAN A 80 CM DEL SUELO A MENOS QUE SE INDIQUE LO CONTRARIO EN PLANO.

A. INSTALACIÓN A NIVEL DE SUELO
 B. INSTALACIÓN A 110 CM DEL SUELO
 C. INSTALACIÓN INCORPORADA AL FALSO TECHO ESTRUCTURAL

C/ DE L'OR 36, BARCELONA	E05- ELECTRICIDAD	
	TRABAJO FINAL DE GRADO	
ANDREA GIRÓS GALINO	1/50	18 JUNIO 2015
	PÁG. 99	ESCOLA EINA

andrea.giros@gmail.com



PANTALLAS DETALLADAS EN PLANO
"DETALLE VIDEOWALL"



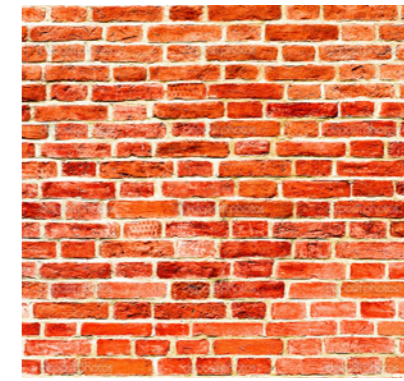
PINTURA PLÁSTICA MATE COLOR NEGRO
NSC: S 9000-N

EL PASILLO DE ENTRADA SE PINTA DE ESTE COLOR PARA QUE LAS PANTALLAS E IMÁGENES RESALTEN POR CONTRASTE. LA LUZ DE LOS PROYECTORES SE ABSORBE EN CONTACTO CON ESTA SUPERFICIE Y SÓLO EL SUELO REFLEJARÁ LAS LUCES. LA PARED DE LA ESTANCIA DE MAPPING CORPORAL AYUDA A QUE LA LUZ SE VEA EN EL CUERPO Y NO SE CONFUNDA CON EL FONDO



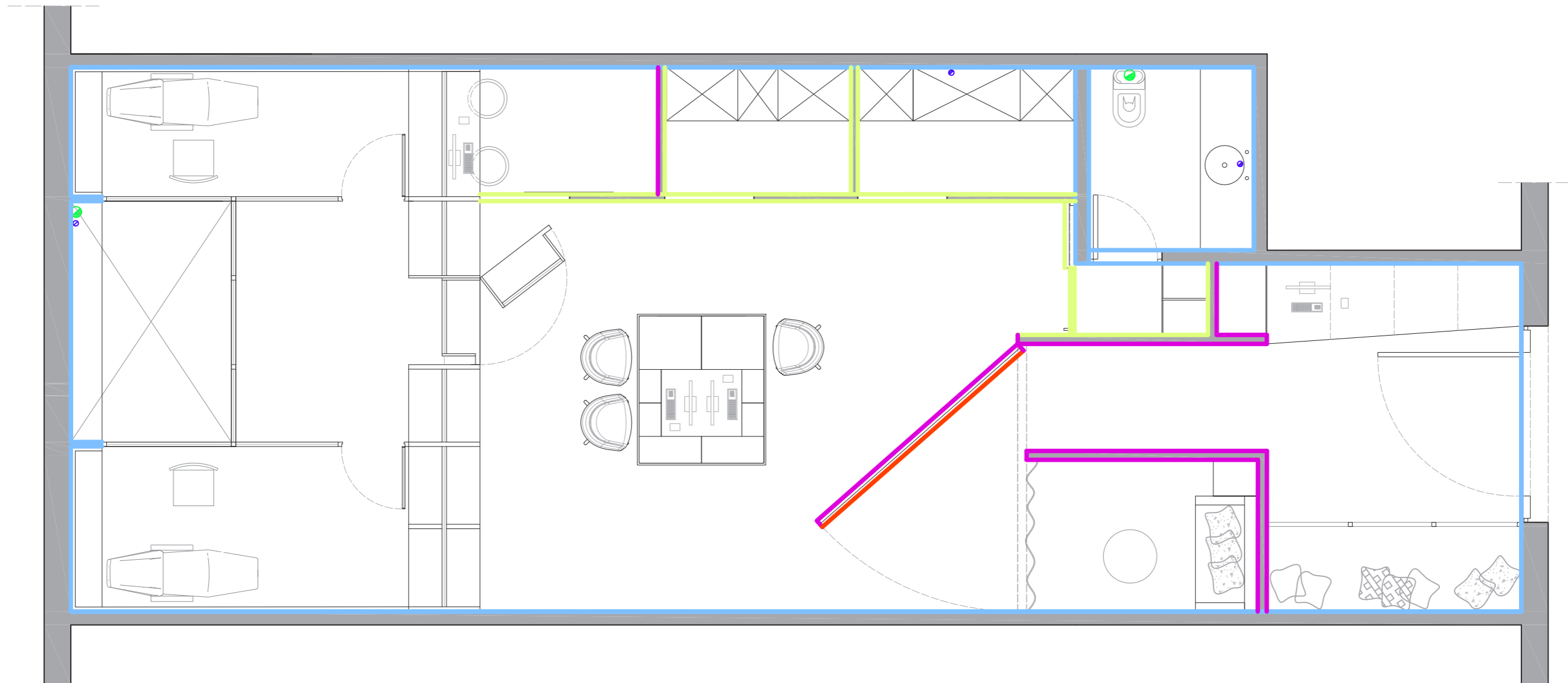
PINTURA PLÁSTICA MATE COLOR BLANCO
NCS: S 0500-N

ESTE COLOR PERMITE QUE LAS PROYECCIONES SE VEAN NITIDAMENTE Y A SU VEZ APORTA LUMINOSIDAD A ESTANCIAS DE DIMENSIONES REDUCIDAS COMO LA ZONA DE SERVICIOS. EL BLANCO APORTA SERENIDAD Y NEUTRALIDAD A ZONAS QUE PASAN A UN SEGUNDO PLANO. LAS PUERTA CORREDERAS DE LOS SERVICIOS TAMBIÉN SE PINTAN DE ESTE COLOR PARA INTEGRARLAS AL CONJUNTO.

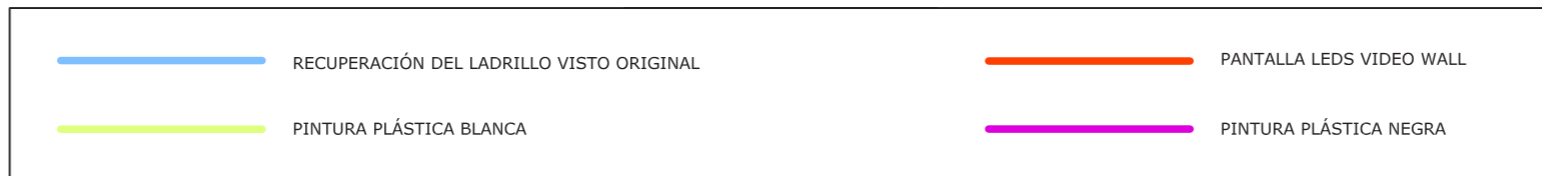


PARED ORIGINAL DE LADRILLO VISTO RECUPERADO Y LIMPIO

EL HECHO DE RECUPERAR LA PARED ORIGINAL DEL LOCAL APORTA LA SINCERIDAD Y HONESTIDAD QUE BUSCA EL PROYECTO. AL PRINCIPIO DEL RECORRIDO, DEBIDO A LAS LUCES Y EL CARÁCTER DEL ESPACIO, ESTE MURO NO RESALTA, PERO A MEDIDA QUE SE AVANZA VA GANANDO PROTAGONISMO HASTA QUE SE CONVIERTE EN EL ELEMENTO MÁS DESTACADO DE LA ZONA DE TATUAJE.



LOS DIFERENTES REVESTIMIENTOS, JUNTO CON LAS DIFERENTES PROYECCIONES QUE SE UNEN A ELLOS, AYUDAN A GENERAR LAS TRES DIFERENCIADAS ATMÓSFERAS.



1 USUARIO, 3 ESPACIOS, 4 CONCEPTOS, 9999 PRECISIONES

Este trabajo se caracteriza por utilizar conceptos de diferentes campos y especialidades que se consolidan en una propuesta espacial.

Esta propuesta espacial concretada en C/ Or 36, es solamente un modelo de la aplicación de lo que es el nuevo ritual del tatuaje creado y los conceptos trabajados a lo largo del trabajo. Por lo tanto, la parte teórica y conceptual del proyecto es aplicable a cualquier otro local de tatuaje que pretenda utilizar estos recursos, pero es en la práctica, en la aplicación a un espacio concreto, donde cambia cada local y por lo tanto su resultado proyectual.

El **usuario** es siempre el centro de la **experiencia** que ofrece el ritual y el proceso general de la creación del tatuaje. Éste usuario es el punto a partir del cual se genera una nueva manera de situar-lo en este tipo de locales, ya que hasta ahora ha sido puramente un visitante esporádico ajeno al espacio.

La propuesta se basa en 4 ramificaciones o líneas de trabajo: El **carácter**, que determina la atmósfera; la **luz**, que define el uso y la comodidad del usuario; la **filosofía platónica**, que resuelve y engloba toda la parte conceptual para ejercer un paralelismo entre el auto-conocimiento y la inmersión en el local; y el **ego**, que determina el trato que recibe el usuario y su nivel de familiaridad con el tatuador.

Estas 4 líneas, en el espacio, quedan divididas en 3 zonas, donde son tratadas de forma diferente y gradualmente. Las tres franjas ayudan a generar el concepto de **inmersión** personal, de **progreso** y avance hacia un punto final (el tatuaje). Los **filtros** de estas 3 zonas (la puerta de entrada, el vídeo wall, el mueble-vitrina y el muro vegetal) disponen de un gran valor y han sido diseñados específicamente para tener la importancia merecida y ser factores decisivos del proyecto.

Las 4 ramas del trabajo, divididas en sus tres zonas y mezcladas con la parte teórica previa que analiza y enfatiza los puntos del mundo del tatuaje, generan un espacio único.

El propósito del estudio es generar un cúmulo de información y teorización, que parte de los locales actuales pero que los eleva al nivel de disfrutar de un sentido y una razón de ser, eliminando el estereotipo y la estandarización. Por tanto, son muchos los **componentes teóricos** que se descubren en el trabajo, y que se convierten en **requerimientos** de la propuesta proyectual, factores que elevan el rigor y a su vez el importe del m², el cual se estima entre los 700-800€. Es decir, se plantea un proyecto de unos 60.000€ aproximadamente.

BIBLIOGRAFÍA

Henk Schiffmacher y Burkhard Riemschneider, (1996) *1000 Tattoos, true Love*. Taschen, Amsterdam: 1996

Takahiro Kitamura y Katie M. Kitamura, (2001) *Bushido, Legacies of the japanese tattoo*, Schiffer Publishing Ltd.: 2001

Jérôme Pierrat y Eric Guillon, (2000) *Es hommes illustrés, le tatouage des origines à nos jours*. Editions Larivière: 2000

Francesca Frigerio y Matteo Pironti, (2000) *El tatuaje. Temas - estilos - modelos*. Editorial De Vecchi: 2000

Vicenç Gràcia, (1999) *El arte del Tatuaje*, Tikal Ediciones: 1999

Grupo Masters, (2009), *Cómo ser experto en... Piercing y tatuaje*. Ediciones Masters:2009

FILMOGRAFÍA:

Tattoo. El alma en la piel 1. Dir. VITAC Producciones, 2006

Tattoo. El alma en la piel 2. Dir. VITAC Producciones, 2006

WEBS:

<http://www.xtec.cat/~lvallmaj/barriant/plato/plat-mi2.htm>

<http://www.xtec.cat/~lvallmaj/barriant/platomi2.htm>

<http://bodyart.batanga.com/4211/explicacion-cientifica-sobre-como-se-hace-un-tatuaje>

<http://perla28.com/video-mapping/>

<http://culturacolectiva.com/la-transformacion-de-la-superficie-el-mapping/>

<http://www.lifepark.sk/en/>

<http://www.smh.com.au/entertainment/art-and-design/the-success-of-melbournes-white-night-festival-shines-light-on-serious-art-20140223-33aeb.html>

http://es.wikipedia.org/wiki/Ghost_in_the_Shell (14-4-2015)

<http://www.filmaffinity.com/es/film334386.html> (14-4-2015)

<http://es.wikipedia.org/wiki/Tron> (14-4-2015)

http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/as-d141-2010.html#a1 (15-4-2015)



ANEXO 1

LOCALES DE TATUAJE EN GRACIA

Trabajo Final de Grado

ANDREA GIRÓS GALINO

CURSO 2014-2015

Mención:

DISEÑO INTERIORES

Tutora:

ANNA BACH

Agradecer a los profesionales del
tatuaje su tiempo y colaboración.
Este trabajo no se hubiera podido
llevar a cabo sin su ayuda.

El siguiente anexo se basa en el análisis de los diferentes locales de tatuaje en el barrio de Gracia, realizando un trabajo de campo imprescindible para conocer la naturaleza de los locales actuales y proceder a proyectar con una base sólida.

Todos los locales de tatuaje del barrio en vigencia quedan reflejados en este apéndice, visitados entre el 2 de febrero y el 13 de febrero de 2015.

Debido a que la participación y las circunstancias de los tatuadores en cada visita han sido muy diferentes, se establece un sistema de catalogación para jerarquizar la información obtenida en cada caso y ascender el valor de aquella más fiable.

La escala de valor se divide en dos partes:

Tiempo aproximado de la visita

Dependiendo de la duración del diálogo, se puede llegar a profundizar en ciertos temas y llegar a un nivel de complicidad que aporte información desligada de la formalidad. Se puede establecer un vínculo, o no, que permite que la conversación vaya más allá de una entrevista para un trabajo. Por lo tanto, es importante que el tatuador se sienta cómodo hablando y que alargue la visita tanto como guste.

Complicidad/Cooperación/Información

Obviando el tiempo, el nivel de profundidad de la entrevista aporta información más o menos fiable. Las ganas de hablar, la transparencia, la proximidad o la participación emocional son muestras de la veracidad de sus palabras, por tanto es imprescindible percibir las para esta clasificación.

Pese a no ser un método estricto, ni mucho menos rígido y objetivo, ha ayudado a analizar cada uno de los siguientes locales desde una mirada diferencial.

SPUTNIK TATTOO

Carrer La Perla 20
BARCELONA
sputnik.tattoo@gmail.com
Telf: 935 01 35 57



E: 1/1000 BCNPIC

Olor: incienso en la entrada

Música: heavy metal sonando por unos grandes altavoces. El cliente NO elige.

Anteriormente... el local era una tienda de ropa alternativa

Contexto: La calle de la Perla es una pequeña calle de Gracia poco transitada pero muy céntrica. Se encuentra cruzando la C/Torrent de l'Olla.

Son conscientes de la demanda en Gracia, de la competencia y la cantidad de locales en funcionamiento.

Cromatismo: blanco, negro y puntos destacados de rojo.

Materiales: 2 tipos de pavimentos que separan la zona de sala de

espera de la zona de entrada para pedir cita e información. Queda remarcada la diferencia por un desnivel de unos 20cm. Paredes de yeso pintadas.

Elementos destacados: sofá de piel en la sala de espera. Ilustración pintada en la pared justo en la entrada. Utilizan dos tipos de parquet como pavimento

Distribución: local no muy recargado, con una zona previa a las cabinas muy abierta. El paso se estrecha al ir a la zona de tatuaje.

Entrada: Escaparate para exponer piercings y ofertas. Puerta esquinada en entrada angular.

Funcionamiento: 4 tatuadores + 1 persona para piercings. Contratan tatuadores dependiendo de la de-

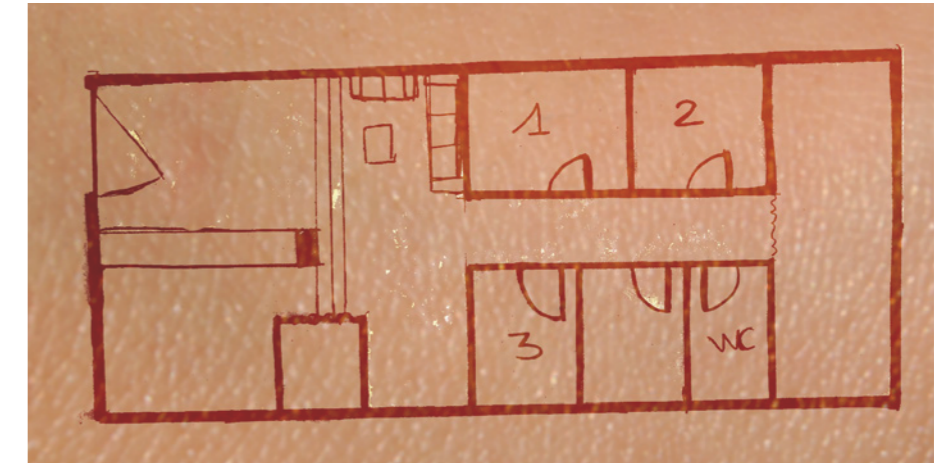
manda. Todos están visiblemente tatuados.

Cabinas: 2 boxes tatuaje + 1 más pequeña para piercing
Ventilación reglamentaria, flexo para iluminar, material muy a mano, todo higiénico y sin luz natural. Habitaciones separadas.



VALORACIÓN ENTREVISTA

Tiempo aprox: 15 min
+++
Complicidad/Cooperación/Información: media
:) :)



Planta local

Estancias: 1 lavabo, 1 trastero, zona de descanso para el personal, 1 sala esterilización.

