

Mis RIZOS

Mi definición





“Mi cabello rizado me hace destacar diferencia, ser más único y tener mas personalidad”



[VIGILADA MINEDUCACIÓN Res. 1220 de 2016]

Énfasis de empaques y marca
Asesora: Andrea Lucía Medina
Carrera: Diseño de comunicación visual.
Departamento: Arte, arquitectura y diseño.
Facultad: Creación y hábitat.

2022-1

Tema

Definición*de la identidad en personas del sexo masculino* a través de encontrar el verdadero valor en sus rasgos físicos como el cabello rizado y sus cuidados.

(*Desde la perspectiva del proyecto, entiéndanse los términos de definición desde los conceptos de certeza, exactitud, seguridad y carácter y, sexo masculino desde la clasificación que la biología da a los seres humanos a partir de los rasgos físicos y genéticos pero que incluye la condición de género desde comprender que los "hombres" puedan ser binarios o no binarios.)

Alejandra Acosta Medina

Mis rizos, Mi definición





Dedicatoria

Dedicado a mi abuela y mamá, que aunque nunca les enseñaron a manejar su cabello y por esto no les gusta su propio cabello rizado; de igual forma cuidaban, admiraban y peinaba el mio todas las mañana antes de ir al colegio, gracias por ayudarme a impactar en la vida de tantas personas.

Agradecimientos

Agradezco profundamente a todos los que apoyaron e interesaron por mi proyecto desde un principio, aunque fuera una idea loca y muy poco tocada actualmente.

Agradezco a todas los hombres que hicieron parte de este proyecto, por interesarse en mi proyecto de grado, por contestar los mensajes y las encuestas, por ir a los lugares acordados, por escuchar todas mis explicaciones y reflexiones, por hacer parte de mis pruebas de usuario en las que conocieron a personas como ellos, gracias a todos ellos por todos los conocimientos que pude dejar en su vida y marcar su vida para interesarse más en su identidad, cabello y cuidado personal.

A mi familia y a mi novio, por no cansarse de que hable todo el día de cabello y que constantemente

piensen en personas que pueden servir para mi proyecto.

Gracias a Maria Alejandra Zapata Mateo Flaker, Alejandro Restrepo, Juliana Leon, Diana Herrera y Karol Otavo, por las noches de trasnocho, video llamadas y cansancio sacando adelante nuestros proyectos, por las opiniones sinceras, la ayuda y el apoyo con el poco tiempo que disponían.

Gracias a todos los que se interesaron en todo lo que mi proyecto puede dejar en el género masculino, Angela María Sánchez y Andrea Medina por apoyarme siempre, centrarme cuando no sabia que hacer, dejarme ser y seguir mis ideas locas.

Tabla de contenido

1. Introducción	10
2. Objetivos:	11
2.1 General	11
2.2 Específicos	12
3. Justificación	13
4. Planteamiento del problema	16
5. Aliado	19
6. Definición del usuario	23
7. Marco de referencia	25
8. Benchmarking	30
9. Metodología, técnicas y herramientas:	38
9.1 Técnica Observador completo y observador como participante	40
9.2 Mapas de empatía	42
9.3 Encuestas	45
9.4 Entrevistas semiestructuradas	46
10. Hallazgos herramientas y técnicas	48
11. Herramientas aplicadas al usuario	49
12. Resultados investigación	50
13. Requerimientos de diseño	51

13.1 Conclusiones Requerimientos de diseño	53
14. Moodboard	54
15. Sistema de Producto	57
15.1 Experiencia Rizos Felices.	58
15.2 Campaña de expectativa y promoción.	63
15.2.1 Encuesta identidad gráfica y soportes	60
15.3 Aplicación.	71
15.3.1 Identidad gráfica	72
15.4 Empaque.	78
15.4.1 Identidad gráfica	81
15.5 Manual de uso aplicación y empaque.	83
16. Prueba de usuario	87
16.1 Conclusiones Empaque	89
16.2 Conclusiones Aplicación	90
16.3 Recomendaciones	91
17. Muestra Final	92
18. Referencias	94
19. Webgrafía	96
20. Anexos	98



Introducción

Este proyecto está motivado por una vivencia personal, se orienta a la creación de un sistema de comunicación visual que motive al amor del cabello rizado natural cómo identidad en el género masculino, por medio del autocuidado y aprendizaje del manejo del mismo.

Objetivos

General

Fomentar el reconocimiento de la identidad en la comunidad masculina binaria y no binaria de la **PUJ** Cali, a través de un sistema de comunicación visual para reforzar el bienestar y el aprendizaje en el cuidado del **cabello rizado**.





Específicos

- **Identificar** la importancia de la identidad dentro del género masculino en relación con el cabello y su interacción social.
- **Desarrollar** una herramienta de comunicación visual que demuestre el valor de la identidad de cada persona a través de la enseñanza de las diferencias del debido cuidado en el cabello rizado.
- **Comprender** los diferentes casos, necesidades y prioridades existentes para demostrar la identidad por medio del cabello rizado y sus cuidados en la comunidad masculina.
- **Analizar** el impacto en la identidad y el bienestar del género masculino al cambiar la percepción sobre su cabello rizado.

Justificación

Vivir en una sociedad que estigmatiza la apariencia física como el cabello rizado en personas de piel negra y mestiza, a través burlas, prejuicios y discriminación verbal y no verbal, que generan segregación étnica y racial, presentando desafíos en la población afectada, pues el cuerpo y la influencia social comparten una relación estrecha en el desarrollo del subconsciente de cada individuo (Salvador, 2015); como explica Klapp (1973), en las sociedades modernas se presenta un problema de identidad porque se posee mucha información (impresa y telecomunicativa), donde hay muy poco que pueda llamarse "mío" o "nuestro". Esto hace deficiente la relación de carácter personal con el "nosotros" y los conocimientos son informativos y no identificativos, por tanto, no propician la cohesión grupal.



Dentro de los estereotipos de género, **Salvador (2015)** argumenta que socialmente se ha dictado la relación de portar el cabello más largo en la mujer y en el caso de los hombres como normativa social se ha ligado con llevar el cabello corto. Teniendo en cuenta lo anteriormente dicho “es importante entender que cada persona nace con características propias y no las debe cambiar porque a otros no les guste o porque no comprendan ciertas cosas, hay muchos prejuicios y estigmas hacia lo diferente” (**Trelles, 2020**).

Las diferencias ayudan a forjar una identidad dentro de la sociedad, que se refuerzan en características físicas cómo lo son el cabello rizado. En el género masculino según una encuesta realizada a **44 hombres, 35 (79,5%)** de ellos consideraron que este rasgo **aporta a su identidad**. Por

el contrario, no se puede negar la evidencia de las modas y tendencias que permite que las personas encuentren un grupo con el cual se identifican y entienden que pueden pasar por las mismas o similares situaciones, en el 2021 vogue aseguro que volvieron las tendencias de cabello rizado de los 90 (**Coates et al., 2021**), demostrando que la belleza solo es un estándar impuesto por la sociedad.

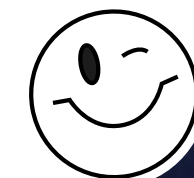
Mi interés fundamental para centrarme en el género masculino binario y no binario, surgió a raíz de la investigación sobre el cabello rizado, en la cual sorprendentemente solo encontré un documento enfocado en el papel del cabello rizado en los hombres, toda la información que encontraba era en relación a las mujeres, llevándome a inferir que en esta problemática el género masculino está ubicado

en segundo plano, disminuyendo la importancia a un rasgo que es parte de todos sin excepciones, lo cual ha permitido en la actualidad el surgimiento del concepto de la nueva masculinidad, el cual se centra en el deseo de muchos varones de crear y vivir en una sociedad igualitaria. Ellos piensan que otras formas de ser hombre son necesarias y, para ello, saben que tienen que cambiar determinados elementos de la masculinidad tradicional; teniendo en cuenta el concepto anterior comprendí que el solo acto de encasillar las percepciones de los roles de género es un problema de la sociedad actual, en la que el género masculino está mal visto si va a una peluquería, pero por el contrario si acude a una barbería está comúnmente aceptado, este argumento se puede evidenciar en una encuesta realizada en anteproyecto en la cual el **27,9% del género masculino** respondieron

que **tal vez irían a una peluquería especializada en rizos**, esto debido a aspectos económicos, falta de conocimiento sobre sitios especializados y/o el autocuidado.

Por este motivo me quise centrar en todo lo que puede pasar el género masculino para tomar la decisión de aprender a cuidar y amar este rasgo físico tan importante que fortalece la identidad de cada persona, entendiendo identidad cómo la expresión de un conjunto de rasgos particulares que diferencian a un ser de todos los demás.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, este tema me brinda motivación y emoción para promover el valor que tiene nacer con el cabello rizado en el género masculino, aprender a cuidarlo siguiendo rutinas según tus necesidades, hacerlo parte de tu cotidianidad, dándole su lugar cómo un rasgo valioso de la identidad.