Zona de dibujo: se dispone un escritorio individual en la sala de espera, con luz propia, para dibujar. Al finalizar el proceso, muchos dejan el boceto expuesto colgado en la pared sobre el pupitre.

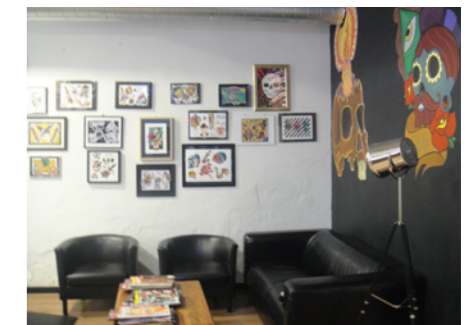
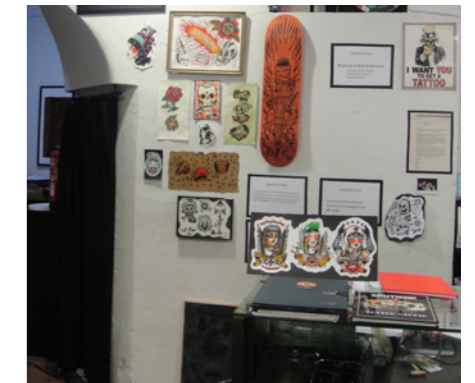
Instalaciones: tubo de ventilación visto, metálico y rudo. Recorre todo el techo de la sala de espera y entrada.

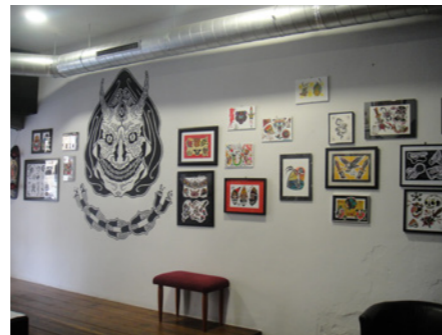
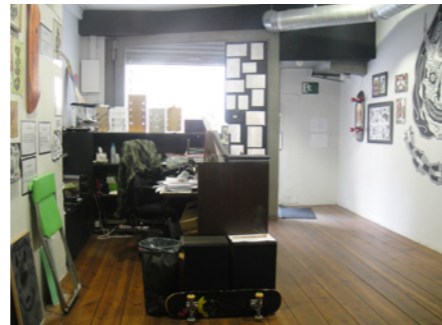
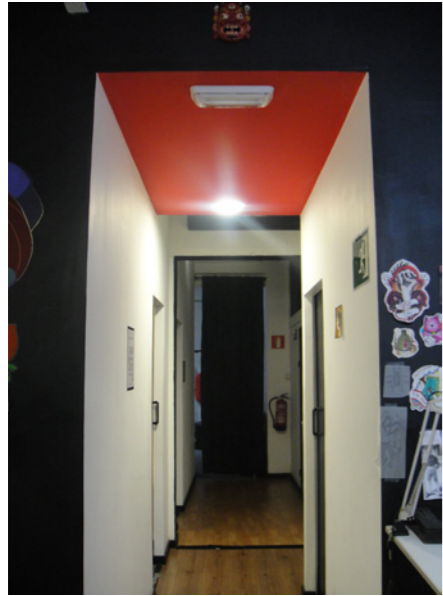
Clientes: tipo de gente muy diversa, varía mucho el flujo entre semanas, poca regularidad, incertidumbre. Puede tener 7 clientes una semana, 1 la siguiente...

Algunos clientes vienen para ser tatuados por un tatuador concreto, muchos tienen sus clientes fijos. Tatúan muchos más símbolos de infinito que calaveras, lo que denota que suelen ir más usuarios esporádicos o puntuales para pequeñas intervenciones.

Autocreación: Ambiente y estilo realizado por sus trabajadores y el personal del local. Los tatuadores no saben el porqué del estilo general, pero se sienten cómodos e identificados. No se rigen por normas de diseño. Muchos elementos, como las ilustraciones colgadas, se encuentran por casualidad, hicieron una exposición y acabaron quedándose en el local.

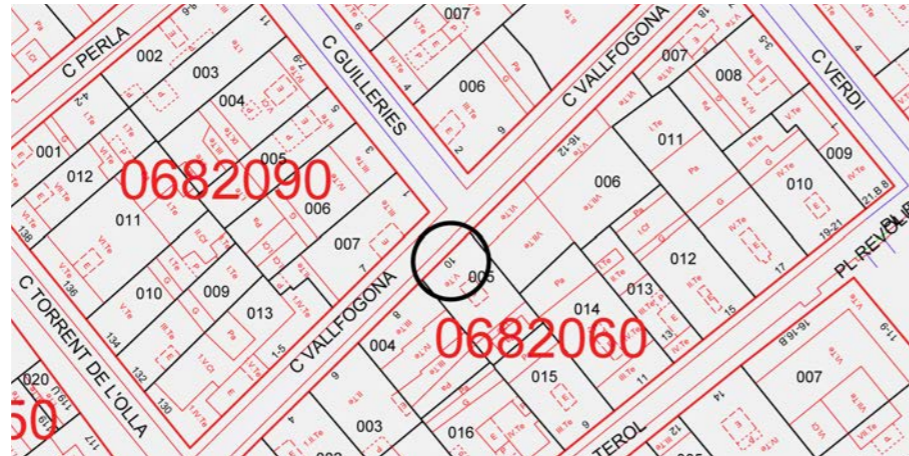
Reacción ante un diseñador: reacios a que participe y tome decisiones.





LOYALTY TATTOO

C/ Vallfogona 10
 BARCELONA
 Loyaltytattooobcn@gmail.com
 Telf: 93 213 08 16



E: 1/1000 BCNPIC

Olor: inoloro.

Música: rock, al gusto del tatuador. El cliente NO elige.

Anteriormente... era también un local de tatuaje (Bang Bang tattoo).

Contexto: La calle de Vallfogona se encuentra paralela a la calle de la Perla. Es una pequeña calle de Gracia poco transitada pero muy céntrica. Se encuentra cruzando la C/Torrent de l'Olla.

Tienen algunos problemas para llevar el negocio debido a la competencia y a las escasas dimensiones del local.

Cromatismo: verde, negro y dorado.

Materiales: pavimento de parquet sintético. Un desnivel de dos escalones divide la zona de dibujo del pasillo central. El techo está pintado con pintura dorada inní-fuga. Paredes de yeso pintadas con tonos verdosos.

Elementos destacados: banco de estilo francés, lámpara de araña, farola de calle y mueble vitrina de madera de estilo barroco.

Distribución: local de escasos metros, con pocos muebles en la entrada. Las zonas más generosas son las cabinas.

Entrada: de vidrio que abarca toda la anchura del local y que permite la entrada de luz natural hasta la cabina de vidrio. La gente se

para a mirar.

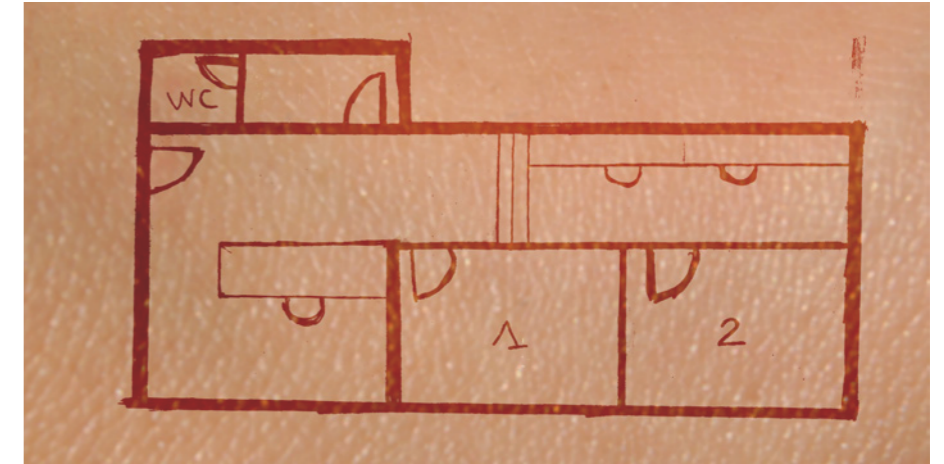
Funcionamiento: 1 tatuador jefe, dueño del local, que contrata a otros tatuadores dependiendo de la demanda de cada semana.

Cabinas: 2 boxes de tatuaje (una visible con vidrio y otra más íntima) Ventilación reglamentaria, flexo para iluminar, material muy a mano, todo higiénico y sin luz natural. Plancha metálica a metro y medio (reglamentaria).



VALORACIÓN ENTREVISTA

Tiempo aprox: 15 min
 +++
 Complicidad/Cooperación/Información: media
 :) :)



Planta local

Estancias: 1 lavabo, 2 cabinas, 1 espacio de dibujo y 1 zona de recepción y espera.

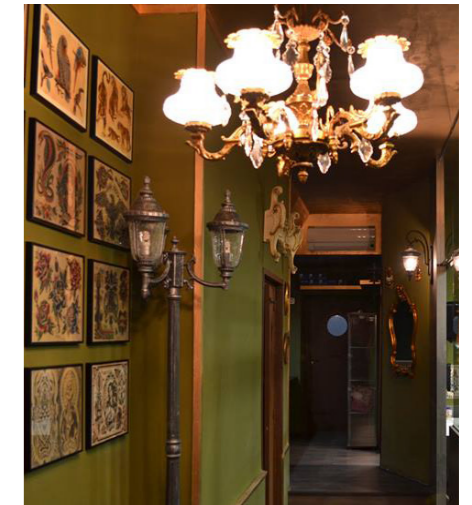
Zona de dibujo: se dispone un escritorio ancho empotrado a la pared al fondo del local. Dispone de luz propia de trabajo para dibujar.

Instalaciones: tubo de ventilación visto, pintado de dorado. Recorre el techo de la entrada.

Clientes: tipo de gente muy diversa, varía mucho el flujo entre semanas, poca regularidad, incertidumbre. Intentan no solapar clientes, debido a que el local es pequeño. Intentan mantener una relación familiar para que los pocos clientes que van, vuelvan.

Autocreación: Ambiente y estilo realizado por el dueño del local, con la ayuda del propietario del Gold Street Tattoo (analizado más adelante). Decoración propia, con sus propios dibujos o de otros tatuadores amigos. No se rigen por normas de diseño. Intentan no recargar el espacio porque es pequeño y ya queda lleno con 3 muebles. No utilizan mucho el negro por el mismo motivo, intercambiándolo por el verde.

Reacción ante un diseñador: reacios a que participe y tome decisiones





GOLD STREET TATTOO

C/ de l'Or, 36
08012 BARCELONA
Goldstreetbcn@gmail.com
Telf: 93 186 75 31



E: 1/1000 BCNPIC

Olor: inoloro

Música: rock y variada en la zona de entrada. El cliente NO elige.

Anteriormente... el local estaba vacío al alquilarlo, con las 4 paredes.

Contexto: La calle de l'Or se encuentra enfrente de plaza Virreina, visible des de cualquier punto de la plaza. La zona es muy transitada y céntrica. Es un local influyente en los demás de la zona, en el punto de mira, por sus grandes dimensiones y flujo de clientes.

Cromatismo: blanco, negro, metálicos y dorado.

Materiales: los muros perimetrales son de obra vista, recuperados. Pavimento de gres porcelánico. Cartón yeso y vidrio para la distribución interior de las cabinas. Utilizan hierro porque uno de los propietarios era herrero.

Elementos destacados: sofá de piel en la sala de espera. Banco de hierro personal, piano, pomos de las puertas personalizados. Reloj antiguo.

Distribución: local aprovechado para incorporar el máximo número de cabinas. Zona de entrada/espera y pasillo hacia un patio interior con las cabinas a los lados. A pesar de estar muy compartimentado, parece diáfano por el uso del vidrio en todas las cabinas.

Entrada: de vidrio, angular, con puerta en un lateral.

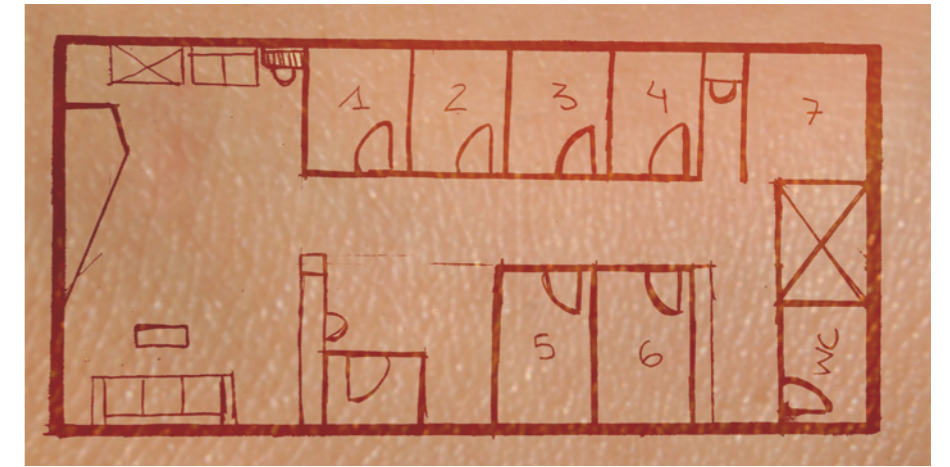
Funcionamiento: 3 tatuadores fijos + 4 tatuadores que rotan y no tienen una cabina concreta.

Cabinas: 7 boxes tatuaje. Ventilación reglamentaria, con material lavable hasta metro y medio. Entre cabinas se pueden ver, pero no oír. La distancia y los reflejos entorpecen la visión exterior



VALORACIÓN ENTREVISTA

Tiempo aprox: 15 min
+++
Complicidad/Cooperación/Información: media
:) :)



Planta local

Estancias: 1 lavabo, 1 almacén, 1 sala esterilización, dos zonas de dibujo y una gran sala de espera y recepción.

Zona de dibujo: se dota de una larga mesa para poder dibujar con el cliente y de un pupitre aislado para dibujar individualmente.

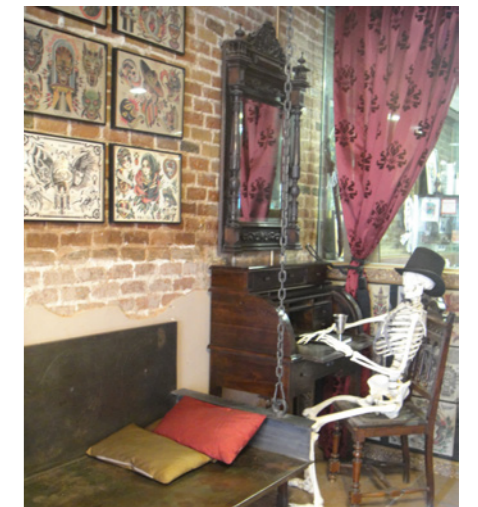
Instalaciones: vistas, pintadas.

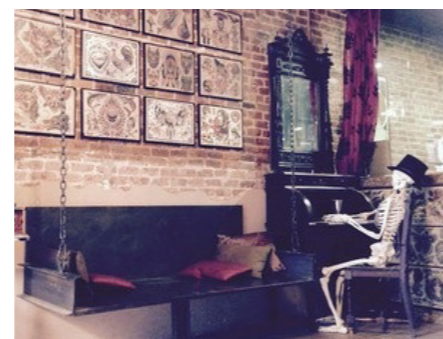
Clientes: tipo de gente muy diversa, varia mucho el flujo entre semanas, poca regularidad, incertidumbre. Siempre tienen algún tatuaje, el negocio parece que funciona bien y tiene éxito. Algunos clientes vienen para ser tatuados por un tatuador concreto, muchos tienen sus clientes fijos.

Autocreación: Ambiente y estilo realizado por sus trabajadores y el personal del local, concretamente por uno de los dueños que

ha sido herrero y ha trabajado en la construcción. No se rigen por normas de diseño. Todas las ilustraciones colgadas son del personal y todos los elementos decorativos los han ido añadiendo con especial atención. Han creado una zona con trabajos de un tatuador "modelo" que les influye directamente. Utilizan mucho los materiales y objetos reutilizados para dar un toque hogareño. Incluyen una viga IPN para colgar elementos, ya que el techo no pueden tocarlo.

Reacción ante un diseñador: reacios a que participe y tome decisiones





LA DOLOROSA

C/ Perill 4
08012 BARCELONA
Ladolorosabcn@gmail.com
Telf: 93 18 74 050



E: 1/1000 BCNPIC

Olor: inoloro.

Música: Indie. El cliente NO elige.

Anteriormente... -

Contexto: La calle Perill es importante sobretodo por el gimnasio Ubae. Es poco transitada pero muy céntrica. Se encuentra cruzando la C/Torrent de l'Olla, des de la que se ve La Dolorosa. Son conscientes de la demanda en Gracia, de la competencia y la cantidad de locales en funcionamiento y por eso utilizan una estrategia de marketing concreta: enfocar-se hacia un target de "chica que puede venir a tatuarse con su padre"

Cromatismo: blanco, rosa y azul cielo.

Materiales: pavimentos de parquet sintético. Paredes de yeso pintadas. Muebles de madera pintados con la misma gama cromática.

Elementos destacados: sofá terciopelo rosa chicle. Incorporan algunas ilustraciones y figuras que dan más color.

Distribución: local no muy recargado, con una zona previa a las cabinas muy abierta, incluyendo un escritorio para dibujar. Las cabinas se encuentran al fondo, detrás de recepción.

Entrada: El letering llama mu-

cho la atención, debido a que es la única puerta que se ve en el tramo.

Funcionamiento: 1 tatuador + 1 recepcionista. El tatuador mantiene su estilo característico pero opta por incorporar esta estrategia para diferenciarse de la competencia. Mínimo 1 cliente al día.

Cabinas: 2 boxes tatuaje y piercing. Ventilación reglamentaria, todo higiénico, ordenado y sin luz natural. Habitaciones separadas. Incluyen un tablón para colgar los bocetos.

VALORACIÓN ENTREVISTA

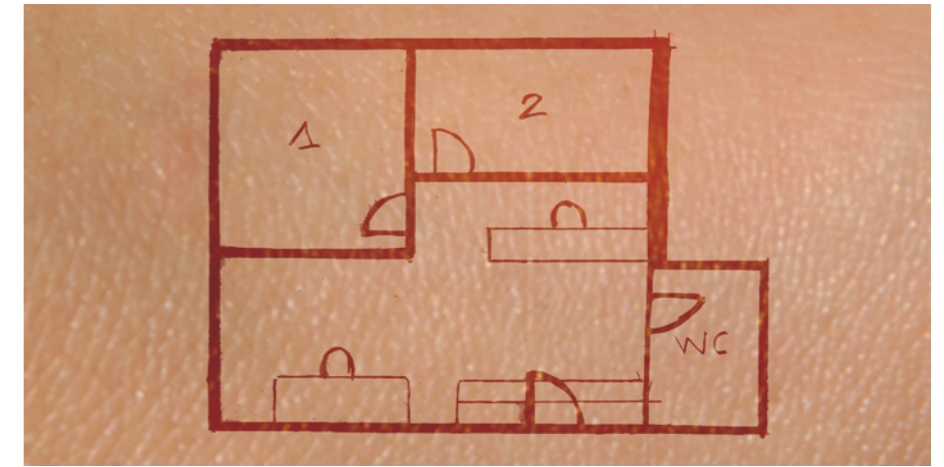
Tiempo aprox: 10 min
++
Complicidad/Cooperación/Información: alta
) :) :)

Estancias: 1 lavabo, 1 trastero, zona de estar/recepción.

Zona de dibujo: se dispone un escritorio en la sala de recepción, ya que solo hay un tatuador y por lo tanto el trato es personal e íntimo.

Instalaciones: ocultas

Clientes: tipo de gente corriente, que se tatúa esporádicamente y que huye de los típicos locales misteriosos. Vienen por el estilo personal de tatuador y por su idea de local. Existen temporadas bajas (de diciembre a febrero), pero se mantienen bien. Suelen ir más usuarios esporádicos o puntuales para pequeñas



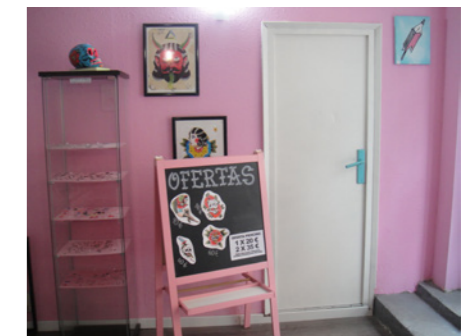
Planta local

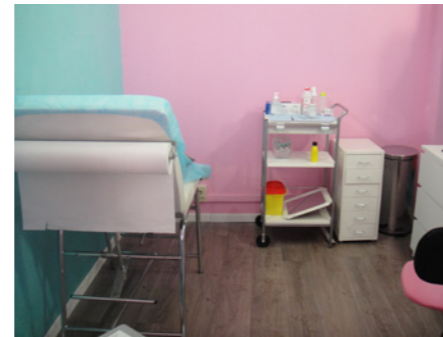
intervenciones. Suelen cederle el "privilegio" de que él diseñe el tatuaje. Se adapta a la demanda del usuario y no antepone su estilo personal. Piensa en el cliente y su estado mental a la hora de tatuarse. El dolor es en gran parte psicológico.

Autocreación: Ambiente y estilo realizado por el tatuador y la recepcionista. El nombre del local también forma parte de la estrategia de marketing, ya que él cree que parte de la gracia del tatuaje es que duela. Incluyen dibujos personales pero sin recargar el local, dando apariencia de higiene, alegría e inocencia. Se pueden ver calaveras pero no se muestran agresivas por estar en un contexto tan ingenuo e infan-

tilizado.

Reacción ante un diseñador: reacios a que participe y tome decisiones





LUIS TATTOO

Plaça de la Revolució de Setembre de 1868, nº13
08012, BARCELONA
luis.tattoo@gmail.com
Telf: 932 844 126



E: 1/1000 BCNPIC

Olor: inoloro

Música: música variada, bastante neutral. El cliente NO elige.

Anteriormente... el local era una clínica veterinaria

Contexto: Se encuentra en una zona privilegiada, en medio de la plaza Revolució, visible desde cualquier punto de ella.

Cromatismo: blanco, marrón, rojo y dorado. Los objetos dan color al espacio.

Materiales: pavimento de parquet sintético. Paredes de yeso pintadas de blanco.

Elementos destacados: parece

un anticuario, muchas figuras de dioses. Ambiente hindú que ayuda a forjar una idea del tatuador. En la entrada se encuentra una moto clásica y una butaca de médico del 1900.

Distribución: local muy recargado, con una zona de recepción previa a la cabina. A pesar de estar en reformas, se aprecia un pasillo que lleva a la zona íntima del tatuador y al aseo.

Entrada: A pesar de que la entrada no llama la demasiado la atención, dispone de una vitrina auto-creada con un buda. Entrada angular con puerta lateral.

Funcionamiento: 1 tatuador + 1 persona en recepción. Luis lleva

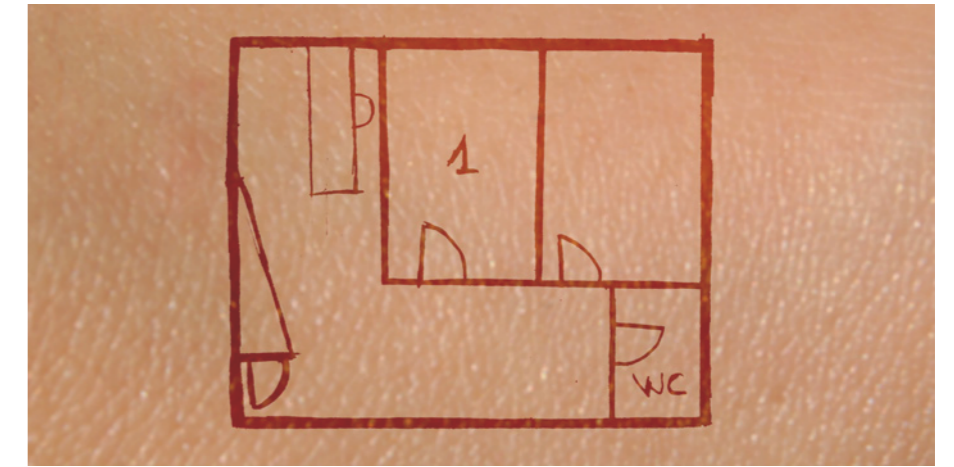
tatuajes polinesios. Trabaja 12-16h/día pero es feliz, el trabajo le llena, conoce a muchas personas y eso le aporta cosas. "Todo el mundo tiene algo que ofrecer".

Cabinas: 1 box tatuaje Ventilación reglamentaria, flexo para iluminar, material muy a mano, todo higiénico y sin luz natural. El ambiente sigue en la cabina, hay objetos y estatuillas.

Luis Navarro defiende que cada objeto del local es especial. Lo definen a él como persona.

VALORACIÓN ENTREVISTA

Tiempo aprox: 60 min
++++
Complicidad/Cooperación/Información: alta
) :) :)



Planta local

Estancias: recepción + cabina (imposibilidad de ver el resto del local)

Zona de dibujo: si ha de dibujar lo hace en la mesa de recepción. Pero en los tatuajes polinesios no realiza boceto.

Instalaciones: tubo de ventilación visto que recorre el techo de la entrada.

Clientes: tipo de gente muy diversa, varia mucho el flujo entre semanas. Quiere salir de los estereotipos y ser único. Luis sabe que realiza tatuajes diferentes, únicos, la gente también lo sabe y por eso tiene éxito. No descarta otros trabajos igual de gratificantes, no se siente

pleno por tatuar, si no por entrar dentro de la gente y conocer a personas. Tiene mucho éxito y ha tatuado a personas famosas que han oído de sus habilidades con el tatuaje polinesio.

Suele tatuar tatuajes polinesios pero no se cierra a otro tipo de encargos más corrientes o comunes.

Autocreación: Ambiente y estilo realizado por él. No se rige por normas de diseño. Luis guarda todos los bocetos y los papeles donde escribe la gente para definirse (los deberes que él pone a sus clientes). Ambiente utópico.

Reacción ante un diseñador:

"Nunca dejaría que un diseñador creara mi local. Tenemos que hacerlo nosotros mismos." Podría admitir una colaboración, en la cual se compartieran conocimientos. "Todos tenemos cosas que aprender de otra persona." Todo ha de tener su propia huella.





MAI MORIREM

C/ Torrent de l'Olla 160
08012 BARCELONA
www.mm-crew.cat
Telf: 93 217 85 30



E: 1/1000 BCNPIC

Olor: inoloro

Música: la música proviene de la zona comercial superior, no del espacio dedicado al tatuaje. El cliente NO elige.

Anteriormente... el tatuador desconoce el tipo de local que era.

Contexto: Se encuentra haciendo esquina en la C/ de l'Or y C/ Torrent de l'Olla. Pese a que el local se encuentra a pie de calle, no se aprecia que es un local de tatuaje, ya que en la primera planta se vende ropa.

Cromatismo: blanco, negro, rojo y metalizado.

Materiales: pavimento cerámico

negro. Paredes de las cabinas con alicatado tipo "tablero de ajedrez" para su buena higiene. Paredes de yeso pintadas de blanco y rojo.

Elementos destacados: Ilustraciones colgadas de la pared roja, con marcos dorados. Pared pintada con una calavera y las siglas A.C.A.B. Repisa con revistas de tatuaje.

Distribución: el local se divide en dos plantas. La principal está dedicada a la venta de ropa y la inferior al tatuaje. Solamente un cartel luminoso indica que existe la posibilidad de tatuar-se. Se deben bajar unas escaleras que llevan a las dos cabinas y el espacio de dibujo.

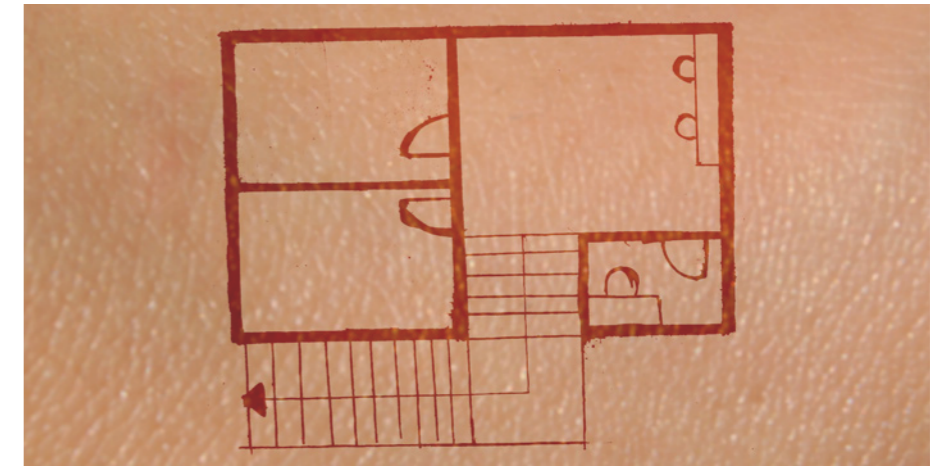
Entrada: En la tienda de ropa, toda la esquina es, a su vez, escaparate. Unicamente un cartel luminoso indica que es un local de tatuaje también.

Funcionamiento: 1 tatuador, no es el dueño, asalariado de la tienda.

Cabinas: 1 box tatuaje + 1 box piercing
Ventilación reglamentaria, flexo para iluminar, material muy a mano, todo higiénico y sin luz natural. Habitaciones separadas. El sonido de la máquina de tatuar llega a la zona superior.

VALORACIÓN ENTREVISTA

Tiempo aprox: 10 min
++
Complicidad/Cooperación/Información: media
) :)



Planta local

Estancias: 2 cabinas, una habitación de dibujo y una sala de espera. Los aseos se encuentran en la parte superior.

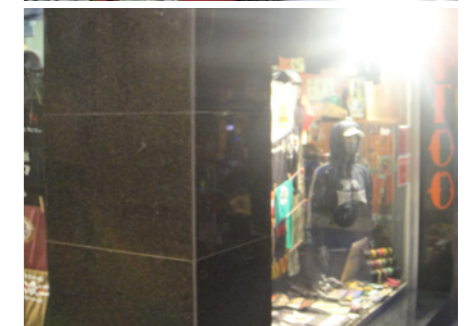
Zona de dibujo: se dispone un escritorio individual en una pequeña habitación iluminada con luz blanca.

Instalaciones: tubo de ventilación visto, dorado. Recorre el techo de la sala de espera.

Clientes: tipo de gente usuaria del local principal, varía mucho el flujo entre semanas, poca regularidad, incertidumbre. Suele tener una media de 10 clientes por semana. Suele tatuar a usuarios de la propia tienda de ropa.

Autocreación: Ambiente y estilo realizado por los trabajadores y el personal del local. Se sienten identificados. No se rigen por normas de diseño. Es el carácter de la tienda de ropa lo que se lleva al sótano e invade en local de tatuaje. Utilizan el mismo lenguaje.

Reacción ante un diseñador: no dispuesto a que diseñen su local. Lo han creado entre los trabajadores y es parte de ellos. Es un local con mucha identidad.





Blue cat tatto

Carrer Torrent de l'Olla, 178
08012 BARCELONA
www.tattoobluecat.es
Telf: 686 99 84 36 / 600 38 53
39



E: 1/1000 BCNPIC

Olor: inoloro

Música: variada, depende del tatuador que esté trabajando. El cliente NO elige.

Anteriormente... los tatuadores desconocen que tipo de local era.

Contexto: Se encuentra en la calle Torrent de l'Olla, haciendo esquina con C/ Robí. Zona muy céntrica y transitada. Pese a hacer esquina únicamente capta la atención desde Torrent de l'Olla.

Cromatismo: blanco, negro y rojo.

Materiales: pavimento de madera sintética laminada de color verdoso. Techo pintado de negro. Paredes de yeso pintadas. Cabinas hechas de cartón yeso.

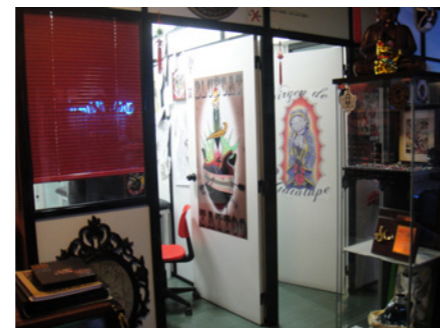
Elementos destacados: Graffiti como ilustración decorativa de un tatuaje situado en el techo. Justo debajo del graffiti se incorpora un vinilo también decorativo. Muchos objetos de estilo oriental.

Distribución: local muy recargado, con una zona previa a las cabinas que incluye la zona de dibujo, recepción y sala de espera. En la zona reservada se encuentra el aseo y un espacio únicamente para los tatuadores.

Entrada: Escaparate para exponer piercings y ofertas. Puerta en Torrent de l'Olla. Letterings luminosos de neón llaman la atención a los transeúntes. No invita a entrar, se ve repleto de objetos que obstaculizan la visión. Crea un efecto de cueva y reclusión.

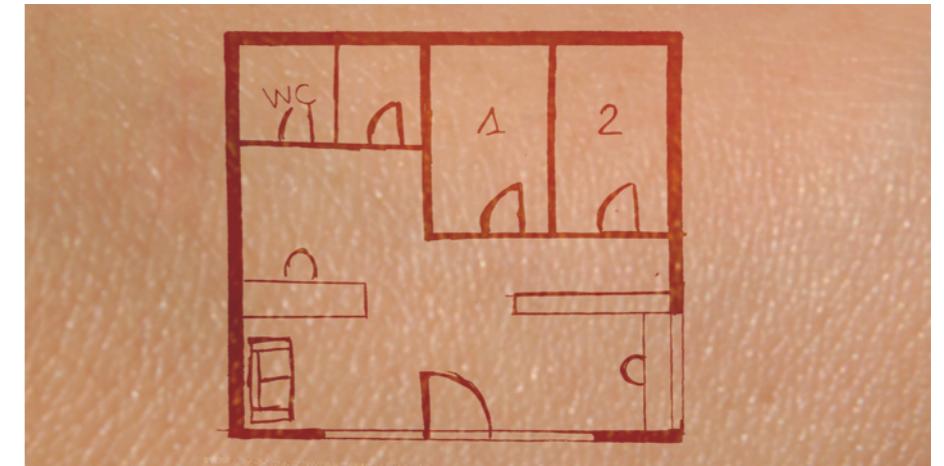
Funcionamiento: 3 tatuadores, todos visiblemente tatuados. Parecen muy jóvenes pero con experiencia.