Planteamiento del problema

A través de la historia, las normas sociales han dictado que el género masculino debe llevar corto el cabello, dejando de lado el interés por el cuidado personal y decidiendo adaptarse a lo estipulado. Salvador (2017) expone en su tesis que por norma social los hombres deciden llevar el cabello corto porque el cabello rizado carga con un estigma que genera una tendencia a disminuirlo, esconderlo o simplemente borrarlo, resumido en un vocablo: **invisibilizarlo**. A raíz de esto, la falta de conocimiento conlleva a utilizar pro-

ductos de forma general sin conocer el tipo de cabello a nivel genético. El cuero cabelludo del hombre es más graso que el de la mujer, sobre todo en épocas como la pubertad, cuando, al aumentar las hormonas sexuales, las glándulas sebáceas producen más grasa. Otra de sus desventajas es la falta de elasticidad y resistencia que tiene. La producción y distribución del pelo está regulada por hormonas como los andrógenos, entre los que están la testosterona y la dihidrotestosterona (Gil, 2015). Por esto, el mercado de cosméticos últimamente se ha enfocado en el cui-



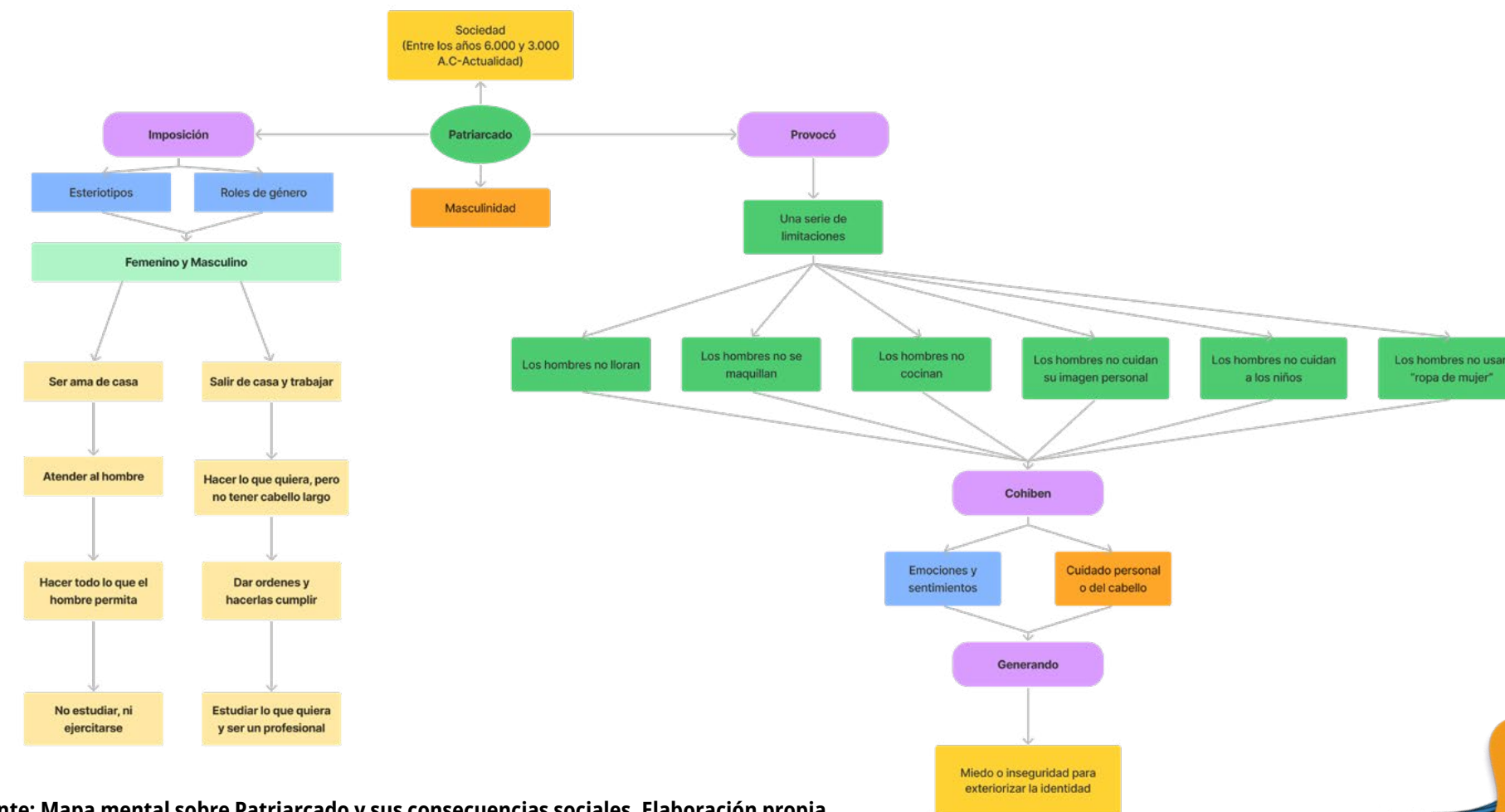
HOLA
Mi nombre es
JUAN ANDRES ESCOBAR
Carrera
COMUNICACIÓN SOCIAL

dato personal del género masculino, esto debido al interés de los hombres de invertir más en su apariencia. **El auge del mercado**

masculino es fruto de un proceso cultural muy fuerte, que comenzó hace más de medio siglo pero que en la última década ha to-

mado visos de revolución, transformando también el mundo de la moda y hasta el del lujo (Bejarano y Pautassi, 2012). Según Euromonitor, el valor del mercado mundial de Productos de Cuidado Personal para Hombre sumó **USD 47.582**

nitor, el valor del mercado mundial de Productos de Cuidado Personal para Hombre sumó **USD 47.582**



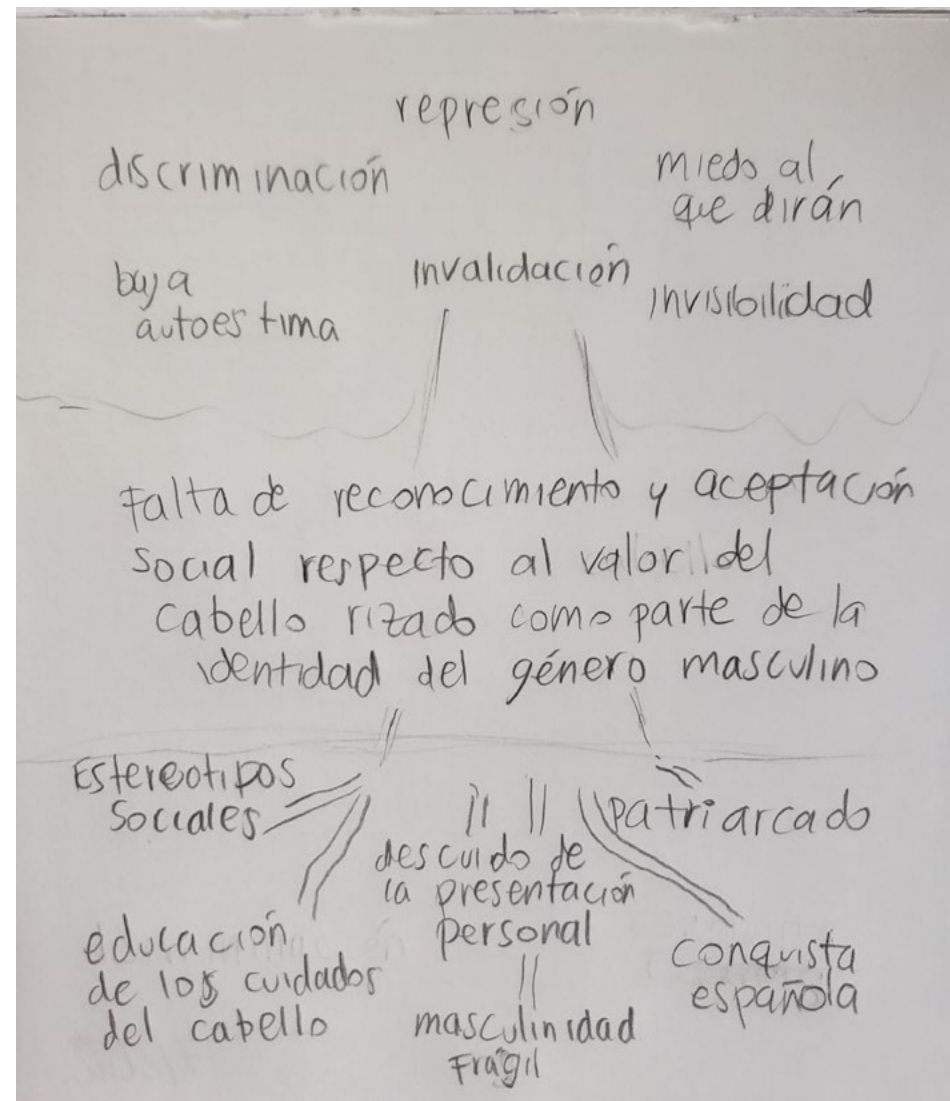
Fuente: Mapa mental sobre Patriarcado y sus consecuencias sociales. Elaboración propia.

millones en 2016 y representó **10,7%** del valor del mercado mundial de Belleza y Cuidado Personal (**USD 443.776 millones**) en ese año (**CDC, 2016**).

Los estereotipos y roles sociales asignados a la masculinidad, consecuencia del patriarcado, han generado una serie de limitaciones que cohiben sus emociones e interacciones relacionadas con el cuidado del cabello, los cuales han venido afectando la exteriorización de su identidad debido a los estigmas sociales. **Aunque el pelo rizado resulta muy llamativo, también es más complicado de cuidar y dominar**, por eso la importancia de conocer las características de cada tipo de cabello para cuidarlo.

Giraldo (2018) creó la **metodología PDOGT (porosidad, densidad, oleosidad, grosor, textura)** la cual se especializa en la selección de productos específicos dependiendo de las características del cabello. Este tipo de metodologías deben de ir acompañada de un interés personal y el acceso a las diferentes herramientas para poder forjar su identidad a partir del cuidado de su cabello.

¿Es necesario dar a conocer información sobre el cuidado del cabello rizado, para lograr impactar en la forma de ver su cabello en la comunidad masculina?



Aliado

Mi aliado es la **Marca Rizos Felices** a través de su creadora **Delcy Yuliana Giraldo Giraldo**, la cual a causa de la discriminación laboral que vivió por tener el cabello rizado, empezó a investigar y experimentar, por lo cual a través de los años ha desarrollado sus propias técnicas para el manejo del cabello texturizado, probando cada una de ellas, no solo en su propio cabello, si no en la de miles de mujeres y hombres que han permitido que su labor se realice; no por ello, ha sido la primer mujer que ha abierto el primer Salón Academia para impartir la enseñanza del manejo y corte de los cabellos texturizados en Colombia, e impartiendo enseñanzas, charlas y técnicas, bajo su propia **metodología PDOGT, en Latinoamérica y Europa.**



En **Rizos Felices son especialistas en el manejo de cabello texturizado** y procuran con especial dedicación que las personas con el atributo del cabello rizado, ondulado y afro se sientan seguros, cómodos y selectos al momento de lucir sus cabellos; para ello cuentan con centros capilares especializados **(cuentan con 7 salones en Colombia)**, operados por profesionales capacitados, íntegros y entregados a sus labores, además disponen de toda una línea de productos especialmente desarrollados para el cabello texturizado, esta empresa se alinea a mi proyecto por medio de sus conocimientos y experiencia sobre el tema del cabello texturizado tendría las bases y el material

para llevar a cabo lo propuesto, además en este año la marca lanzó al mercado una línea de productos especializada en hombres, la cual me permite acercarme a la comunidad específica de rizados para que se sientan cómodos con su cabello y luzcan su cabello a la sociedad.



Línea de productos dirigidos a la comunidad masculina.