Cabinas: 2 boxes tatuaje en las que se turnan los diferentes tatuadores. Ventilación reglamentaria, flexo para iluminar, material muy a mano, todo higiénico y sin luz natural. Habitaciones separadas.



VALORACIÓN ENTREVISTA

Tiempo aprox: 15 min
+++
Complicidad/Cooperación/Información: alta
) :) :)



Planta local

Estancias: 1 lavabo, 1 trastero, zona de dibujo/sala de espera/recepción y 2 cabinas

Zona de dibujo: se dispone un escritorio contra el vidrio del exterior. Un ordenador Mac gobierna la mesa, en el que se pone la música. Solamente un asiento.

Instalaciones: instalaciones no visibles.

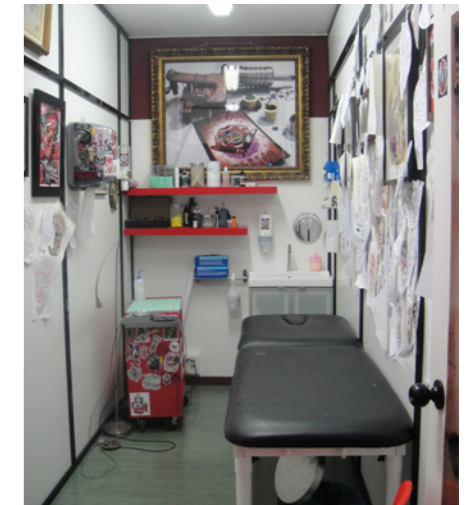
Clientes: tipo de gente muy diversa, varía mucho el flujo entre semanas, poca regularidad, incertidumbre.

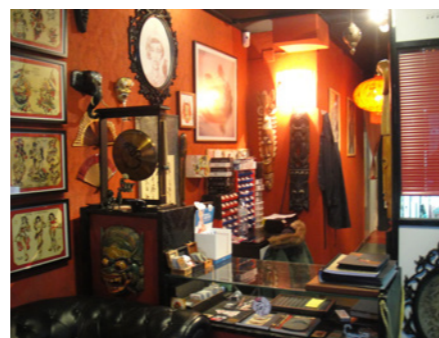
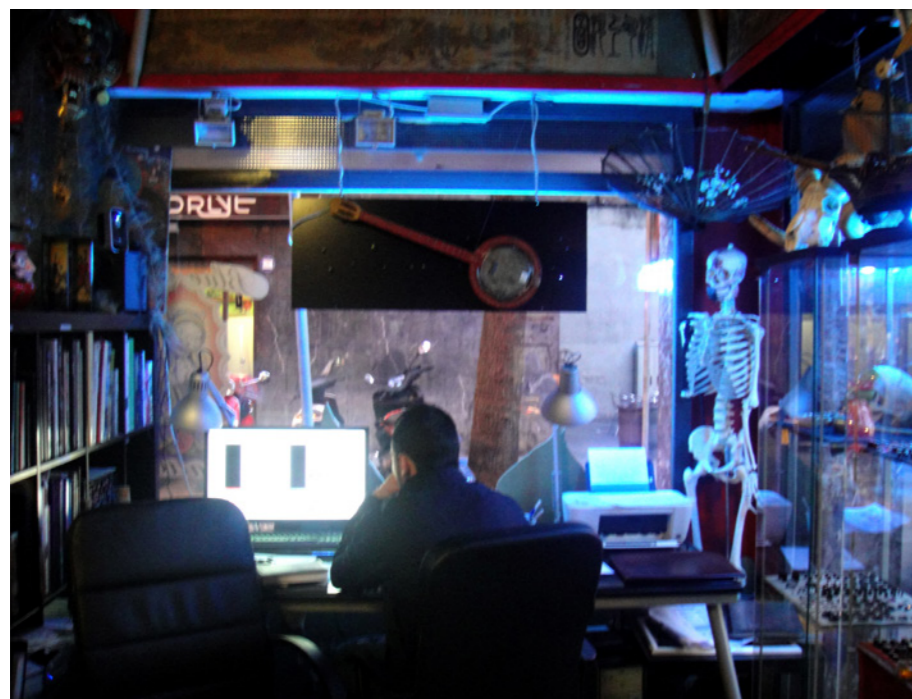
Algunos clientes vienen para ser tatuados por un tatuador concreto, muchos tienen sus clientes fijos. Cada tatuador tiene una tarjeta personal con alguna referencia al

local general.

Autocreación: Ambiente y estilo realizado por el personal del local. Los tatuadores no saben el porqué del estilo general, pero se sienten cómodos e identificados. No se rigen por normas de diseño. Los tatuadores van dejando su huella en el espacio, sobretodo con objetos de estilo oriental porque le gusta más al jefe. Todos estos objetos les "protegen" del exterior y de las cristaleras que deberían dejar pasar mucho la luz.

Reacción ante un diseñador: reacios a que participe y tome decisiones. El local forma parte de su identidad.





MIGMAN TATTOO

Alegre de Dalt, 66
08024 BARCELONA
migmantattoo@gmail.com
Telf: 930 04 57 92



E: 1/1000 BCNPIC

Olor: inoloro

Música: rock. El cliente NO elige.

Anteriormente... lleva abierto 1 año y medio solamente

Contexto: Se encuentra en una calle solitaria, donde unicamente pasan los turistas que vienen del Parque Güell. La calle dispone de pocos comercios, pero entre ellos se conocen y mantienen una muy buena relación. Es consciente de la demanda en Gracia, de la competencia y la cantidad de locales en funcionamiento.

Cromatismo: blanco, negro, rojo y dorado.

Materiales: Pavimento cerámico

negro. Paredes de yeso pintadas de rojo o blanco (en la cabina).

Elementos destacados: las fotos de algunos tatuajes realizados enmarcados en la pared. El escritorio a doble altura con mostrador pintado por el mismo tatuador. Gran espejo en la entrada, coronado con la estatua de un ángel.

Distribución: local con una zona "pública" muy visible desde el exterior. La cabina queda en la parte posterior del mostrador, de manera que si entra alguien se puede subir la estora y ver quien es a través de la ventana interior. Se encuentra un largo pasillo que lleva al aseo.

Entrada: Visualmente el local

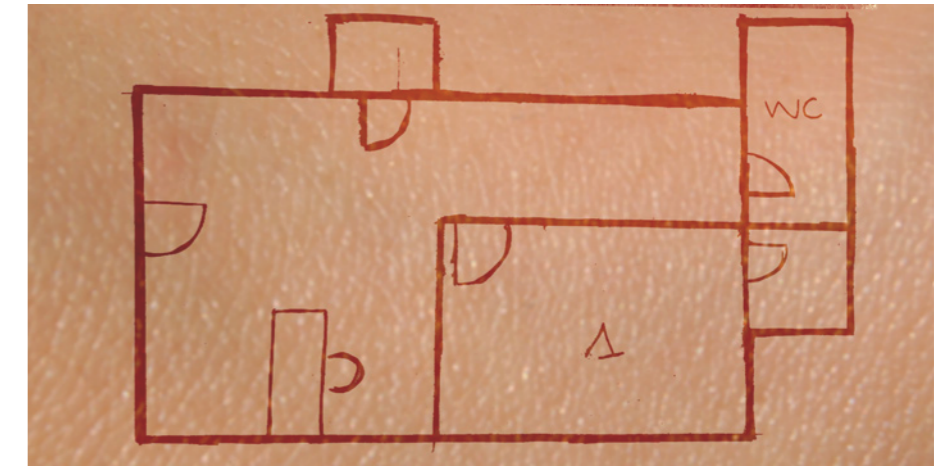
da color a la calle, brilla, llama mucho la atención. Los colores vivos del interior resaltan con la tonalidad grisácea de la calle.

Funcionamiento: 1 tatuador. Visiblemente tatuado, pero solo en las piernas.

Cabinas: 1 box tatuaje. Ventilación reglamentaria, flexo para iluminar, material muy a mano, todo higiénico y sin luz natural. Habitaciones separadas. Materiales no-astillables. Pintura lavable en paredes. Todo el material de un solo uso visible en sus bolsas herméticas.

VALORACIÓN ENTREVISTA

Tiempo aprox: 90 min
++++
Complicidad/Cooperación/Información: alta
) :) :)



Planta local

Estancias: 1 lavabo, 2 trasteros, zona de recepción/espera, 1 cabina.

Zona de dibujo: El propio mostrador dispone de una zona de dibujo, con pantalla de ordenador comunicada con otra pantalla a nivel del mostrador. De esta manera, el tatuador dibuja en el escritorio y el cliente lo ve en la segunda pantalla.

Instalaciones: instalaciones ocultas

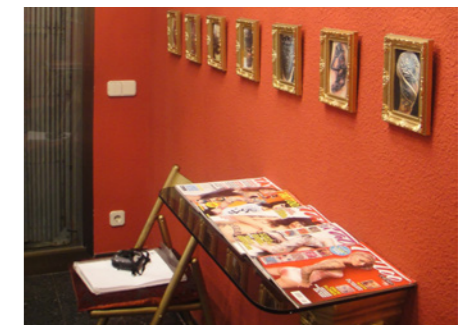
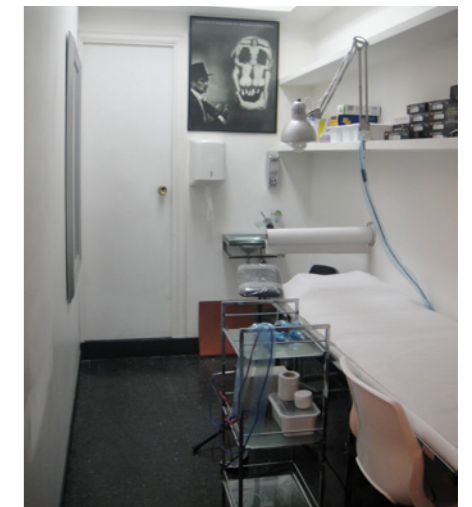
Clientes: tipo de gente muy diversa, varia mucho el flujo entre semanas, poca regularidad, incertidumbre. Suele tatuar a los trabajadores del hospital cercano (desde cirujanos, enfermeras...)

Intenta aportar siempre individualidad a los tatuajes, a pesar de que vengan clientes con ideas muy convencionales, siempre aporta algo innovador e identificativo.

Autocreación: Ambiente y estilo realizado por el tatuador (y dueño) y su mujer.

No se rigen por normas de diseño, pero intentan aportar un estilo barroco y refinado. Llama la atención que utilizan los cuadros como básicamente los únicos objetos decorativos, y los sitúan con criterio y creando una cuadrícula perfecta.

Reacción ante un diseñador: no ve la necesidad ya que su local tiene un resultado muy positivo, pero tampoco rechaza la idea.





PURO TATTOO

RONDA DEL GUINARDÓ Nº 27
08024 BARCELONA
puro_tattoo@yahoo.es
Telf: 93 436 96 75



E: 1/1000 BCNPIC

Olor: olor a desinfectante

Música: -
Anteriormente... -

Contexto: Se sitúa en una calle ancha, con muchos transeúntes y bastante concurrida. Es consciente de la demanda en Gracia, de la competencia y la cantidad de locales en funcionamiento. Se considera especial y huye de los típicos locales "extremistas".

Cromatismo: blanco y negro.

Materiales: Pavimento cerámico blanco que sube por la pared hasta una altura de 1'5m. Paredes de yeso pintadas de colores neutros.

Elementos destacados: resalta la

pequeña mesita en la entrada de recepción. Los muebles/vitrinas de piercings y los libros/catálogos para sugerir o dar ideas de tatuajes. Destacan los cuadros del tatuador, que dan color, a pesar de que sean muy pocos y no se encuentren visibles al entrar.

Distribución: local no muy recargado, con una zona de entrada/recepción donde se exponen las posibilidades. Las cabinas generan un pasillo que conduce a la zona privada. A lo largo de este pasillo se pueden apreciar los cuadros coloridos.

Entrada: Los vidrios de la entrada disponen de fotografías enganchadas que limitan la visión desde el exterior pero permiten

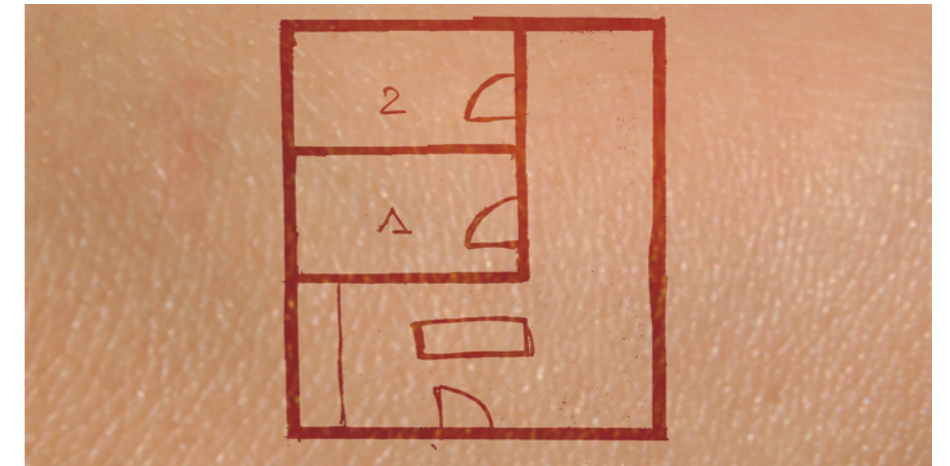
el paso de la luz de manera que la entrada queda bastante iluminada.

Funcionamiento: 1 tatuador. Con la carrera de Bellas Artes, que lleva 10 años tatuando. Nunca quiere repetir tatuaje, han de ser todos únicos.

Cabinas: 1 box tatuaje + 1 box piercing
Ventilación reglamentaria, flexo para iluminar, material muy a mano, todo higiénico y sin luz natural. Habitaciones separadas.

VALORACIÓN ENTREVISTA

Tiempo aprox: 25 min
+++
Complicidad/Cooperación/Información: alta
) :) :)



Planta local

Estancias: Solo se ha podido acceder a las dos cabinas y la zona de entrada.

Zona de dibujo: se dibuja en la propia cabina de tatuaje, con un tablero de apoyo.

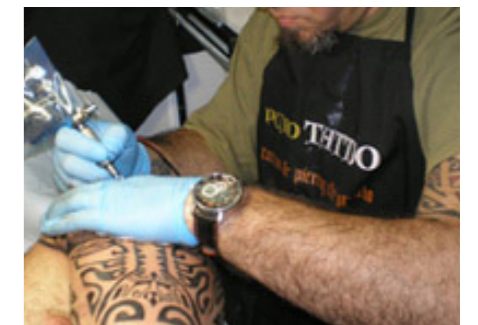
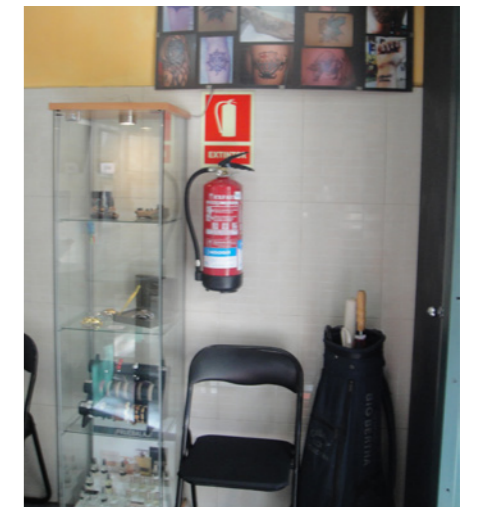
Instalaciones: ocultas.

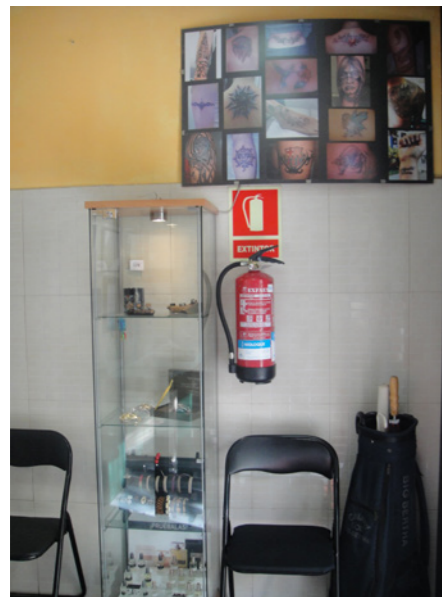
Clientes: tipo de gente muy diversa, varía mucho el flujo entre semanas, poca regularidad, incertidumbre. Suele tener clientela célebre o conocidos debido a su fama y calidad de trabajo.

Autocreación: Ambiente y estilo realizado por él mismo. No se rige por normas de diseño. Intenta dar al espacio una ambientación más bien higiénica, de hospital.

Al fin y al cabo, la salubridad en estos locales es lo más importante. El estilo se basa en ser práctico y economizar esfuerzos a la hora de limpiar. No aporta una identidad del tatuador, sino ser neutral y piensa en como se debe sentir el usuario: entrando a un espacio esterilizado, pulcro y seguro.

Reacción ante un diseñador: único tatuador que se encuentra completamente conforme en que intervenga un diseñador a la creación del local. Su identidad no está en juego puesto que él no se identifica con éste.