Metodología PDOGT

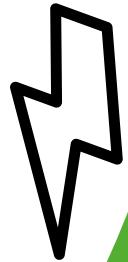
	ALTA	MEDIA	BAJA
P Porosidad	Se recomienda el uso de proteínas tanto en alimentos como en tratamientos capilares cada 15 días. Usar aceite para sellar cutículas		Ideal evitar altas concentraciones de proteínas como huevo y aguacate, recometable agua de coco y yogurt
D Densidad	Aplicar cremas espesas por secciones y moldear, complementar con gel para controlar el volumen si desea	Aplicar 1 porcion de crema a todo el cabello y retocar si es necesario, por seccion	aplicar una base de crema ligera y finalizar cada mechon con gel. romper el cast al secar
O Oleosidad	Lavar con Acondicionador medios a puntas y shampoo solo en raiz. TECNICA DE LAVADO: CO - POO	Lavar con Acondicionador medios a puntas y shampoo solo en raiz, repetir el acondicionador si el cabello es delgado, pero si es medio o gureso, aplicar aceite para sellar cuticula. TECNICA DE LAVADO: A-S-A	
G Grosor	Si es grueso: Aplicar crema mezclada con aceite, y finalizar cada mechón con Gel. Dejar secar y romper el cast cuando este seco	Si es medio: Aplicar crema mezclada con poca agua por mechones, si el cabello es muy seco, agregar gotas de aceite a la crema	Si es delgado: Aplicar crema NO GRASA mezclada con agua si el cabello es muy seco, agregar 1 gota de aceite, Aplicar gel por secciones y romper el cast al secar
T Textura	Lanoso	Ensartijado	Laminado Acanalado

*** En caso de que la persona tenga alta decoloracion o el cabello muy dañado, debera evitar el uso de geles y aplicar mucho trataminto antes de la definicion



Definición del usuario

El usuario esta enfocado al género masculino binario y no binario, que estudien en la Pontificia Universidad Javeriana Cali, en un rango de edad entre los 16 a los 26 con el rasgo notorio por medio de la observación de portar cabello rizado u ondulado, los cuales esten interesados en cuidar o aprender a realzar la belleza natural de su cabello, que les importe su aspecto personal pero que entiendan que no a todas las personas les va a agrandar su cabello, por el contrario que tal solo se validen a ellos mismos con la experimentación de descubrir a que quieren llegar con su cabello, porque se busca impactar no solo en la vida de estas personas, sino tambien en la manera de ver su cabello y cómo quieren ellos que los vean o perciban en comunidad.



Perfiles de usuario

Consideran su cabello como parte de su identidad

Le agrada su cabello, intenta cuidárselo con poco conocimiento

No se lo cuida pero tiene interes en hacer un cambio y pensar más en el

No le gusta su cabello, trata de acomodarlo con tratamientos

23 AÑOS
SEMESTRE 10

19 AÑOS
SEMESTRE 3

20 AÑOS
SEMESTRE 6



Marco de Referencia

Para comenzar se puede introducir el término latino capillus que llegó a nuestro idioma como **cabello**. Para enfatizar, una **cabellera rizada** es aquella que presenta rizos (también conocidos como bucles o rulos) (Pérez. Merino, 2014).

También se puede utilizar el término ulótrico, ya que desde la biología se estipula la existencia de tres tipos el lisótrico o liso, el quimatrótrico u ondulado y el rizado o ulótrico; que en el caso de este proyecto va a ser el rasgo físico en el que se va a centrar la exteriorización de la identidad de la persona. La idea de cabello, de este modo,

puede aludir al conjunto de pelos. El cabello se origina en una raíz y luego se extiende en un tallo; su función es la de mantener el calor corporal en esa zona y surge en un folículo piloso del cuero cabelludo y está compuesto por queratina. Gracias a las sustancias aportadas por los vasos sanguíneos el cabello puede crecer. Por lo anteriormente comentado más allá de la función orgánica o física, el cabello también cumple un rol social importante ya que tiene una gran influencia en la estética personal (Pérez. Gardey, 2016).

Al mismo tiempo, hay un

factor muy importante a destacar, el cual es **la identidad**; reconociéndose cómo la expresión de un conjunto de rasgos particulares que diferencian a un ser de todos los demás, pero que tiene diferentes dimensiones donde se resalta siempre el papel de la interacción del individuo con la sociedad y cómo estos estímulos que generan cambios en las personas, llegando así a esta definición; “la identidad se entiende en una dimensión antropológica por estar enmarcada en la atmósfera cultural del medio social-global y en una dimensión sociológica por tratarse de una construcción que emerge de las relaciones entre individuos y grupos” (**Etking y Schvarstein, 1992**).

A raíz de esto pueden rescartarse dos conceptos complementarios para entender las barreras que ha creado la sociedad a lo largo de la historia, el primer concepto es **masculinidad** que “según el diccionario, es la cualidad de masculino, que incluye la virilidad y el ser varonil, enérgico, fuerte y macho. Se observa que la masculinidad se basa en valores físicos que posteriormente se transforman en valores morales. Además, la masculinidad se ha sexualizado y es tratada como sinónimo de virilidad” (**Barbosa, 1998**), por el contrario un concepto re-



lativamente nuevo en base a la identidad, es el concepto de **nueva masculinidad** que tiene que ver con el deseo de muchos varones de crear y vivir en una sociedad igualitaria. Principalmente porque se consideran necesarios otras formas de ser hombre, y para ello, se busca cambiar determinados elementos de la masculinidad tradicional. Teniendo en cuenta esto según **Cooper Thompson**, en su artículo “Debemos rechazar la masculinidad tradicional”, propone ir más allá de lo que comúnmente se conoce como “**lo masculino**”, es decir, más allá de una figura con las actitudes ligadas a la imagen hegemónica de la masculinidad definida patriarcalmente.

Por su parte, **Warren Farrel**, acusa que en la actualidad no se ve ningún lado bueno a los varones. Sostiene que si bien el varón gana mucho yendo más allá de los límites establecidos por su identidad, también es importante reconocer la existencia de algunas cualidades valiosas en la masculinidad tradicional que es necesario conservar. Propone que algunos aspectos del modelo tradicional de masculinidad no sean rechazados en forma general y simplista, y que pueden seguir siendo asumidos sin vergüenza.

Robert Bly aboga también por un rescate de las características positivas de la masculinidad, sobre todo de aquellas que le permitan mantener la confianza y seguridad en sí mismo, y aboga porque ese cambio hacia una personalidad más pacífica, abierta y receptiva no anule o disminuya su energía masculina. Sostiene que en los últimos veinte años muchos varones se han vuelto más considerados, más amables, pero esto, sin embargo, no ha traído una mayor felicidad a los mismos (**THOMPSON, C: 1993**). Por el contrario, el desarrollo de una actitud profeminista en muchos varones los ha conducido a sentirse embarcados por profundos sentimientos de culpabilidad y de autocrítica (**Boscán, 2008**).

Teniendo en cuenta lo anterior, los conceptos que refuerzan la relación del sujeto con su entorno son: **los roles y estereotipos de género**, los cuales se comprenden cómo: **los roles** son conductas estereotipadas por la cultura, por tanto, pueden modificarse dado que son tareas o actividades que se espera realice una persona por el sexo al que pertenece. Por ejemplo, tradicionalmente se ha asignado a los hombres roles de políticos, mecánicos, jefes, etc., es decir, el rol productivo; y a las mujeres, el rol de amas de casa, maestras,



enfermeras, etcétera (rol reproductivo) (**INMUJERES, 2004**); Por otro lado los estereotipos son reflejos simples de las creencias sociales y culturales sobre las actividades, los roles, rasgos, características o atributos que distinguen a las mujeres y a los hombres. **Los estereotipos** son concepciones preconcebidas acerca de cómo son y cómo deben comportarse las mujeres y los hombres (**Delgado et al., 1998**).

Por último, se busca relacionar todos estos conceptos con el **cuidado personal**, el cual comprende las habilidades relacionadas con el aseo, la comida, el vestido, la higiene y el aspecto (**A.A.M.R. 1999**). Esto depende del usuario y su proceso de aprendizaje, debido a lo cual está ligado a la noción de vínculo e interés personal, ya que el proceso de aprender implica una relación con otro. **Aprender** es contemplar de manera dialéctica el sentir, el pensar y el hacer como un todo articulado que opera simultáneamente. El sujeto en el proceso de aprender se desestructura frente al nuevo conocimiento y debe volver a estructurarse en un proceso que lo interpela y lo transforma. (**PICHON RIVIÈRE: 2011**)



Benchmarking sectorial

Criterios

1. Canal de comunicación
¿El propósito del mensaje es claro para el espectador?
2. Experiencias y sentimientos (conectividad)
¿Cómo los hace sentir y es fácil de acceder o poner en práctica?
3. Diseño visual
¿Cómo se ve y se comunica con el espectador?
4. Narrativa
¿Su narrativa en experiencias personales logra relacionar la problemática con la cotidianidad?
5. Impacto
¿Deja una enseñanza para mi vida cotidiana con relación a la apariencia física de las personas?



La rizada realidad, animación. (Ecuador)

Proyecto audiovisual sobre la aceptación del cabello rizado, ondulado y afro, por la discriminación capilar, se creó un personaje animado mujer, además cuenta con un video donde explica la situación problema, reforzándolo con un Instagram y TikTok con información sobre el cabello rizado.

Presión social e invisibilidad del cabello rizado en hombres y mujeres de Lima y Callao

DAVID JOSÉ SALVADOR PALOMBO



Presión social e invisibilidad del cabello rizado en hombres y mujeres. (Lima y Callao)

Únicas tesis que hablan a simples rasgos del cabello rizado enfocado en hombres, solo realizan la comparación entre el hombre y la mujer en la sociedad con el cabello rizado y cómo la presión social del color de piel con este rasgo llega a la invisibilidad

de la importancia de estas personas, además de todo lo que pasan por portar el cabello rizado en una sociedad donde la moda y las tendencias juegan un papel importante en el desarrollo de las personas.



Loop Cachos, salón para rizados. (Minas Gerais, Brazil)

Loop Cachos es una peluquería dirigida por Lara Begname, especializada en cabello ondulado, rizado y rizado. Ofrece un

servicio de alta calidad, pero accesible, para un pequeño pueblo de Minas Gerais, Brasil, donde se alienta mucho a las personas a alisarse el cabello o reciben un tratamiento que a veces no las satisface. Lara tuvo como objetivo crear un espacio liberador, donde las personas encuentren la mejor versión de su cabello, aportando autoestima y aceptación a los rizos.



Raízesse, salón para rizados. (Brazil)

Es un salón especializado en cabello ondulado, rizado y crespo, ofrecen tratamientos y productos de alta calidad, libres de químicos, para que el cabello luzca aún más hermoso, saludable y definido, ¡todos los días!

Quien coordina el salón es la experta en rizos Mabel García, certificada por Academy Deva Curl New York City, Deva Inspired Cutting Stylist y Advanced Academy Toni&Guy Hair-Dressing Brasil.



Amicrespa, salón para rizados. (Cali)

Es un salón especializado en cabello Ondulado, Rizado y Crespo-Afro, en el que se preocupan por la salud capilar, ya que su enfoque es amar y sanar el cabello natural, está dirigido para mujeres y hombres.

Análisis de referentes sectoriales

Siendo:

- 1:Canal de comunicación,
- 2:Experiencias y sentimientos(conectividad)
- 3:Diseño visual
- 4:Narrativa
- 5:mpacto

En la valoración:

Siendo el 1 la expresión de la mínima satisfacción y el 5 la máxima.

Referentes	1	2	3	4	5	Total
La rizada realidad(Ecuador)	4	5	5	5	5	24/25
Presión social e invisibilidad del cabello rizado en hombres y mujeres de Lima y Callao	4	2	1	3	3	13/25
Loop Cachos(Brazil)	4	3	3	1	2	13/25
Amicrespa(Cali)	3	2	2	2	3	12/25
Raizesse (Brazil)	3	5	3	4	5	20/25
Total	18/25	17/25	14/25	15/25	18/25	

Conclusiones Benchmarking

- El factor visual en relación con el mensaje que se quiere dar es un punto importante, ya que es lo que atrae a las personas y permite que el proyecto sobresalga entre otros.

- Ser rigurosos con los datos e información recogida en la experiencia, tanto en la selección como en su registro y análisis es muy importante porque en general son vivencias de un determinado número de personas que puede llegar a herir susceptibilidades, pero deja un mensaje poderoso porque son personas hablándole a otras

personas, provocando un cambio en sus mentalidades y logrando de esta manera un posible cambio a una problemática social de muchos años.

- Las comunidades rizadas tiene un papel fundamental en los resultados de estos procesos, porque estas personas ven el mundo de una manera diferente, no solo por su físico sino también por su relación con personas que no tiene sus mismas opiniones o que han vivido diferentes experiencias, negativas o positivas, por ende estas comunidades

han desarrollado un gran mecanismo de defensa en relación a las dificultades sociales a las que se han enfrentado, este punto tiene peso en el desarrollo de estos proyectos.



No sectorial



Bad Bunny (estereotipos de género)

Benito Antonio Martínez Ocasio (Almirante Sur, Vega Baja, 10 de marzo de 1994), más conocido como Bad Bunny, es un rapero y compositor puertorriqueño. Ejemplo claro en un hombre de la nueva masculinidad donde su cabello es un punto clave en su identidad y medio de comunicación, en sus

ideales considera que :“en mi clóset yo no tengo ropa de hombre, ni ropa de mujer” la prestigiosa marca francesa Jacquemus que el ‘conejo malo’(considerado un icono) se enfundó en un vestido rosa y se puso unos espectaculares tacones dándole un duro golpe a los estereotipos de género. También lo hizo en el video de su canción Yo perreo sola (del álbum YHLC MDLG) vistiéndose de mujer.



Sabor de esquina a esquina (pepsi, Colombia)

En las esquinas está el sabor de esta región; solo hace falta salir para encontrar todo tipo de comida, la mejor música y el arte de los graffitis que hay en las calles, por eso, tomamos las esquinas como símbolo que invitó a las personas a probar el sabor en sus diferentes formas junto a una pepsi.



Organic Man (Warszawa, Poland)

Diseño de identidad de los envases de línea de cuidado facial dirigida a hombres.



Hagamos lo que diga el corazón- apoyemos lo nuestro (Colombia)

En medio de la crisis generada por el covid-19, miles de empresas nacionales se unieron para decirles a todos los colombianos que compremos nuestros productos y apoyemos a miles de trabajadores y familias que hacen parte de la industria local.



Descubriendo la artesanía del Maule- Balloon latam, artesanos de la región de maule (Chile)

Se generó un programa compuesto por dos etapas: aprendizaje experimental entre artesanos y exposición colaborativa donde se pueda representar la diversidad de la artesanía local.

Análisis de referentes no sectoriales

Siendo:

- 1: Canal de comunicación,
- 2: Experiencias y sentimientos (conectividad)
- 3: Diseño visual
- 4: Narrativa
- 5: Impacto

En la valoración:

Siendo el 1 la expresión de la mínima satisfacción y el 5 la máxima.

Referentes	1	2	3	4	5	Total
Sabor de esquina a esquina (pepsi, Colombia)	3	4	3	2	3	15/25
Organic man	5	3	5	2	3	18/25
Descubriendo la artesanía del Maule- Balloon latam, artesanos de la región de maule, Chile	4	4	3	4	4	19/25
Hagamos lo que diga el corazón- apoyemos lo nuestro (Colombiana, Colombia)	5	4	5	3	5	22/25
Bad Bunny (estereotipos de género)	5	5	4	4	5	23/25
Total	22/25	20/25	18/25	15/25	20/25	

Conclusiones Benchmarking

- Las campañas o proyectos que comunican un gran valor en cuanto a la relación narrativa de experiencias humanas y sentimientos alineados con su problemática, logran una mayor relación estrecha a la hora de dar un mensaje o aprendizaje claro, estos son los referentes que más resaltan en este benchmarking

- El valor agregado y diferenciador en cada una de las propuestas es un factor muy importante para los espectadores.

- La gráfica con relación al mensaje que se debe transmitir, tiene un peso para el espectador, porque alinean colores y formas al momento de relacionar la problemática con el resultado, lograr lo anteriormente mencionado sin saturar la comunicación final es un factor que se debe tomar en cuenta.



Metodología rizada

Para esta metodología se tuvieron en cuenta dos metodologías que estructuran de diseño las cuales son: **Bruno Munari y Design Thinking**, se usaron por la relación constante con el usuario, donde todo va centrado en sus opiniones, necesidades y bienestar, por otro lado se destacó la técnica de observación completa y participante.

En la **metodología de Bruno Munari** se utilizaron las fases de Definición del problema, recopilación de datos, análisis de datos, experimentación, verificación; Por otro lado del **Design thinking** se aplicaron las fases empatizar, prototipar y evaluar, para terminar en la **técnica de observación** se destacó el reconocer, interrogar, transformar.

La metodología rizada se organizó de la siguiente manera:

Etapa 1: Definición y contextualización

Fases

- 1. Reconocer al otro:** Reconocer (observación), Definición del problema, Empatizar
- 2. Interiorizar:** Recolección de datos, Interrogar (Encuestas y entrevistas), Análisis de datos

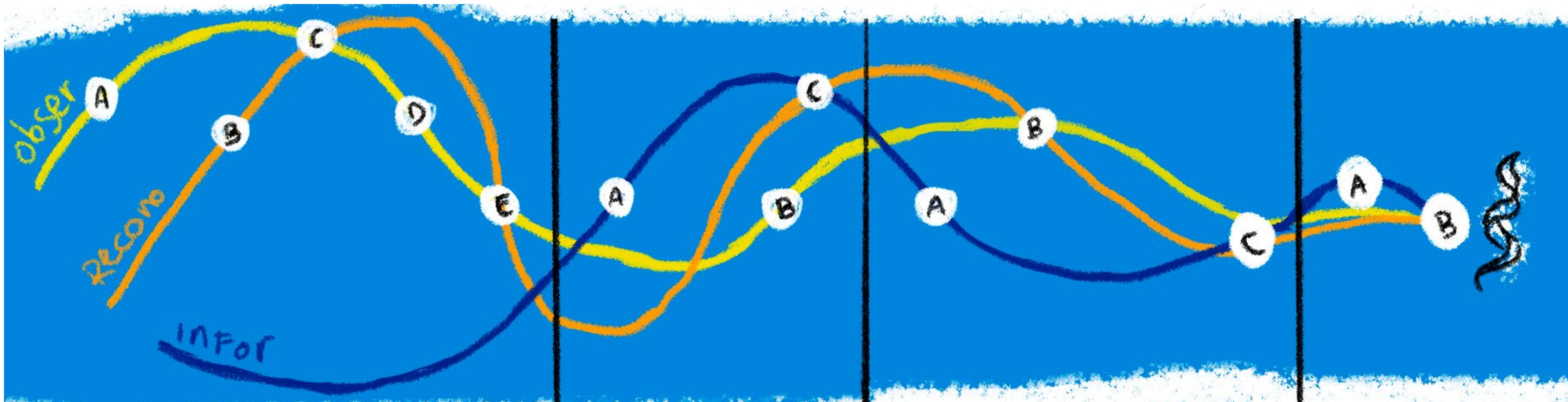
Etapa 2: Valoración y comprobación

Fases

- 3. Me identifico y aprendo:** Experimentación (Benchmarking), Prototipar (Prueba de usuario), verificar
- 4. Análisis y demuestro interés:** Transformar, Evaluar

Definición y contextualización

Valoración y comprobación



1. Reconozco al otro

- A. Observador completo.
- B. Reconocer el problema.
- C. Definir problema.
- D. Observador como participante.
- E. Empatizar.

2. Interiorizo

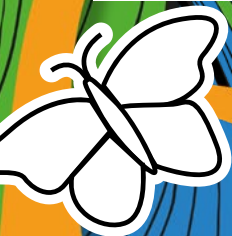
- A. Recolección de datos
- B. Interrogar (encuesta y entrevistas usuario)
- C. Análisis de datos.

3. Me identifico y aprendo

- A. Experimentar (Benchmarking y primer acercamiento de usuario con aliado).
- B. Prototipar.
- C. Verificación (Prueba de usuario)

4. Análisis y demuestro interés

- A. Transformar (Pensamientos cuidados del cabello)
- B. Evaluar.