UNDER SKIN TATTOO

C/ Hipòlit Làzaro 30
BARCELONA
hernanfernantattoo@hotmail.com
Telf: 61 99 58 856



Olor: inoloro

Música: rap o música variada. El cliente puede elegir.

Anteriormente... -

Contexto: La calle se encuentra cerca de la C/ Pi i Maragall, muy transitada y con comercios. Eso hace visible al local aunque no resalta demasiado.

Cromatismo: blanco, negro, grises, rojo y dorado.

Materiales: pavimento cerámico claro con moteado. Paredes de yeso pintadas. Se utiliza el vidrio para la creación de la cabina, y perfiles metálicos dorados.

Elementos destacados: sofá de piel rojo en la entrada. Se encuentran espejos en diferentes formas y estilos. La cabina parece un elemento sobrepuesto en el espacio, una pecera incorporada sin premeditación.

Distribución: local con una sola cabina muy grande, desproporcionada con las dimensiones del local. Se encuentran de reformas, quieren incorporar 3 cabinas.

Entrada: Desde el exterior se puede ver el interior de la cabina de tatuar, pero el cliente suele estar tumbado y por lo tanto no lo ven. La poca intimidad en el interior de todo el local se debe a la puerta de vidrio y a una ventana a

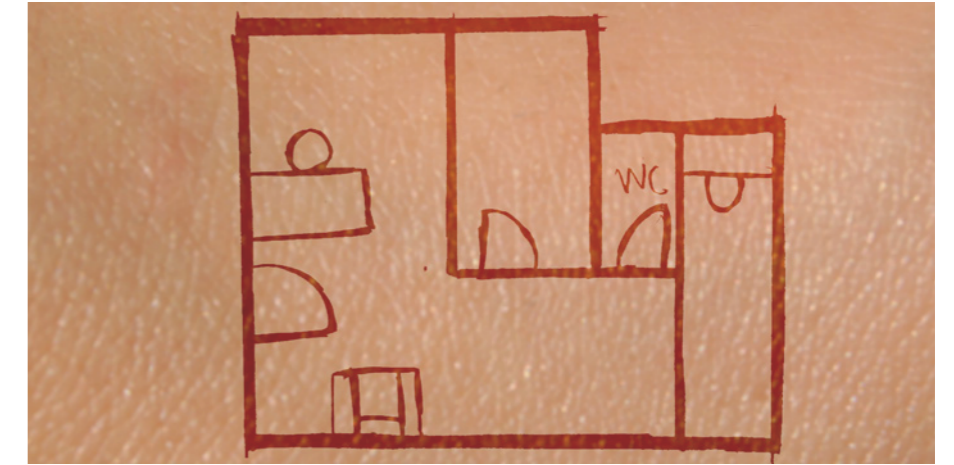
nivel de mostrador.

Funcionamiento: 6 tatuadores. Todos están visiblemente tatuados. Debido a que solamente disponen de una cabina, se la turnan entre los 6.

Cabinas: 1 box tatuaje (se va a dividir el espacio para disponer de 3 cabinas) Ventilación reglamentaria, flexo para iluminar, material muy a mano. Dispone de luz natural. La cabina dispone de todo el material de un solo uso e incorpora las cajas reglamentarias de material rechazado.

VALORACIÓN ENTREVISTA

Tiempo aprox: 10 min
++
Complicidad/Cooperación/Información: alta
) :) :)



Planta local

Estancias: 1 lavabo, 1 trastero/ zona de dibujo, 1 cabina y espacio de recepción.

Zona de dibujo: se dispone un escritorio individual en un tipo de trastero bastante oscuro. La zona de dibujo se encuentra al final del local, muy escondida y en un espacio un poco claustrofóbico. El cliente no entra a este espacio, no se dibuja con él.

Instalaciones: instalaciones ocultas.

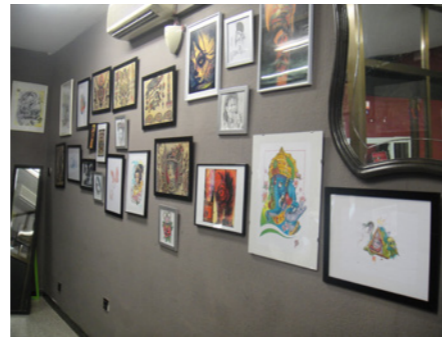
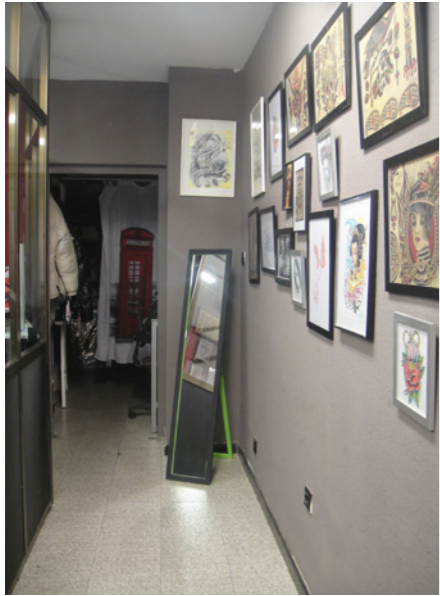
Clientes: tipo de gente muy diversa, varia mucho el flujo entre semanas, poca regularidad, incertidumbre. Suelen tener siempre como mínimo 1 cliente. Algunos clientes vienen a ser

tatuados por un tatuador concreto, mientras que otros eligen por sus trabajos o amistades.

Autocreación: Ambiente y estilo realizado por sus trabajadores y el personal del local. Los tatuadores no saben el porqué del estilo general, pero se sienten cómodos e identificados. No se rigen por normas de diseño. Las ilustraciones colgadas son de los mismos tatuadores, dotando de personalidad. Las reformas las dirigen ellos mismos, tomando las decisiones dependiendo de su criterio y estilo.

Reacción ante un diseñador: reacios a que participe y tome decisiones





XAMAN TATTOO

C/ Bruniquer nº8
08012 BARCELONA
Telf: 638 30 51 58



Olor: inoloro

Música: rock, metal... Pero el cliente puede elegir.

Anteriormente... -

Contexto: La calle Bruniquer se encuentra en pleno centro del barrio de Gracia. El tatuador es consciente de la demanda en el barrio, de la competencia y la cantidad de locales en funcionamiento. La calle no dispone de muchos comercios pero es muy transitada por los vecinos. Los clientes acostumbran a ser del propio barrio.

Cromatismo: blanco, negro y algunos puntos rojos o amarillos.

Materiales: pavimento cerámico beige en todo el local. Las escaleras de entrada también del mismo material. Paredes de yeso pintadas de blanco. No se incorpora el material lavable a la altura de 1'5m. Escaleras que conducen al piso superior, no utilizables para los clientes, de madera.

Elementos destacados: lámpara de tela en la entrada. Destaca el tabique de cartón yeso que se ha pintado con un grafiti y que da fondo a la recepción y divide de la zona de tatuaje. Los dibujos expuestos en la pared, se encuentran pegados directamente, sin marco fotográfico.

Distribución: local no muy recargado, con una zona previa a

la cabina muy abierta. Se ha de andar hasta el final del local para llegar a la recepción. Justo detrás se encuentra la zona de tatuar y un reservado con un largo sofá para los acompañantes.

Entrada: Escaparate con algunos de los objetos que dan ambiente al local. Llama la atención debido a que es el único comercio visible en esta misma acera.

Funcionamiento: 1 tatuador. Visiblemente tatuado.

Cabinas: No hay una cabina cerrada. Se tapa la visión únicamente. Flexo para iluminar, material muy a mano.

VALORACIÓN ENTREVISTA

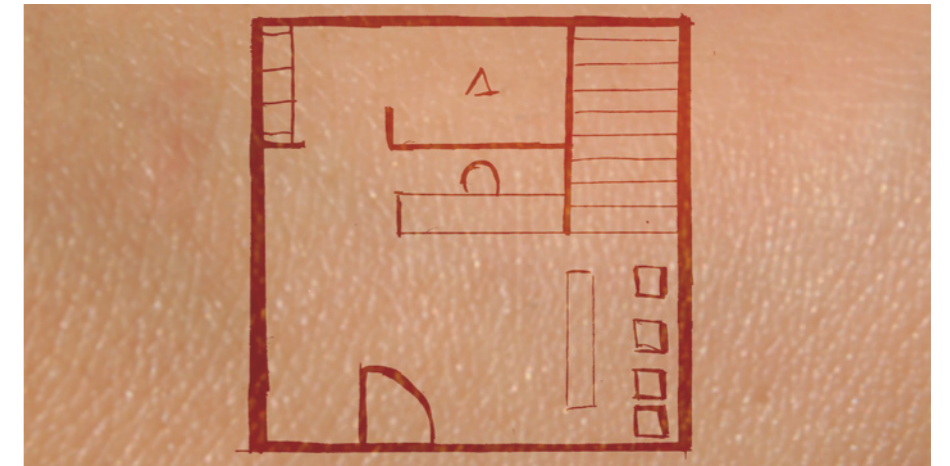
Tiempo aprox: 15 min
+++
Complicidad/Cooperación/Información: alta
:) :) :)

Estancias: 1 sala de espera, recepción al fondo, 1 zona de tatuaje, 1 sofá reservado para acompañantes.

Zona de dibujo: el propio mostrador se utiliza como escritorio para dibujar.

Instalaciones: instalaciones ocultas.

Clientes: tipo de gente muy diversa, varía mucho el flujo entre semanas, poca regularidad, incertidumbre. A partir de semana Santa suele tener más clientes, todos mayores de 16, aunque él pide una autorización a los menores de 18. El tatuador intenta hablar con el cliente, aunque reconoce que en ciertos momentos es mejor



Planta local

no hacerlo por el dolor que pueda sentir el usuario.

Autocreación: Ambiente y estilo realizado por él mismo. Se siente identificado con las calaveras porque son una manera de reírse de la muerte. No se rige por normas de diseño. Muchos elementos, como las ilustraciones colgadas, se encuentran por casualidad, porque las dejaron los clientes o figuras y objetos decorativos que simplemente atrajeron la atención del tatuador.

Considera que el local ha de ser parte del tatuador y que el dolor es una parte esencial en el proceso del tatuaje. El perfil de los tatuadores determina el local y por eso el tiene muchos objetos del mismo tatuados en su cuerpo.

Reacción ante un diseñador: reacción a que participe y tome decisiones





19:28 TATTOO PARLOUR

C/ del Planeta 13
08012 BARCELONA
shop@19-28tattoo.com
Telf: 930 011 953



E: 1/1000 BCNPIC

Olor: inoloro**Música:** -**Anteriormente...** -

Contexto: La calle del Planeta se encuentra cerca de la Plaza del Sol. Pese a que la calle no dispone de mucha actividad, se encuentra junto a una plaza muy transitada de Gracia.

Cromatismo: blanco, negro, puntos destacados de rojo, dorado y verde grisáceo.

Materiales: pavimento de resina en todo el local. Paredes de yeso pintadas. Se ven materiales como el cuero o pieles de vaca en la sala de espera.

Elementos destacados: sofàs de piel en la sala de espera que recuerdan a una sala de estar hogareña. Pared de recopilación de bocetos. Frase escrita en la pared. Muchos elementos de anticuario.

Distribución: local con una espaciosa sala de espera, recepción y que dispone de una gran mesa para dibujar. La luz invade esta zona y se difunde hasta el final del local, donde se encuentra una sala privada para el tatuador. Las cabinas pierden el ambiente general y se vuelven más asépticas.

Entrada: A primera vista el local, desde el exterior, puede parecer un local de tatuaje convencional. Sin embargo, al entrar se aprecia una intencionalidad, una calidad

ambiental poco corriente. A medida que uno se adentra en el local se acentúa la cantidad de objetos expuestos

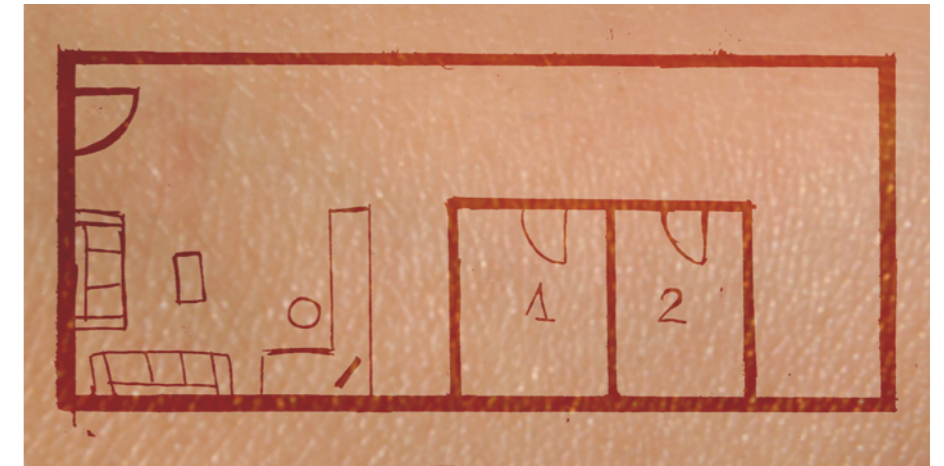
Funcionamiento: el tatuador a cargo no quiso responder a ninguna pregunta, ni establecer ningún tipo de conversación, sin embargo permitió hacer fotografías.

Cabinas: 2 boxes tatuaje. Ventilación reglamentaria, flexo para iluminar, material muy a mano, todo higiénico y sin luz natural. Habitaciones separadas.

VALORACIÓN ENTREVISTA

Tiempo aprox: -

Complicidad/Cooperación/Información: mínima
:(

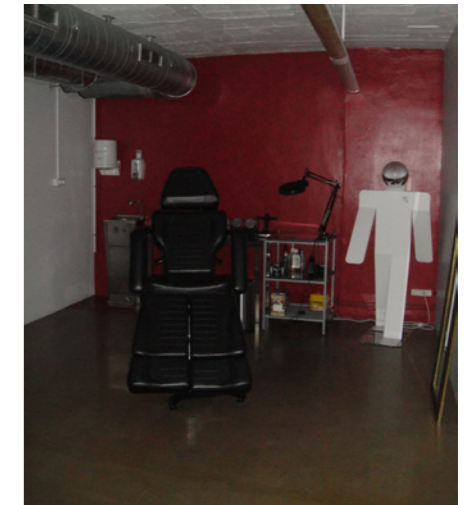


Planta local

Estancias: se visitaron las dos cabinas y la zona de sala de espera/dibujo/recepción.

Zona de dibujo: la enorme mesa de la sala principal dispone de un Mac y material de dibujo.

Instalaciones: tubo de ventilación visto, metálico y rudo. Recorre todo el techo.

Clientes: -**Autocreación:** -**Reacción ante un diseñador:** -



KIDZ N' INK BCN

C/ Travessera de Gràcia 208
BARCELONA
kidzninkbcn@gmail.com
Telf: 931 79 91 13



E: 1/1000 BCNPIC

Olor: inoloro

Contexto: La C/ Travessera de Gràcia es una de las más concurridas del barrio. El local se encuentra en una situación privilegiada, con una ancha acera que permite incorporar pizarras en el exterior.

Cromatismo: blanco y negro.

Materiales: 2 tipos de pavimentos que separan la zona de sala de espera de la zona de entrada para pedir cita e información. Queda remarcada la diferencia por un desnivel de unos 20cm. Paredes de yeso pintadas.

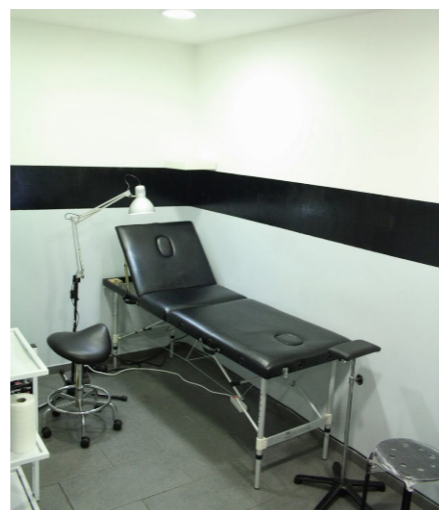
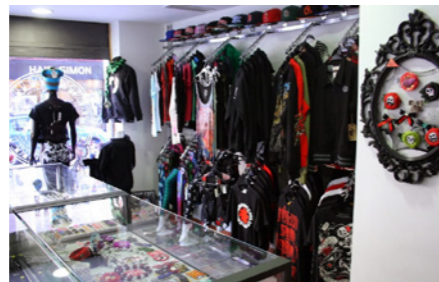
Elementos destacados: sofá de piel en la sala de espera. Ilustración pintada en la pared justo en

la entrada. Utilizan dos tipos de parquet como pavimento

Distribución: local con zona de venta de ropa y en la parte más íntima se encuentra la/s cabina/s.

Entrada: Escaparate para exponer piercings y ofertas.

Funcionamiento: no se facilitó ningún tipo de información. No permitieron realizar fotografías ni mantener conversación.



VALORACIÓN ENTREVISTA

Tiempo aprox: -

Complicidad/Cooperación/Información: nula
:(:(

Las conclusiones que se extraen de este anexo se generan a partir de las coincidencias percibidas en este tipo de locales.

Pese que al visitar cada espacio las percepciones y sensaciones dentro del mismo acostumbran a ser parecidas, es cierto que en ciertos locales el ambiente respirado resalta de la media, como en *La Dolorosa* o en *Migman Tattoo*. Estos locales utilizan el diseño de interiores para destacar del estilo estereotipado de los demás y por tanto el usuario se siente diferente, por lo menos en el momento de entrar.