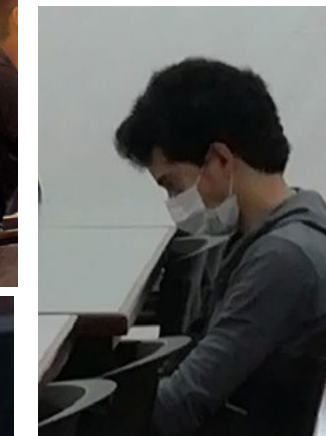
Técnicas y herramientas

Las herramientas empleadas fueron las encuestas, las entrevistas semiestructuradas, ya que es necesario saber las historias detrás de la aceptación propia de este rasgo que hace parte del físico de la persona y de cómo estas experiencias vividas contribuyeron en su identidad, además permite el reconocimiento de su desarrollo sobre el autoaprendizaje para sacarle el mayor provecho a su cabello rizado, para que se destaque el cuidado personal y lo que quiere comunicar por medio de su identidad a su entorno social.

Técnica Observador completo y observador como participante

Observador completo

Se observó la comunidad masculina existente con cabello rizado en la universidad **PUJ**, en primer lugar sin acercarse a ellos, solo evidenciando que hay muchas personas con este rasgo en las instalaciones educativas, también que estas personas no cuidan mucho de su cabello o algunos lo llevan corto para no tener que preocuparse por él, se resalta que se evidencio cabellos y pieles de todo tipo, hasta el cabello más crespo al ondulado y de la piel más negra a la clara.



Observador como participante

Posteriormente se aproximó a ellos para hablarles del proyecto, su interés en él y pedir sus datos personales además de una fotografía (La evidencia de esta fase son las fotografías que se encuentran en el proyecto editadas y



recordadas, ambientadas con gráfica para resaltar el cabello rizado y lo que exteriorizan a través de su identidad).

Mapa de Empatía



HOLA
Mi nombre es
JUAN DAVID ZAPATA
Carrera
NEGOCIOS INTERNACIONALES

¿Qué piensas y sientes?

Yo considero que es complicado por que tiene muchos complicaciones a la hora de peinarse o tanto el cuidado del cabello.

¿Qué oyes?

Mucha gente dice que les gusta el pelo rizado pero que es más trabajo.

¿Qué ves?

Muchos de los hombres que tienen el pelo rizado de cierto modo tienen algún problema con el pelo y usualmente no se dejan crecer casi el pelo por que eso trae más complicaciones.

¿Cuales son tus necesidades u obstaculos?

Adaptarme a un estilo de peinado por que muchas veces simplemente no me siento cómodo en como llevo el cabello, se enreda o no se acomoda a como lo quiero llevar o cosas así por el estilo.

20 AÑOS SEMESTRE 6

¿Qué dices y haces?

Alizado el pelo por medio de keratina o de alguna crema que me gustan, uso un shampoo para el pelo rizado y 2 veces a la semana me hecho un producto para el cuidado del cabello.

¿Cuales son tus miedos y frustraciones?

Tener el pelo muy alborotado lo que suele pasar mucho cuando después de mojarse el pelo se seca y se vuelve difícil volver a como lo quiero llevar.

19 AÑOS SEMESTRE 3

¿Qué ves?

Aún no me siento a gusto con mi cabello, no he encontrado los productos para su cuidado y además de eso, no sé cómo organizarlo.

¿Cuales son tus necesidades u obstaculos?

Nunca ha sido cómo tan relevante mi cabello, quiero el cabello largo pero nunca encuentro formas de organizarlo, siento que no me veo bien, no me convence.

¿Qué piensas y sientes?

Amor odio, algunos días se siente genial, es simplemente maravilloso y otros es complicado y no se deja manejar.

¿Qué dices y haces?

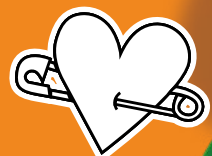
La verdad... Lo único que hago es lavarlo cada cierto tiempo, pero solo con o sin shampoo.

¿Cuales son tus miedos y frustraciones?

Verme fatal, que mi rostro se vea más redondo de lo que ya es, mi cabello sea más frágil de lo que ya es, quedarme calva y una frustración, me estresa su naturalidad.

¿Qué oyes?

Las personas me dicen que sería genial tener mi cabello, que debo buscar nuevas formas de organizarlo, que debería hacerle algo más y no solo cortarlo.



Mapa de Empatía



HOLA
Mi nombre es
SAM RODAS
Carrera
DCV

Mapa de Empatía



¿Qué piensas y sientes?

Cómodo cuando mi cabello está mojado los rizos se forman muy fácil, en cambio cuando esta seco el cabello se me ve "alborotado".

¿Qué oyes?

A mi familia no le gusta tanto, pero cuando tengo el cabello arreglado les llama la atención, pues se nota bastante el cambio. A mis amigos les llama la atención.

¿Qué ves?

Vi en esto una forma de sentirme cómodo, pues sentía la necesidad de cambiar de corte, quería cambiar mi apariencia e inicié con mi cabello. (despelucado)

¿Qué dices y haces?

Principalmente me lo mantengo mojado y me aplico crema para peinar. Trato de lavarmelo al menos 2 veces a la semana y siempre pienso que eso es suficiente.

¿Cuales son tus necesidades u obstaculos?

El tiempo que toca dedicarle, las personas se dedican a acomodar rizo por rizo y me da mucha pereza, no hay casi información de productos para hombres.

¿Cuales son tus miedos y frustraciones?

Se me seca muy rápido el cabello, y no puedo mantenerlo mucho tiempo como me gusta, el miedo es nunca poder acostumbrarme a como se me ve cuando esta seco.

23 AÑOS SEMESTRE 10

Encuestas

- Encuesta a **24** personas 10 hombres y 14 mujeres, todos estudiantes en el 2022, con la intención de saber la Percepción de la identidad personal, teniendo en cuenta a los hombres rizados.

- Encuesta a **44** hombres realizado el semestre 2021-2, que recogió una determina información sobre el cuidado, la percepción y la identidad que permite transmitir el cabello rizado.

Si fueras el individuo que admite al personal en una sucursal de un banco, ¿Cuál de estos candidatos elegirías tan solo a primera vista?

Opción 1



Opción 2



Opción 3



Si te invitaran a un matrimonio, ¿A cuál de estas personas elegirías como tu acompañante?

Opción 1



Opción 2



Opción 3



69,8%

Compra producto para el cuidado del cabello

38

encuestados

Cuidan de su cabello por verse bien y por autoestima



entrevistas semiestructuradas



4 personas entrevistadas

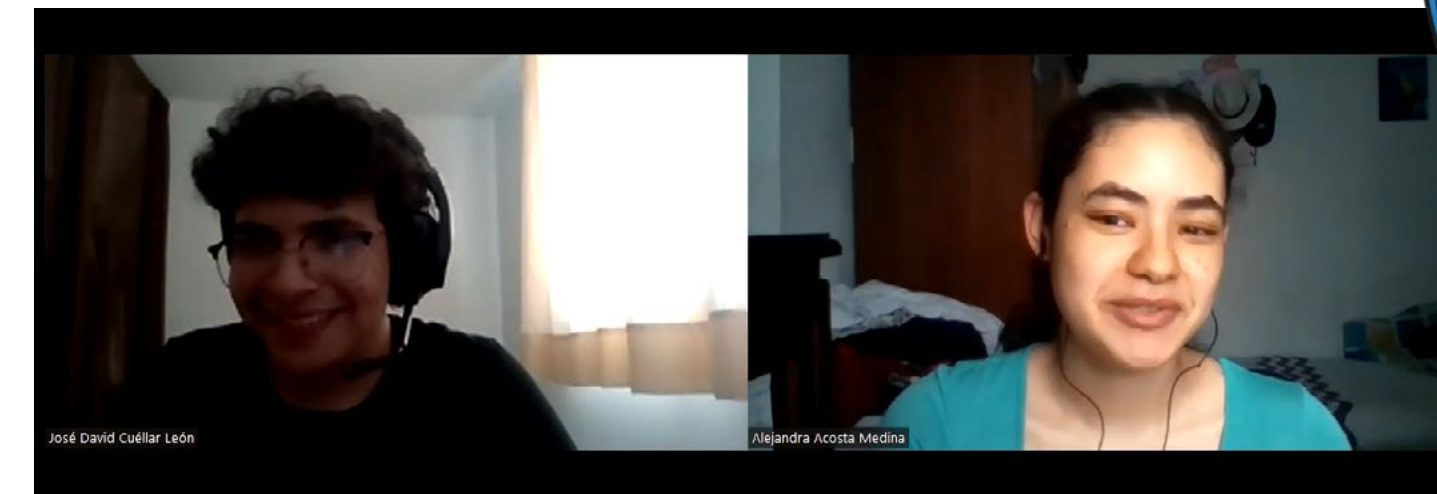
OBJETIVOS

- Historias detrás de la aceptación propia de este rasgo.
- Cómo estas experiencias vividas contribuyeron en su identidad.
- El cabello rizado y sus términos en las dinámicas sociales.
- Descubriendo que hace y conoce la persona sobre el cuidado del cabello.
- Necesidades y rutinas.

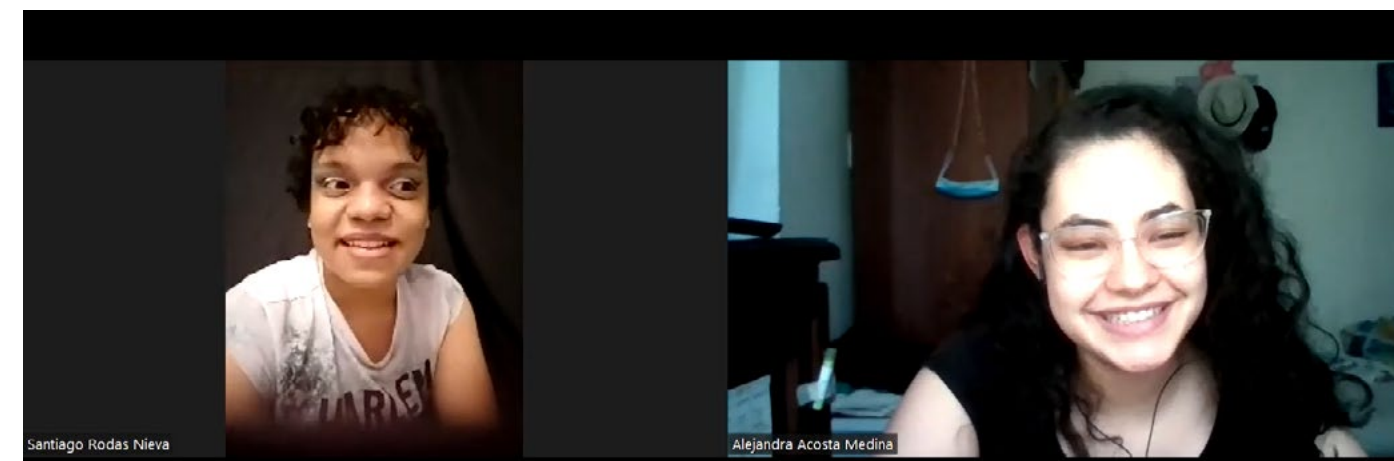
PREGUNTAS

- ¿Qué tipo de cabello consideras que tienes?
- ¿Sabes por qué eres de cabello rizado?
- ¿Qué sabes de tu cabello y como sientes su relación en tu cotidianidad?
- ¿Cómo cuidas tu cabello? ¿Qué conceptos conoces del mundo del cabello rizado?
- ¿Quisieras conocer los términos del mundo rizado y aprender a cuidar de tu cabello?

- ¿Cuánto tiempo consideras prudente para el cuidado de tu cabello?
- ¿Qué necesidades tienes con tu cabello?



Insight: ¡Mira, allá va el rizado!





Hallazgos herramientas y técnicas

En la cotidianidad es poco usual hablar de cabello rizado

- En su mayoría consideran que su cabello forma parte de su identidad, pero no es su prioridad.
- Los hombres compran sus propios productos de cuidado capilar, pero por desconocimiento no van más allá de los productos básicos o el uso adecuado de los mismos.
- La rutina capilar de un hombre no debe ser superior a 35 minutos y menor a 10 minutos.
- El cabello rizado permite resaltar en una comunidad y lograr una identidad, relacionado con el cuidado personal.
- La falta de la creación de comunidad masculina en relación al cabello rizado genera desmotivación al aprender e investigar sobre el tema.
- Los conocimientos del cabello son autodidactas (no a todos les funciona lo mismo, tienen características diferentes).

Herramientas aplicadas a Usuarios: Objetivos, aplicación y análisis

Herramienta	Primera fase: técnica de observación completa y participación	Encuesta a comunidad masculina rizada	Encuesta percepción de las personas hacia la comunidad masculina rizada
Objetivo	Evidenciar la existencia de comunidad masculina en la PUJ	Evidenciar la existencia y la importancia del cabello rizado con sus cuidados y rutinas de aseo personal	Denotar la percepción o estímulo de las personas al ver a un hombre rizado en comparación a uno con el cabello liso.
Número de personas (alcance)	20 hombres	44 hombres	24 personas, 10 hombres y 14 mujeres
Aplicación	Recolección de datos y fotografías a la comunidad masculina en la universidad	Recolección de cifras para justificar la importancia del cabello rizado en esta comunidad	Evidencia del impacto que puede lograr un hombre con cabello rizado cuidado y que este haga parte de su identidad, tomándolo como un elemento de su cotidianidad
Análisis	Hay mucha diversidad en las personas con este rasgo característicos y que consideran el cabello como su identidad	La comunidad masculina si lo ve su cabello como parte de su identidad y de su diferenciador en comunidad	Personas que no hacen parte de la comunidad rizada les llama la atención los hombres rizados en mayor medida que las otras personas, pero no solo por su cabello sino por el conjunto de todo lo que puede exteriorizar una persona con su físico

Entrevista semiestructurada	Experiencia rizos felices (entrevistas, observación completa y participativa)	Grupo de enfoque (Focus group)
Conocer las historias y experiencias de vivir con cabello rizado y como se ha fortalecido los lazos	1. Comprender las necesidades y prioridades existentes para demostrar la identidad por medio del cabello rizado y sus cuidados en la comunidad masculina. 2. Conocer las perspectivas, reacciones, sentimientos y emociones de hombres al vivir por primera vez la experiencia de ir a un salón especializado en rizos	Comprobar la usabilidad y funcionalidad del producto resultante
4 hombres	2 hombres	6 hombres
Exteriorizar vivencia, emociones y sentimientos de la comunidad masculina, para visibilizar el reconocimiento y su batalla a través de su vida con la relación de su cabello y la sociedad	Fotografías y videos de la experiencia vivida	Retroalimentación de mejoras para el producto
Todos logran identificar que el cabello rizado hace parte de su identidad pero que en su mayoría de ocasiones lo dejan en segundo plano, y consideran que el cabello con esta característica es muy complicado para cuidarlo	Muchos de los hombres no van a salón especializados en rizos por el desconocimiento, pero cuando ven los resultados quieren seguir las indicaciones y las rutinas para que en su vida cotidiana su cabello quede de la misma manera	Les impactó el empaque y dieron algunos consejos de mejora para este, la aplicación les pareció intuitiva, reconociendo que el personaje le dio un enfoque más particular, siendo un guía en la experiencia de identidad y cuidado el cabello rizado

Resultados investigación

- Socialmente el cabello rizado tiene una connotación negativa: ser desaliñado, indicador de falta de cuidado personal.

- **Estereotipos en estilo de cortes** de cabello afectan la relación y aceptación del cabello rizado (no preocuparse por los rizos).

- Cuando no saben que mas hacer con su cabello para que se acomode a sus necesidades, toman la **decisión de cortar sus crespos o recurrir a tratamientos químicos** para **no tener que preocuparse de ellos**.

- **Información en internet** del cabello rizado es seg-

mentada al **público femenino**, los hombres pierden interés al querer aprender y encontrar lugares especializados en este tipo de cabello (Comunidad).

- El **desconocimiento de términos** a la hora de investigar desmotiva y se quedan con lo que ya saben, por no tener a su alrededor a quien hacerle estas consultas.

- El cabello rizado es **dispendioso y complicado de manejar**, por falta de los conocimientos adecuados, **aceptan que hace parte de su vida y su identidad**.



Requerimientos de diseño

Tabla de reconocimiento de necesidades

En la siguiente tabla se encontrarán los diferentes tipos que se localizaron en el análisis con un breve resumen que facilitará la comprensión de los mismos.

Tipos

E-C Estético Comunicativo

Son todos aquellos elementos sensoriales que generan una comunicación e interacción con el usuario, le permiten entender y comprender lo que percibe.

F-O Funcional Operativo

Es una interacción física con el producto, objeto o servicio, por este tipo podemos reconocer los usos permitidos y el funcionamiento del sistema.

T-P Tecno Productivo

Es la producción y materialización final del producto, servicio o sistema. Son elementos necesarios como tecnología, costos, materiales y proceso de fabricación.

Necesidad	Requerimiento	Tipo	D/O	Descripción
Sencilla de utilizar y entender sus beneficios	Lenguaje intuitivo	E-C	O	Ilustraciones-textos guiados
Interacción del usuario con el producto, Fácil uso	Usabilidad, interacción dinámica e intuitiva	F-O	O	Prototipado, experiencia de usuario, Prueba de usuario
Accesible y visibilización	Transmedia, bajo costo	T-P	D	Medios digitales- materiales físicos de bajo costo, pero con buena calidad
Generar comunidad	Compartir experiencias	F-O	O	Introducción con figuras básicas, imágenes confianza usuario
Aprendizaje de nuevos términos del mundo rizado	Intuitivo, amigable con usuario	E-C	O	Explicaciones claras y breves- imágenes
Vivir y aprender de la experiencia de aprender a manejar el cabello rizado	Diseño centrado en experiencia de usuario	F-O	D	Journey map- interacción participativa

Conclusiones de requerimientos de diseño

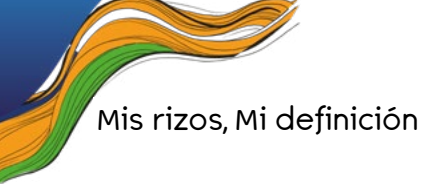
Necesidad	Requerimiento	Tipo	D/O	Descripción
Mejorar connotación del cabello rizado, estilizado y sencillo de manejar	Narrativa cercana y simplificada	F-O	O	Ilustraciones y frases que transmitan la facilidad a la hora de crear rutina
Dar a entender a usuario que debe ser autodidacta en su relación con su cabello rizado	Proceso pedagógico	E-C	D	Recordatorios- imágenes- infografía
Mostrar que hay variedad de cabellos y estilos de corte distintos	Lenguaje formal y preciso	E-C	O	Explicaciones y términos claros- apoyo con imágenes
Mostrar el valor del cabello rizado en su identidad y sus raíces, sus experiencias vividas con su cabello	Narrativa de impacto y reconocimiento	E-C	D	Historias-casos de la vida real- imágenes
Mostrar la existencia de los lugares especializados en rizos	Información	F-O	O	Datos y cifras- logos-direcciones- imágenes
Orden, rutinas, tiempos y estructura visual	Funcional - Orientación intuitiva	E-C	O	Bocetos- iconos- manual de uso
Presentar un nuevo mundo donde toda la experiencia debe ser guiada y reconocer la familiaridad (problema-solución)	Narrativa cercana al usuario	T-P	D	Creación de personaje- video tutoriales- iconos para reconocer determinados términos- textos cortos- ilustraciones
Crear una identidad visual acorde al usuario	Identidad de marca	E-C	O	Definir paleta cromática- tipografía- línea gráfica
Aprendizaje efectivo	Aprender a utilizar productos o hasta crear rutina de cuidado	F-O	D	Actividades presenciales, acercamiento con productos capilares

Teniendo en cuenta todo lo investigado sobre las acciones de una persona a la hora de entender o introducirse al mundo de los rizos, para conocer su cabello y necesidades, reforzando su identidad con este rasgo tan característico. Enfocándose en la comunidad masculina a la cual no le llega esta información sobre el cabello rizado de manera tan directa se concluye los siguientes puntos para tomar la decisión del sistema definitivo del producto a realizar.

1. El producto debe ser orientado a la comunidad masculina que le llama la atención saber sobre su cabello y no les cueste llegar a solucionar esta necesidad de aprender a manejar su cabello, incluyéndolo a su identidad en el proceso.
2. Por ser un tema no muy conocido o tocado en el género masculino, es necesario generar una comunidad o demostrar a los hombres que hay más personas que viven y piensan lo mismo que ellos sobre la relación con su cabello, no lo comparten porque creen que son los únicos que lo están viviendo.
3. Debe ser un producto muy completo para introducir a la

persona en todo lo necesario que debe saber sobre su cabello, cómo y con que debe cuidarlo, también todo el factor del aprendizaje autónomo y guiado (personaje para familiaridad) en todo momento.

4. Demostrar al público objetivo que cuidar y pensar en los beneficios de saber sobre sus cabellos y cómo esto se refleja en su presentación personal (cortés y cuidados del cabello rizado), no es aburrido, tedioso o cansón; Todo lo contrario, se puede aprender jugando, divirtiéndose o tan solo reconociendo que características tiene su cabello, para cambiar acciones negativas para el manejo del cabello rizado.