Otros locales como *Luis Tatroo*, *Gold Street Tattoo* o *Blue Cat*, utilizan más el acercamiento con el usuario mediante el detalle, mostrándose ellos mismos mediante el local, siendo fieles a sus ideologías y maneras de ser, reflejadas con cierta dedicación en cada uno de los objetos “expuestos” y que toman más protagonismo que la propia arquitectura.

Es necesario remarcar que, exceptuando en el local *Puro Tattoo*, ningún tatuador se mostró conforme, ni siquiera atraído minimamente, con la proposición de ayuda por parte de un diseñador para replantear sus espacios.

¿Será por que la figura del diseñador también se encuentra estereotipada como un personaje engrdeído, con altos honorarios y cuya función se basa unicamente en decorar al estilo de moda? ¿Es culpa, por tanto, de la imagen del diseñador superficial ante la sociedad? O es debido a su libertad y espíritu transgresor que pretende huir de todo lo convencional? ¿Saben estos tatuadores que siente el usuario? O no es más que un lugar de paso para ellos y por tanto quien debe estar completamente en su ambiente han de ser ellos mismo? Todas estas preguntas se pretenden responder y se desarrollan en el trabajo “Eximir de estereotipos el espacio del tatuaje”.

Para concluir, se genera un listado con las características propias de la gran mayoría de los locales analizados, generando unas bases comunes a partir de las cuales se generan los espacios y que en el trabajo se pretenden cuestionar para generar un espacio de tatuaje libre de estas limitaciones estereotipadas. El trabajo como diseñador replantea estos factores obtenidos a través de la visita a cada uno de los comercios, adquiridos por la propia experiencia y vivencia de cada local.

Símbolos identificativos de los locales de tatuaje actuales:

- Gama cromática limitada: rojo, negro, blanco y en ocasiones dorado
- Dibujos siniestros (calaveras, monstruos, seres mágicos...)
- Horror vacui, espacios muy recargado
- Ambiente cargado de objetos que simulan, o son, antiguos (ambiente coleccionista/anticuario)
- Muchos objetos, sobretodo “figuritas”, que no favorecen a la higiene
- Zonificación partida en:
 - Sala de espera/mostrador - Cabina de tatuar - Lavabo - Almacén
- Mostrador para pagar al final
- Usuario tumbado en la camilla como en una sala médica
- Extremo cambio exterior/interior
- Luz tenue y disipada en zonas comunes
- Luz blanca intensa en las cabinas de trabajo
- Tecnología: unicamente ordenador, equipo de música y utensilios de tatuar
- Pavimento de parquet sintético
- Muchos cuadros de ilustraciones en las paredes



ANEXO 2

REFERENCIAS DEL TRABAJO

EL CARÁCTER NO SE ENCUENTRA SÓLO
EN ESPACIOS

Trabajo Final de Grado

ANDREA GIRÓS GALINO

CURSO 2014-2015

Mención:

DISEÑO INTERIORES

EI
NA

Tutora:

ANNA BACH

Introducción.

En este anexo se apuntan diferentes formas de representación del carácter de la propuesta del trabajo. Pero este carácter no se encuentra únicamente en referentes directos de espacios, si no que, a partir del cúmulo de *inputs* de diferentes tipologías se ha generado una imagen global reflejada en la memoria.

El sector cinematográfico y el arte permiten liberar de pragmatismo y tópicos espaciales, permitiendo la fluidez de la imaginación y creatividad. Es por esto, que sobretodo, se ha generado una íntima relación entre la cinematografía y la propuesta. El cine, sobretodo en ciertos estilos y categorías como el cyberpunk o la ciencia ficción, permite visualizar y entrar en mundos fantásticos, romper las normas de las escenografías reales y generar ambientes y espacios imaginarios propios del director.

A pesar de que las películas son la herramienta más utilizada en este anexo, también se nombran ciertos espacios enfocados al diseño de espacios comerciales, al arte y la arquitectura. Todos para describir un carácter completo que da forma a la propuesta. En ciertos momentos se hace clara referencia a elementos de ésta misma, mientras que en otros ejemplos únicamente se nombran las similitudes o influencias.

El anexo empieza remitiendo al estado actual de los locales de tatuaje, a su ambiente y estilo característicos y en el punto 2 se desata completamente para narrar el nuevo concepto de la propuesta.

REFERENTES

1. Similitudes cinematográficas

- 1.1 Eyes Wide Shut
- 1.2 Blue Velvet

2. Locales comerciales

- 2.1 Cyberdog
- 2.2 La Cova
- 2.3 Herzel de Bach

3. Performances o intervenciones artísticas

- 3.1 Joanie Lemercier
- 3.2 Stelarc

4. Arquitectura

- 4.1 Danteum, de Giuseppe Terragni
- 4.2 Museo Judío de Berlín, de Daniel Libeskind

5. Películas Cyberpunk

- 5.1 Koyaanisqatsi, de Godfrey Reggio
- 5.2 Drive
- 5.3 Blade Runner
- 5.4 Arise: Ghost in shell
- 5.5 Matrix
- 5.6 Brazil
- 5.7 Dark City
- 5.8 Tron
- 5.9 Akira
- 5.10 Ahora me ves

1. Similitudes cinematográficos

Las dos siguientes películas analizadas respecto al mundo del tatuaje han sido escogidas como ejemplos de todo un estilo cinematográfico que ha sido influyente en el mundo escenográfico de la gran mayoría de los locales comerciales de tatuaje actuales.

Eyes Wide Shut y Blue Velvet son únicamente muestras de todo un cúmulo de escenografías que remiten a un estilo clásico y a su vez elegante y elitista.

Algunos elementos simbólicos se repiten en ambas películas, como el piano, el terciopelo, las lámparas de araña...

Los tonos claros, como cremas, los detalles florales y las telas ricas y pesadas son clave en estos espacios, y son recursos de los locales.

Para un estudio más exhaustivo de este tipo de locales y sus elementos característicos, ver anexo "Locales de tatuaje en Gracia".



El estilo Pin-Up utiliza este tipo de escenarios y el estilo descrito a continuación.



1.1 Similitudes con Eyes Wide Shut

Película de Stanley Kubrick, 1999.

En esta película el protagonista se adentra en el local de una congregación secreta dedicada al hedonismo y al placer sin límites. La escenografía de dicho lugar y las sensaciones de misterio e utopía que genera se asemejan a los locales de tatuaje que generan ese "ambiente globalizado".



En esta escena se aprecia el estilo clásico predominante, una sala lujosa, con lámparas de araña, luces exuberantes y refinamiento. El ambiente nos lleva a una época barroca. En los locales de tatuaje, también se encuentran elementos de este estilo, transportando al usuario a otra época antigua mediante bancos, lámparas u otros objetos varios.

Las siguientes imágenes forman parte del mismo ambiente misterioso, utópico y que puede simular alucinación o parte de un sueño. Sus características ambientales, las luces tenues, grabados y decoraciones clásicas, generan un espacio fuera de lo normal, fantasioso. Además, los propios personajes enigmáticos ayudan a acentuar la sensación insólita. El lujo se mezcla con el secretismo, lo políticamente incorrecto forma parte del espacio, que los protege de miradas acusadoras. El pecado o infracción es el gran atractivo, huyendo del "ambiente familiar" que por convención predomina como "buen diseño" a ojos de la sociedad.



ANEXO. REFERENCIAS DEL TRABAJO. EL CARÁCTER NO SE ENCUENTRA SÓLO EN ESPACIOS.

Como el protagonista de la película, el usuario de los locales de tatuaje se siente fuera de lugar, esa es parte del “embujo” al entrar, de no encontrar-se en un lugar usual. El usuario se deja guiar por el tatuador, con un poco de recelo por confiar, a alguien que a penas conoce, su piel y el futuro de su imagen corporal. La experiencia se completa y al salir la persona “ha cambiado”.



La apariencia de los “seres que viven” en esa utopía forman parte a su vez del ambiente, se encuentran en total armonía. En los locales estudiados, los tatuadores generan el propio espacio, por tanto aun existe una relación más sólida y firme entre ellos y su local. En su mayoría, comparten una apariencia similar, sombría y extraordinaria respecto a comercios de otra tipología y sus dependientes.



El piano es un elemento romántico recurrente en estos tipos de comercios que, pese a estar inutilizados, sirven como objetos decorativos y reliquias propias de un estilo que puede recordar a los anticuarios. En la película americana aparece únicamente este instrumento, dotando de música de ambiente inquietante y a su vez elegante y sofisticada. Se remite al pasado relacionándolo con la perversión, a pesar de que la cultura americana es joven y sin pasado, por eso se permite mezclar-la con este tipo de conceptos viles.



ANEXO. REFERENCIAS DEL TRABAJO. EL CARÁCTER NO SE ENCUENTRA SÓLO EN ESPACIOS.

El cromatismo predominante en los locales de tatuaje acostumbra a estar formado por el negro, el blanco, el rojo y destellos de dorado. En la película, este espacio intrigante también está formado por este conjunto. La arquitectura de tono claro con destellos dorados contrasta con la moqueta roja del pavimento y con las túnicas negras de los personajes.



En la película, placer, dolor y misterio se mezclan en este espacio refinado creado solo para los miembros de la hermandad. En los locales de tatuaje, el dolor forma parte de la naturaleza del tatuaje, el misterio del local y el placer es la satisfacción personal de haber conseguido después de “sufrir” algo que va a durar de por vida. 3 elementos esenciales.



1.2 Similitudes con Blue Velvet

Película de 1986 dirigida y escrita por David Lynch. El protagonista se envuelve en un peligroso misterio, en un mundo oscuro y en una relación sadomasoquista que se aleja de la realidad perfecta del barrio. Este mundo de la noche genera un ambiente desconocido para el joven y un carácter inquietante y a la vez clásico, estilo propio de los locales de tatuaje.



El apartamento de una de las protagonistas es un espacio de gran importancia, en el que transcurre la mayor parte de las escenas de la película. La cocina con cerámica hidráulica remite al alcatado de alguno locales que lo utilizan para revestir hasta 1'5m de altura la cabina por motivos de la normativa. La moqueta roja no se utiliza como pavimento en los locales por motivos de higiene, pero se ve en cortinas y tapizados.



La iluminación cálida y a su vez tenue ayuda a generar ese ambiente de intriga e insólito. Los sofás de la zona de recepción que se suelen ver en los locales de tatuaje acostumbran a ser sintéticos, de más de una plaza y disponen de una pequeña mesa con revistas. En esta escena se ve el local de unos de los antagonistas, un espacio central donde ocurre la escena y no se ven nunca sus contiguos.



En esta escena de bar se aprecian las cortinas onduladas con volantes y el color verdoso de la pared, también utilizado en algunos de los locales. La combinación de rojo y verde es muy frecuente, así como de dorados.



El poco contraste entre los elementos del apartamento es ocasionado por el uso de colores muy similares en todos los elementos. Los textiles predominan y generan un espacio intrínseco, reservado. La escasa ornamentación da un aire de austeridad poco propio de los locales, pero el ambiente clásico de los tonos y materiales se respira de todas formas.



Rojizos y verdes o azules, más o menos saturados, configuran las diferentes estancias.



De nuevo la utilización del piano como símbolo de elegancia se repite en esta película.

2. Locales comerciales

Debido a que el local generado tiene un fondo comercial, aunque no sea su fin principal, es necesario nombrar algunos de los espacios con el propósito de vender un producto o servicio. Los locales resaltados se diferencian del resto por su ambiente y carácter, utilizando diferentes recursos que se utilizan o sirven de referencia al local generado en el trabajo.

2.1 Cyberdog

Mint Business Park, 41 Butchers Road, London, E16 1PW, United Kingdom.

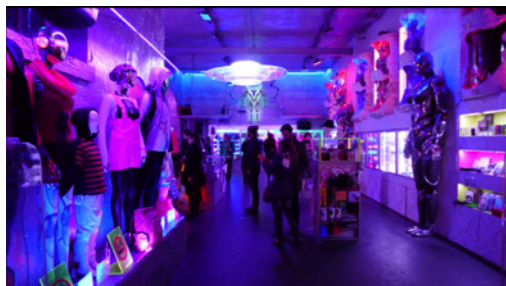
La gran peculiaridad de este local se basa en la luz, en el ambiente de discoteca y el estilo cyberpunk. El producto creado ya para el mundo de la noche brilla con la luz negra que domina en el espacio y que se transforma gracias a las prendas pintadas con esta pintura. Los colores eléctricos y el ambiente artificial junto con la música generan un

espacio transgresor y que ha pasado a ser un atractivo turístico por su originalidad. Este estilo se quiere trasladar al local creado, en la parte principal, para que justo al entrar se respire un mundo utópico cyberpunk.

Aunque para realizarlo en el local no se utiliza pintura de luz negra, el concepto de que el espacio cambie y sea inestable se genera con las pantallas y la luz que generan.

Cyberdog consta de un espacio de grandes dimensiones, con algunos puntos de luz para una correcta visibilidad a la hora de pagar o ver productos concretos sin luz negra.

En el local de plaza Virreina también se utilizan luminarias empotradas al mueble de recepción.



2.2 Discoteca La Cova

Gran via Fontpineda S/N, 08757 Corbera de Llobregat.

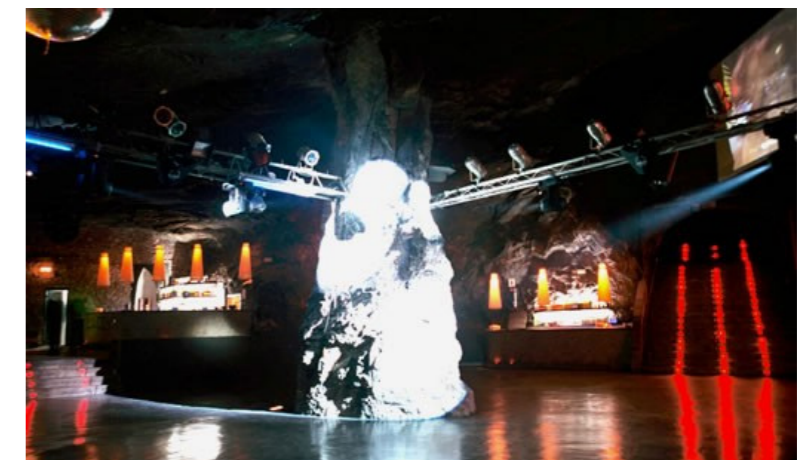
La discoteca "La Cova Forest Club" destacaba por encontrarse en una cueva natural. Este espacio único se convirtió en un punto central de la música tecno y de estilos underground. Obviamente, su ambientación enfatizada con las luces enfocando a la piedra natural aporta riqueza y originalidad al espacio.

Destaca también por la honestidad del diseño, por aprovechar la propia naturaleza del espacio y utilizarla como punto a destacar sobre otros locales. Este concepto se utiliza en el local del trabajo, recuperando el muro original para aportar esta sinceridad y una riqueza material que acostumbra a estar oculta bajo un añadido.

La Cova Forest Club no solo dispone de una iluminación propia de discoteca, sino que las luces indirectas aportan el ambiente mágico y peculiar.

De nuevo, la música toma gran valor en el espacio y acentúa el fuerte carácter

y estilo transgresor. La idea de el local creado se basa en generar la caverna de Platón, en concepto, pese que en un principio se planteó representar esta caverna de una forma más literal. La Cova Forest Club fue un referente claro en ese punto del trabajo pero incluso después de desestimarlo, ha sido un ejemplo de espacio honesto, protegido y recuperado.



2.3 Herzel de Bach

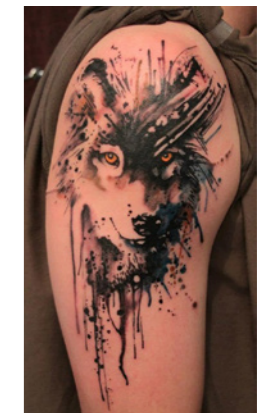
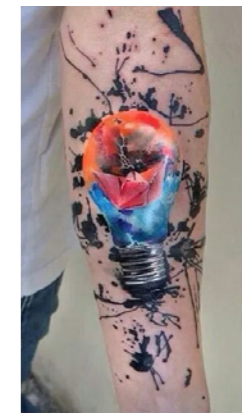
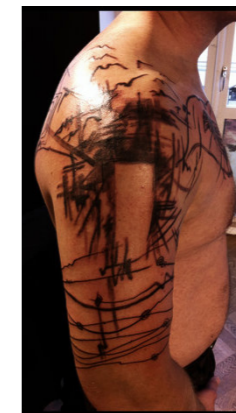
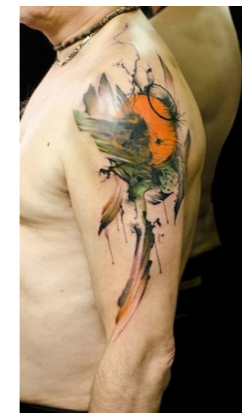
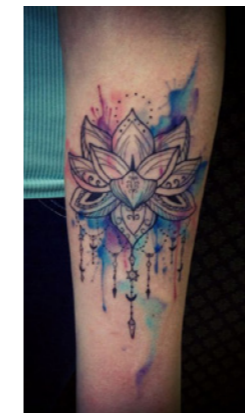
Via del Babuino 123, 00187 Roma Lazio, Italia

Este local destaca por la utilización de unos tubos verticales y su retroiluminación fría. Se genera un ambiente diferente durante el día y otro más artificial durante la noche. Esta luz nocturna es la que se quiere representar en la primera estancia del local del trabajo, completamente opuesta a la calidez y con un carácter sintético e industrial.



3. Performances o intervenciones artísticas

A nivel artístico se pueden apreciar a destacados tatuadores que se caracterizan por un estilo innovador propio o una manera de hacer personal. Estos tatuadores-artistas utilizan el tatuaje como expresión artística y como marca personal, más que como una representación del ego de cada individuo. En este apartado, pero, se nombran a dos artistas que no se desenvuelven en el mundo del tatuaje.

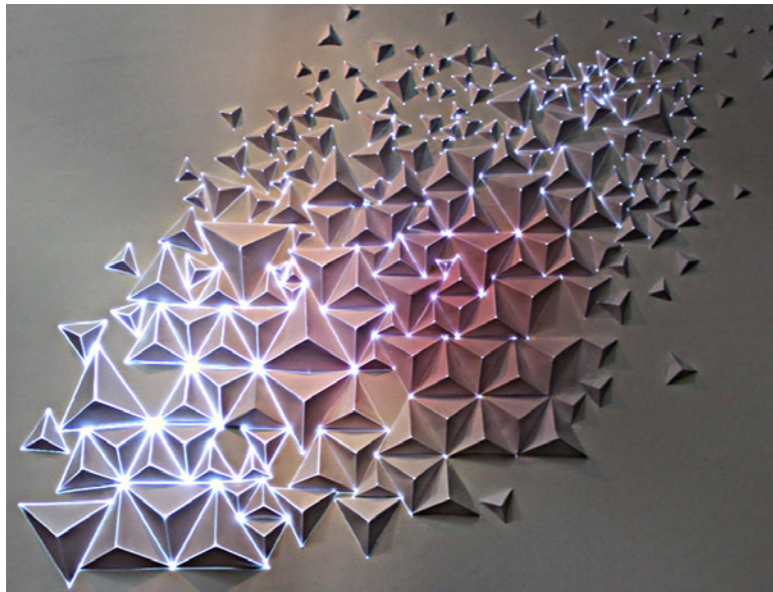
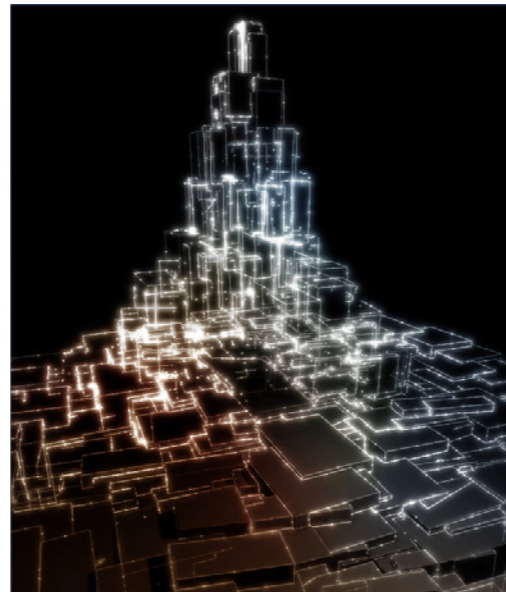
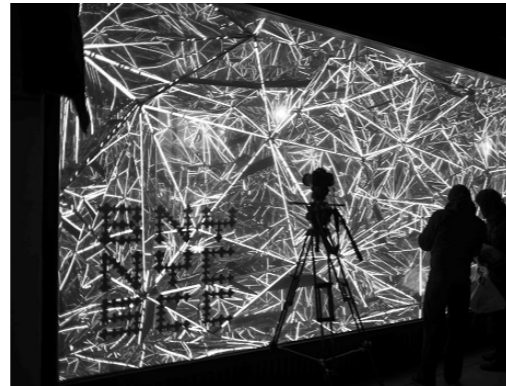
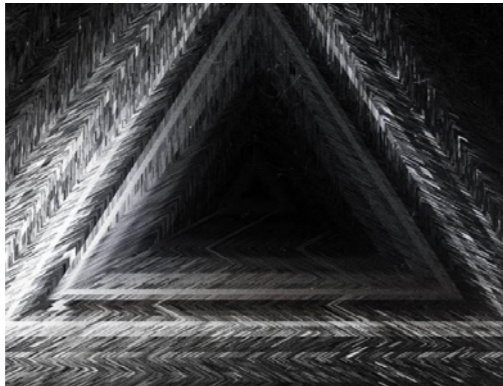


3.1 Joanie Lemerrier

Joanie Lemerrier es un artista francés centrado principalmente en las proyecciones de luz en el espacio y su influencia en la percepción. Lemerrier fue introducido a la creación de arte en un ordenador a los cinco años, asistiendo a clases de diseño de patrones para prendas realizadas por su madre. A partir de esta educación, creció su interés en las estructuras físicas: geometría, patrones y formas minimalistas. Empezó a jugar con estas estructuras de hormigón a través de la física y la filosofía de cómo la luz puede ser usada para manipular la realidad percibida.

Es interesante su visión de la luz y la manera de generar formas a través de algo inmaterial. A nivel del trabajo, ha

servido como referente en el tema de proyecciones y para decidir el estilo de las imágenes de las pantallas del primer espacio, más abstractas y de sensaciones.

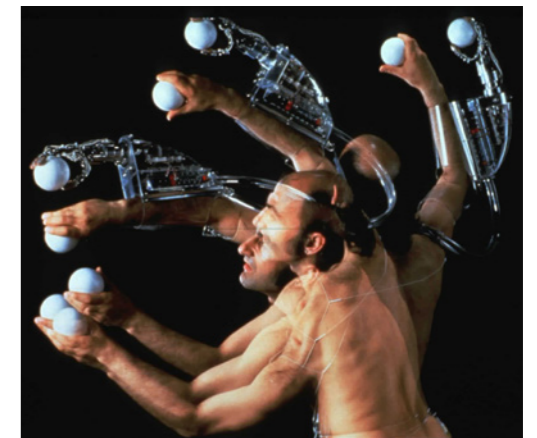
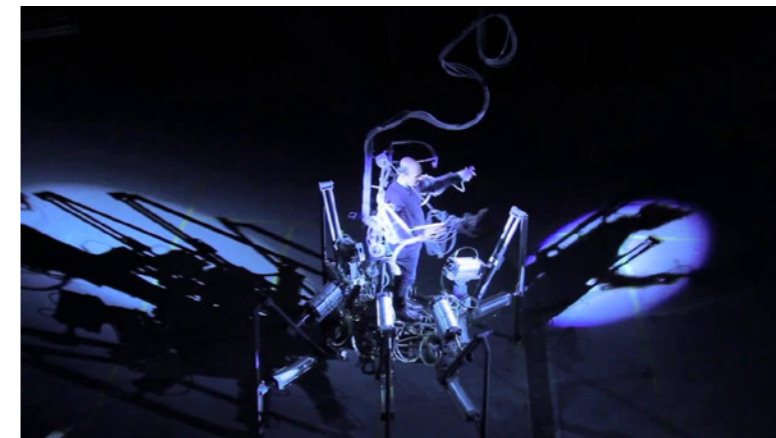


3.2 Sterlac

Es un artista australiano de performance, que fascinado por la estética alternativa se hizo pionero en la utilización de nuevas tecnologías aplicadas al cuerpo. Su trabajo explora y extiende el concepto de cuerpo y sus relaciones con la tecnología a través del interfaz hombre-máquina, incorporando instrumental médico, prótesis, robótica, sistemas de realidad virtual (VR) e Internet. El interés está en las experiencias alternativas, en experimentar, extender y potenciar las capacidades de actuación del cuerpo y de esta forma abrir las fronteras de la conciencia.

Por lo tanto, su temática se ha reflejado claramente en este estilo cibernético e industrial de la primera zona.

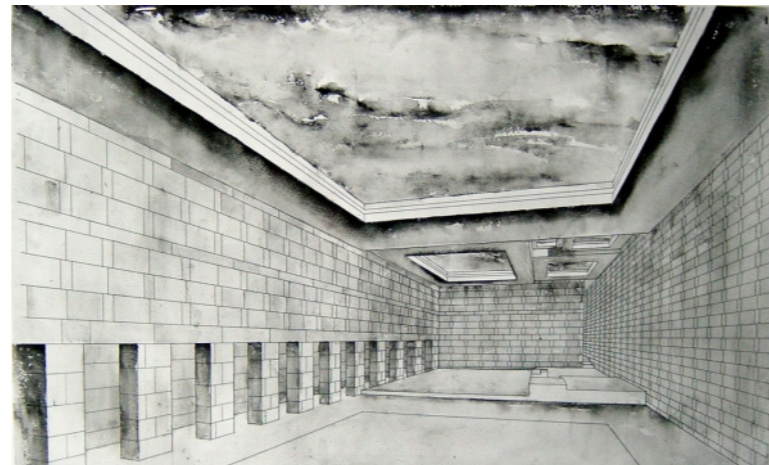
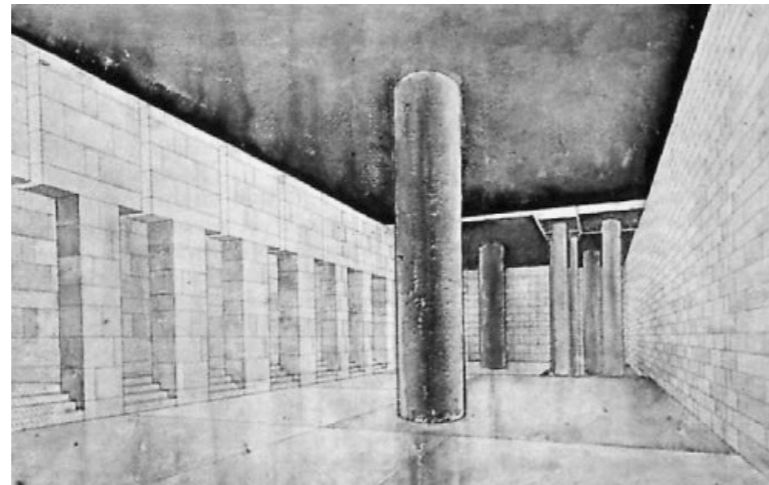
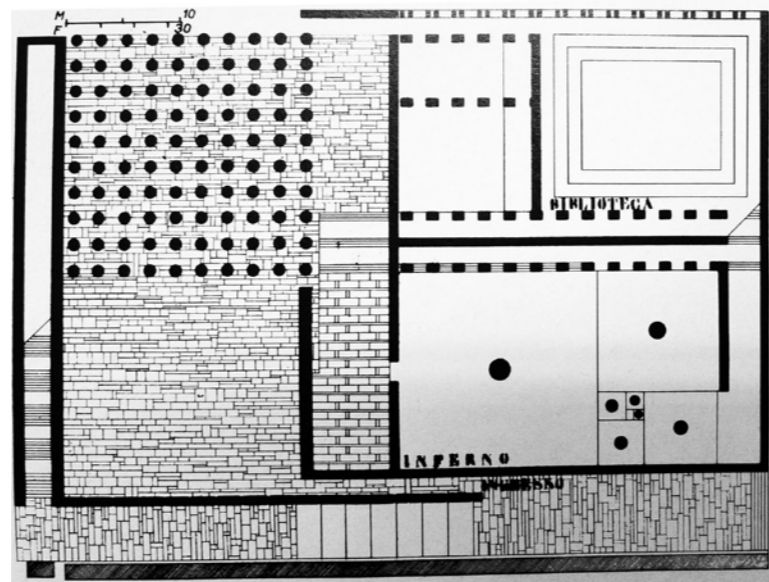
Las pantallas y el videowall, junto con los perfiles metálicos vistos, generan esta estética que se une al estilo más sincero y cálido en la segunda estancia, donde se produce esta unión en la que la tecnología se une a un cuerpo noble y veraz.



4. Arquitectura

4.1 Danteum, de Giuseppe Terragni, 1942, no construido.

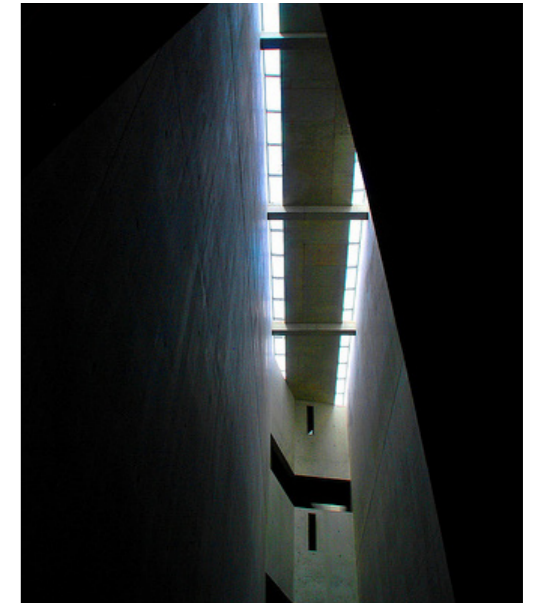
Este proyecto es un claro referente debido a la diferenciación de zonas y al concepto de progresión a medida que el individuo se adentra en él. Además, su materialidad e intención con los materiales y sus propiedades generan un conjunto que se ha intentado representar en el trabajo. Por ejemplo, la estancia final del recorrido, en ambos casos utilizan el vidrio hacia el exterior. El Danteum se divide en infierno, purgatorio y cielo, 3 niveles que pueden establecerse paralelamente en el trabajo, con los 3 niveles de conocimiento de Platón. La composición de Danteum se basa en las tres partes de la Divina Comedia, mediante el uso del racionalismo y la honestidad del mismo material.



4.2 Museo Judío de Berlín, de Daniel Libeskind, 2001.

Este espacio es interesante a nivel de sensaciones y de la percepción, y se trabaja a un nivel tan intenso que no deja indiferente al usuario.

Esta sensación se quiere transmitir al usuario en el proyecto realizado, tratando de que el espacio hable por sí mismo, sin necesidad de una explicación. Donde las sensaciones cambien en cada espacio, hablando en un lenguaje diferente y elaborando un discurso a medida que se transcurre a través. La luz y el material son claves en estas intenciones.



5. Películas Cyberpunk

Cyberpunk es un subgénero de la ciencia ficción en un escenario futuro, que destaca por su enfoque en la "alta tecnología y poca vida". Cuenta con la ciencia avanzada, como la tecnología de la información y la cibernética, junto con un grado de rotura o cambio radical en el orden social.

A menudo se centran en un conflicto entre inteligencias artificiales y megacorporaciones, y tienden a establecerse en un futuro de la Tierra, en lugar de la configuración del futuro lejano o vistas de galaxias.

Se basan generalmente en distopías¹ post-industriales, pero tienden a representar la extraordinaria efervescencia cultural y el uso de la tecnología en formas nunca previstas por sus creadores.

TSIM TSHUI

Zona urbana situada en el sur de Kowloon, Hong Kong, China.

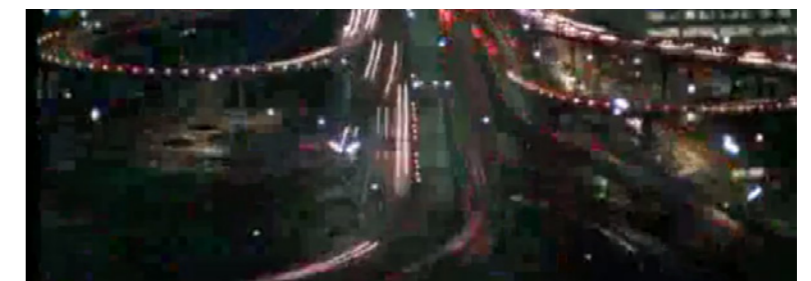
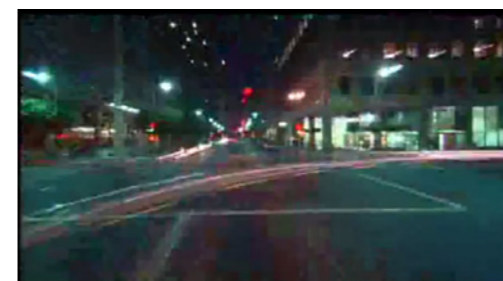
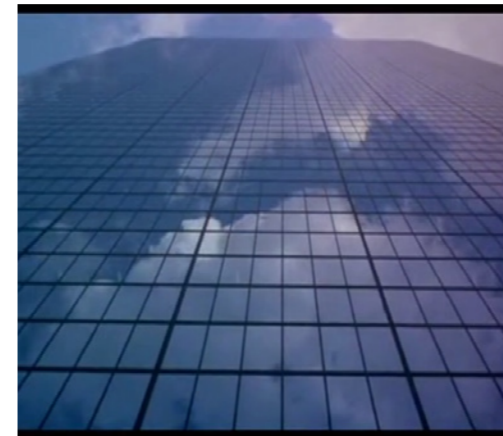
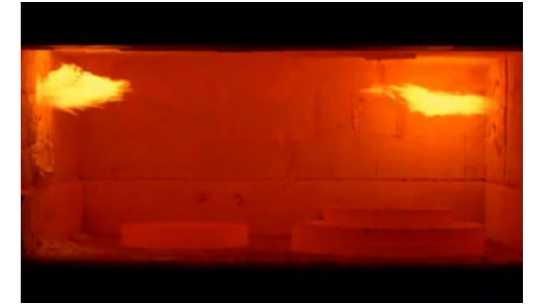
Es un ejemplo de estas zonas urbanas hiper-tecnológicas en las que la vida de la ciudad puede parecer propia de una película de ciencia ficción, pero que forma parte de la actualidad y puede ser un precedente a un estereotipo globalizado. Este frívolo paisaje puede ser el futuro de todas las ciudades tecnológicas, por esto, se incorpora este estilo a la zona inicial del proyecto.