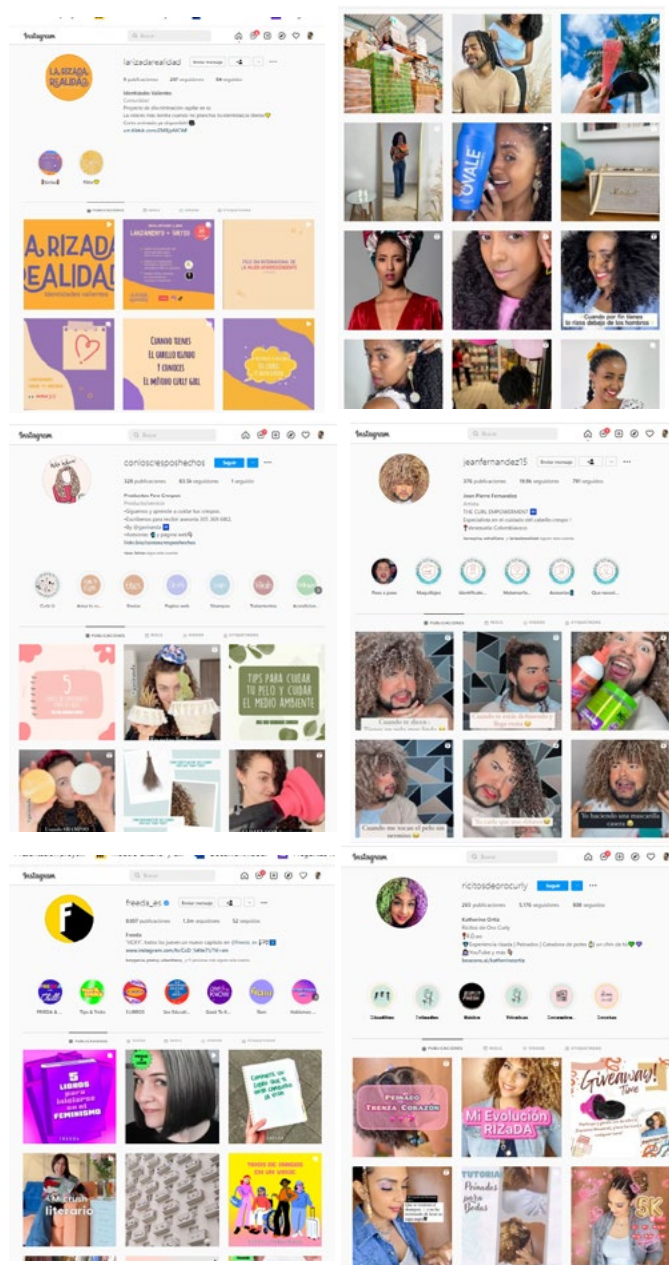


Moodboard

Para la búsqueda de referentes e inspiración se distribuye en 3 categorías, la primera para las redes sociales (perfil de Instagram), la segunda para la aplicación y la tercera para el empaque.

En el **instagram** se encontraron dos perfiles de dos mujeres que comparten sus conocimientos sobre el manejo del cabello rizado, los otros son de un proyecto de grado sobre la discriminación capilar y el último es un perfil de un peluquero especializado en el cabello rizado que comparte tutoriales y videos de situaciones cotidianas que le pueden llegar a pasar a un rizado.

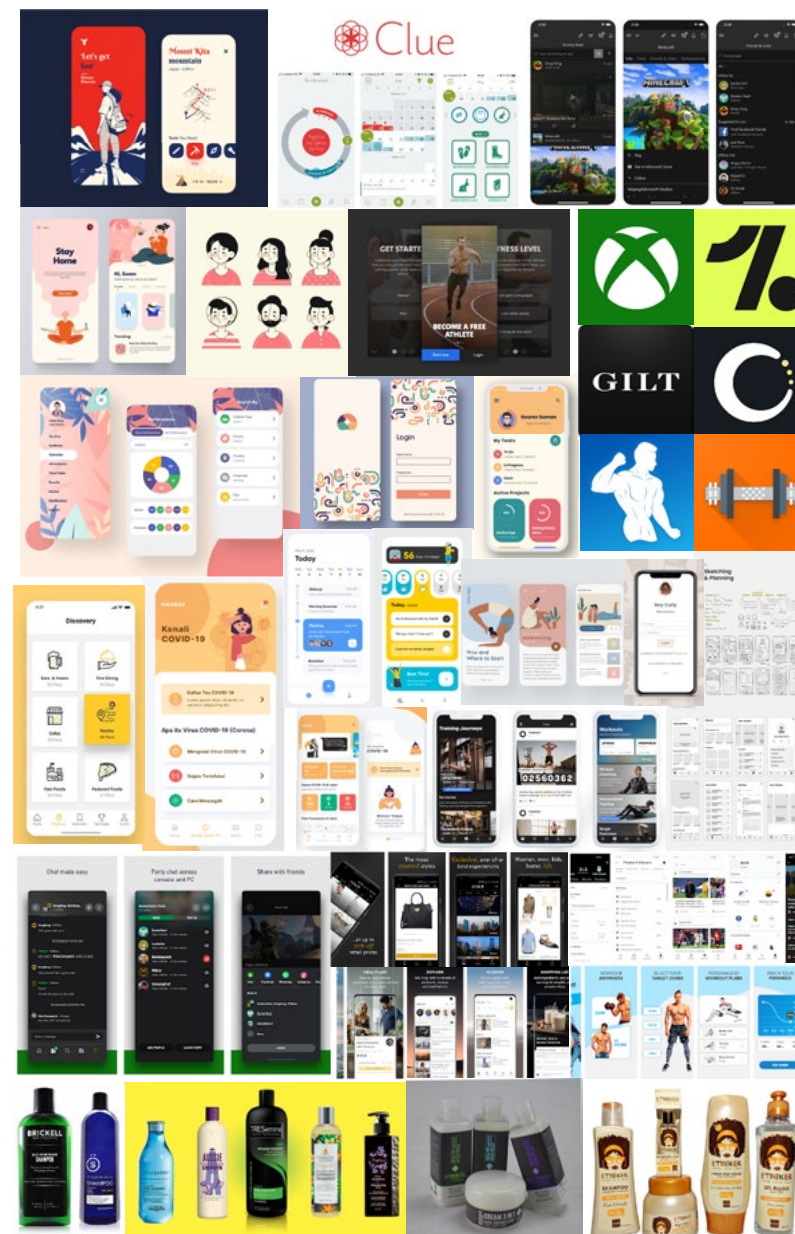
Campaña de expectativa y promoción



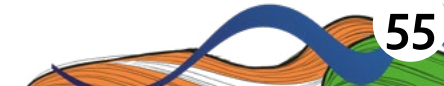
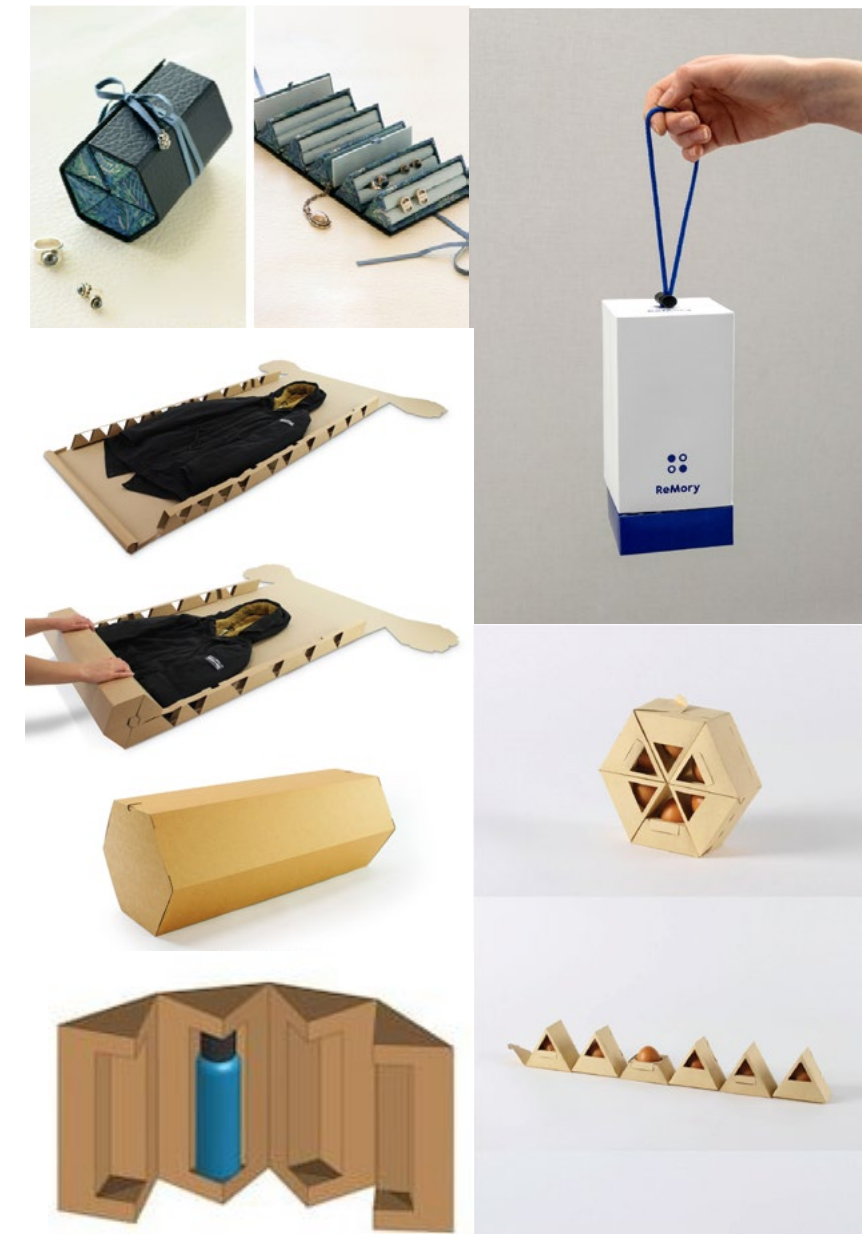
Para la **aplicación** me inspire en colores y las formas de los productos para hombres rizados, que son muy pocos pero sus colores son muy similares, también en la funcionalidad y estética de aplicaciones para un público en su mayoría masculino, cómo lo son aplicaciones de videojuegos o de hacer ejercicio, por último tome de referente la aplicación Clue que es directamente para un grupo femenino pero sus funciones e interfaz aportan al producto final.