¹Término opuesto a utopía. Como tal, designa un tipo de mundo imaginario, recreado en la literatura o el cine, que se considera indeseable

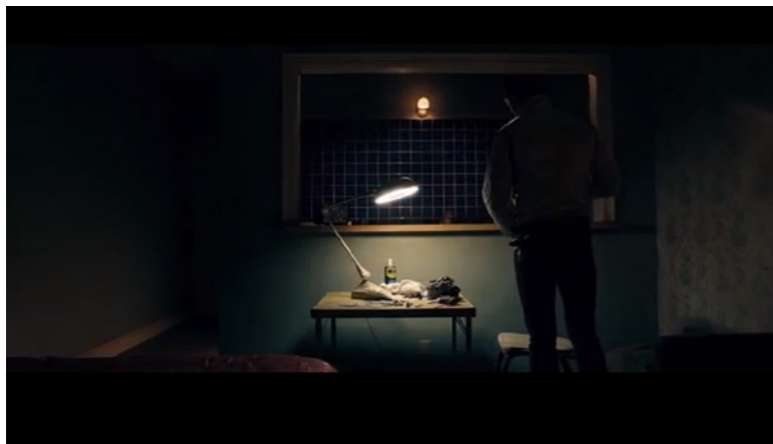
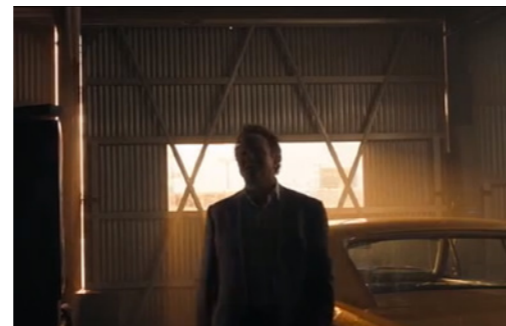
5.1 Koyaanisqatsi, de Godfrey Reggio (1982)

Pese a no ser cyberpunk, es un documental que refleja la colisión entre dos mundos obligados a convivir: por un lado la vida de los hombres en la sociedad moderna, la vida urbana y occidental, llena de tecnología, ciencia y consumismo. Por otro, la naturaleza y el medio ambiente del planeta Tierra. Sin voz humana, tan sólo con el poder de las imágenes y la banda sonora minimalista de Philip Glass.



5.2 Drive

Esta película del 2011, de Nicolas Winding Refn, dispone de un ambiente nocturno mezclando imágenes impactantes con una gama cromática basada en azules y rojizos. El mundo misterioso y peligroso de la noche se refleja en ambientes tenues y la iluminación juega un papel imprescindible. Es esta iluminación la que narra en ocasiones las sensaciones de los protagonistas, cuando prescinden del diálogo. Las escenas resaltan por sus pulcros y estudiados encuadres.



5.3 Blade runner, de Ridley Scott

Clásico de la ciencia ficción y precursora del género cyberpunk. Estrenada en 1982, la película describe un futuro en el que humanos artificiales son fabricados a través de la ingeniería genética. Ambientación lograda con efectos especiales, consiguiendo un carácter detallado y original, con su descripción realista de un futuro en decadencia.

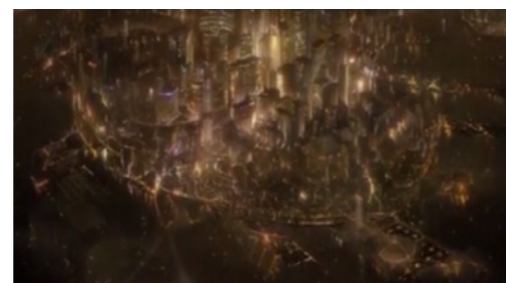
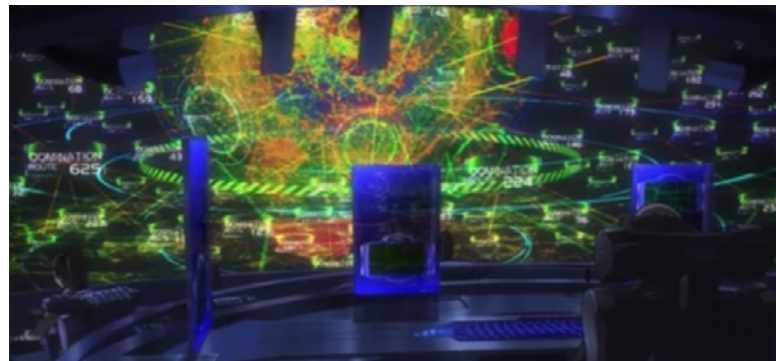
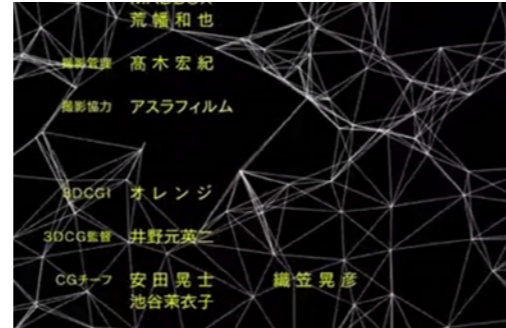
Las visuales de la película, ricas y complejas en iluminación, dotan de escenarios lúgubres y artificiales, representando una distopía que podría llegar a darse algún día en las ciudades ultra tecnológicas. De hecho, sus paisajes pueden recordar a ciertas zonas hiper-masificadas de ciudades como Tsim Sha Tsui (Hong Kong), Tokio (Japón) o Dubái (Emiratos Árabes Unidos).



5.4 Arise: Ghost in shell. Ghosts Stands Alone (2014)

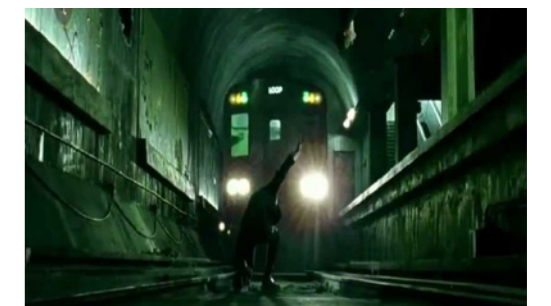
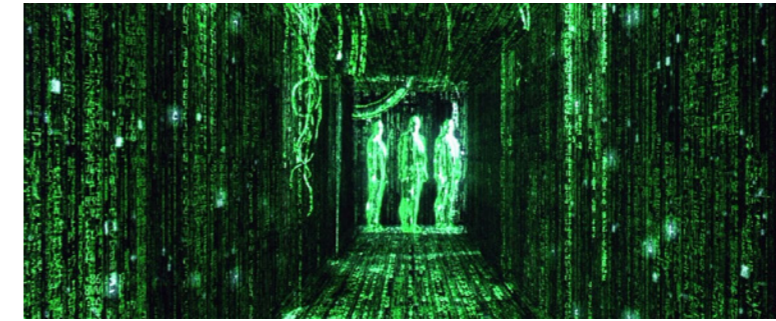
Se centra en las consecuencias éticas y filosóficas de la popularización de la unión entre hombre y máquina, el desarrollo de la inteligencia artificial y una red de computadoras omnipresente, temas enfocados a la identidad del ser humano y lo particular de su existencia. En este futuro avanzado, la

aplicación cotidiana de la tecnología cyborg y el perfeccionamiento de las Inteligencias Artificiales hace difusa la línea entre seres vivos y emulaciones.



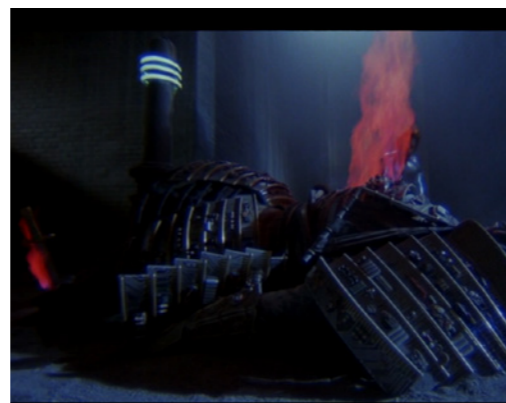
5.5 Matrix

Trilogía de películas de ciencia ficción escritas y dirigidas por los Hermanos Wachowski. Los ambientes disponen de una temperatura de color fría, artificial y que remite a un mundo cibernético en el que la raza humana ha quedado esclavizada. El color verde destaca, junto con el negro y el blanco.



5.6 Brazil, de Terry Gilliam

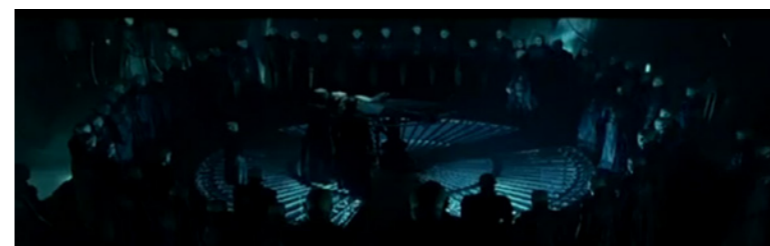
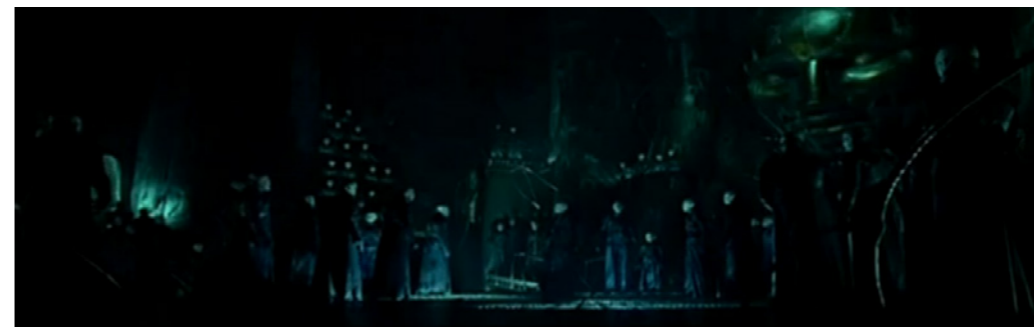
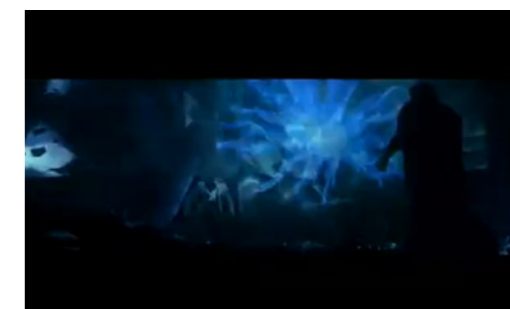
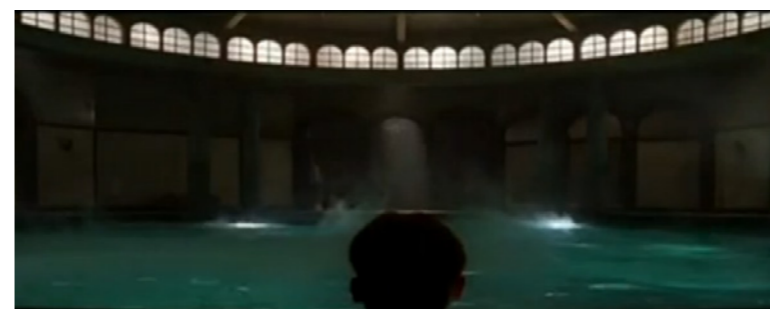
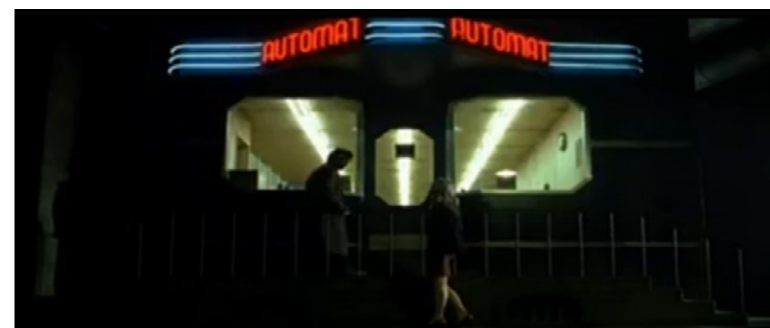
Película del 1985, sombría, de extraño ambiente deprimente en un mundo futurista y oscuro. Los espacios mezclan la hiper-tecnología con elementos institucionales y de carácter simbólico, generando una atmósfera de misterio e inquietud. Los espacios lujosos de la película disponen de un carácter extravagante, disparatado y estrambótico.



5.7 Dark city, de Alex Proyas (1998)

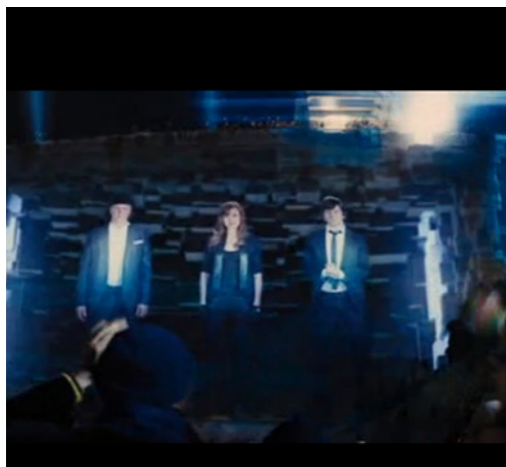
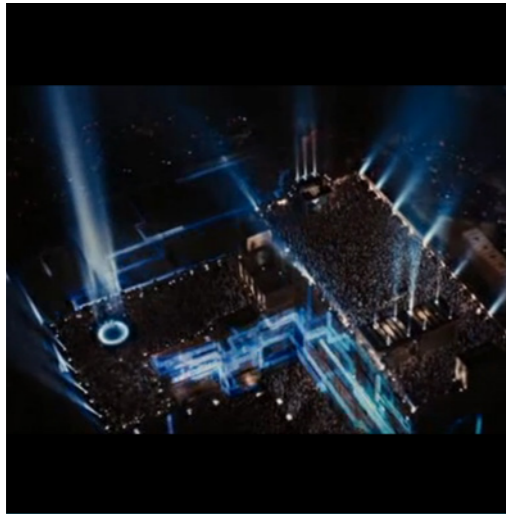
El protagonista descubre un submundo habitado por unos seres conocidos como "los ocultos" que tienen la habilidad de adormecer a las personas y alterar a la ciudad y a sus habitantes. Película es muy oscura, misteriosa e incluso siniestra. La ciudad se encuentra siempre

a oscuras, con luces tenues, algunos locales con neones y se genera un ambiente completamente lúgubre y distópico. La oscuridad reina en esta ciudad suspendida en el universo como si fuera un platillo opuesto al Sol. Las luces difusas azules generan el ambiente del submundo de estos seres extraños. Los efectos especiales modifican el espacio generando y destruyendo continuamente edificios de esta ciudad.



5.10 Ahora me ves, de Louis Leterrier

Pese a no formar parte del género cyberpunk, esta película del 2013 utiliza recursos como el mapping y elementos más propios de la escenografía de un mago para atraer y a la vez engañar al ojo humano y a la percepción. Los ambientes resultantes se basan en el misterio y la magia, utilizando recursos tecnológicos de la actualidad. Es en los escenarios donde los protagonistas actúan, y realizan los trucos, donde se la escenografía cinematográfica tiene mayor atractivo.



Conclusión.

Como conclusión se extrae una visión completa del estilo que se representa en la propuesta del trabajo.

Este estilo cyberpunk, industrial y utópico forma parte del primer ambiente del trabajo, y se entremezcla con el ambiente opuesto en la zona intermedia de dibujo.

Sus peculiaridades se basan sobretodo en la iluminación y la tecnología, utilizando fondos oscuros, o representando directamente el mundo de la noche, para incorporar luminarias frías, de colores muy saturados, neones, leds, fluorescentes... de estética artificial y que huyen por completo de la luz cálida. Las instalaciones y la maquinaria juega un papel importante en este tipo de espacios, donde todo lo industrial queda visto, sin necesidad de cubrir tubos o cables debido a que forman parte de este conjunto tecnológico, distópico.

En ciertas películas se utilizan escenografías más extremadas y imaginativas, como en *Brazil*, mientras que en otras el ambiente es más sutil aunque perfectamente perceptible, como en *Drive*.

En cuanto al sector del arte, los dos referentes, Joanie Lemerrier y Sterlac, influyen cada uno en su ámbito a este proyecto y dotan de una parte más conceptual al mismo.

Los referentes arquitectónicos utilizados sirven más bien para visualizar matericamente algunos conceptos dentro del límite del espacio y sus formas. Finalmente, los locales comerciales analizados también generan esta trama ambiental enfocándose más hacia la venta del producto o servicio que, al fin y al cabo, el proyecto también necesita para su funcionamiento, no como su finalidad.

El carácter descrito puede parecer atractivo, y de hecho genera una magia interesante, pero como concepto se pretende denominar como impostor, para, de tal manera, evolucionar hacia el ambiente franco y auténtico del final del proceso.