Para el **empaque** tome inspiración de empaque que se pudieran transportar que fueran compactos, plegables y que se abrieran de forma innovadora para contener muchos productos, permitiendo que se puedan exhibir en góndola pero también sea directo su uso.

Aplicación

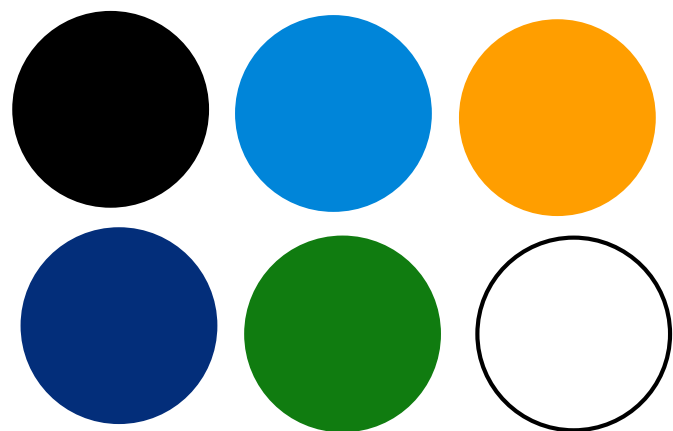


Empaque



Moodboard

Colores, tipografías



maatrounded
AQUM TWO
 Open_sans
 Poppins



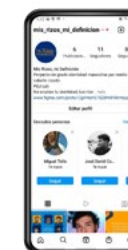
Sistema de Producto

Teniendo en cuenta todo lo investigado en base a las acciones de una persona para conocer o introducirse al mundo de los rizos, conocer su cabello y necesidades, enfocándose en la comunidad masculina a la cual no le llega esta información sobre el cabello rizado de manera tan directa y con el fin de reforzar su identidad con este rasgo tan característico, se llegó a la conclusión de desarrollar y crear este sistema estructurado y justificado, donde todos los elementos están conectados.

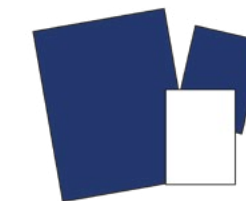
2. Campaña de expectativa y promoción



1. Experiencia
Rizos Felices



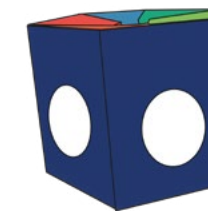
Instagram



Piezas Físicas



3. Aplicación



4. Empaque



5. Manual de Uso
aplicación y empaque

Experiencia Rizos Felices

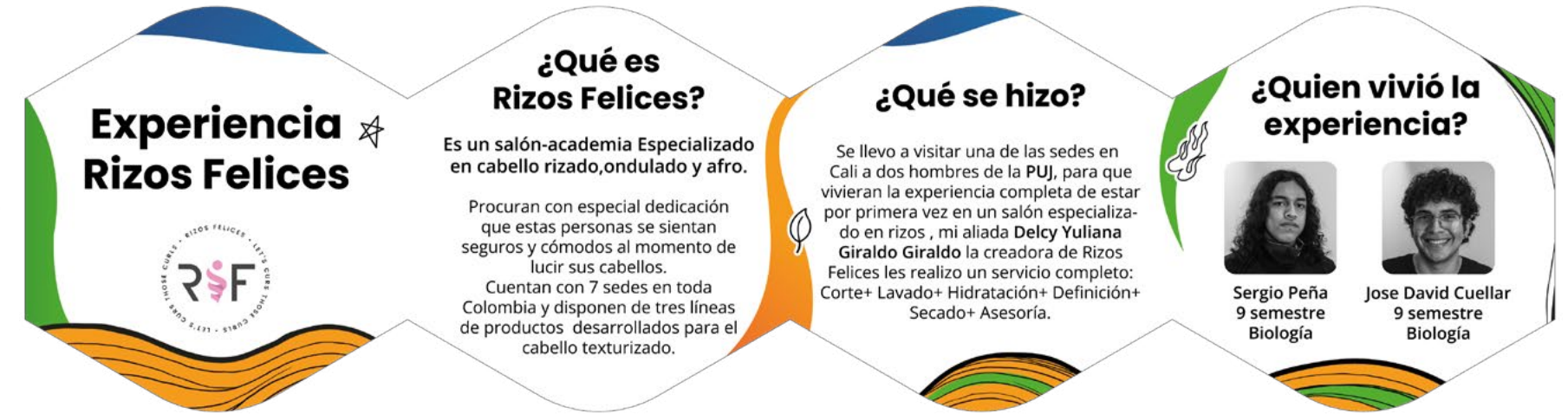
Para asegurar la eficacia, reconocimiento y difusión del proyecto, se desarrolló un sistema para llegar a resolver la necesidad latente de manera efectiva. Para empezar se llevó a dos personas de la comunidad masculina para vivir por primera vez la experiencia de Rizos Felices (aliado) el cual es un salón - academia especializado en rizos, para que aprendieran personalmente cómo deben cuidar su cabello y las diferentes características que tienen estos, con el fin de que las siguieran en su

vida cotidiana y vieran el cambio tanto en su identidad como en su mentalidad de su cabello, brindándoles rutinas según sus necesidades y mostrándoles el cambio que tiene su cabello tratado de una manera adecuada.



Pieza Física

Pieza digital



Conocer la mente del usuario

Encuestas de Validación y comprobación

Naming: Proyecto y Perfil de Instagram

Para empezar se sacó el naming del sistema en general y por ende del perfil de instagram, teniendo en cuenta el objetivo del proyecto y al público que va dirigido el mensaje, se presentaron 5 nombres:

1. Asi soy
2. Soy yo
3. Expresando mi identidad natural
4. Mis rizos, mi definición
5. Mis rizos, mi identidad

Filtro con 3 criterios:
Morabilidad, trasfondo y relación con tema.

Se eligió Mis rizos, mi definición por el juego de palabras de definición en el mundo rizado, la decisión de darle la importancia al cabello y tomarlo como parte de su identidad.

Primera Propuesta



Propuesta Final



Identidad Gráfica

Variables de logo con colores



Gama de Colores



R 0 G 0 B 0	R 3 G 46 B 122	R 255 G 255 B 255
C 91% M 79% Y 62% K 97%	C 100% M 87% Y 28% K 9%	C 0% M 0% Y 0% K 0%
Hexadecimal: 000000	Hexadecimal: 032e7a	Hexadecimal: ffffff



R 255 G 158 B 0	R 0 G 133 B 216	R 16 G 216 B 5
C 0% M 46% Y 93% K 0%	C 80% M 40% Y 0% K 0%	C 69% M 0% Y 100% K 0%
Hexadecimal: ff9e00	Hexadecimal: 0085d8	Hexadecimal: 10d805

Tipografía

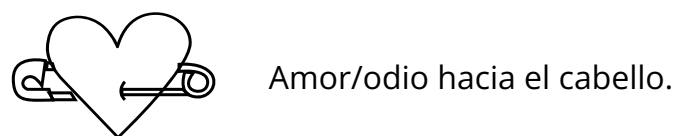
Una parte con trazos a mano y la otra con la siguiente tipografía.

MaatRounded

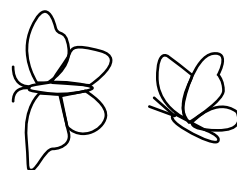
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890'¿?!"/.



Elementos Gráficos



Amor/odio hacia el cabello.



Transformación constante, perseverancia.



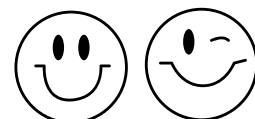
Pasión, la euforia, la alegría y la fuerza interior.



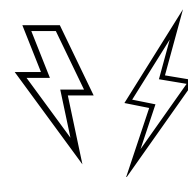
Rebeldía, alborotado.



Diferencias en las personas.



Felicidad y comodidad



Estado de ánimo y clima.



Naturalidad del cabello.



Conocimiento profundo de uno mismo, esencia inefable de cada ser humano

Identidad Gráfica

Campaña de expectativa y promoción

Instagram

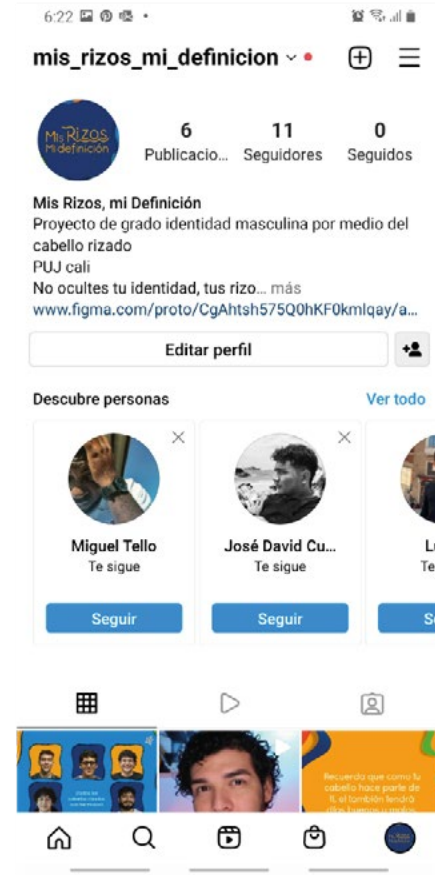
En segundo lugar, teniendo en cuenta estos puntos de vista de la experiencia y de los buenos resultados, es necesario crear una comunidad y un interés en el público objetivo, demostrándoles de lo que se están perdiendo y de los beneficios que tiene interesarse en el cuidado del cabello, tanto en el interior cómo en la presentación personal. Se percibió pertinente realizar una campaña de expectativa para llegar a esta comunidad, realizándose a través de instagram (virtualidad) esto debido al rango de edades del público objetivo, siendo una plataforma que permite

llegar con más rapidez y de una manera filtrada en los intereses de cada persona, por medio de piezas de curiosidades e información sobre el cabello rizado. También se realizará de manera presencial en la universidad con otro tipo de piezas gráficas, presentando lo que se está haciendo y el mensaje que se quiere dar con el proyecto y la siguiente parte del sistema, estas piezas serán carteles en la central de la universidad javeriana y volantes que se repartirán a estas personas con esta característica evidente del cabello rizado.





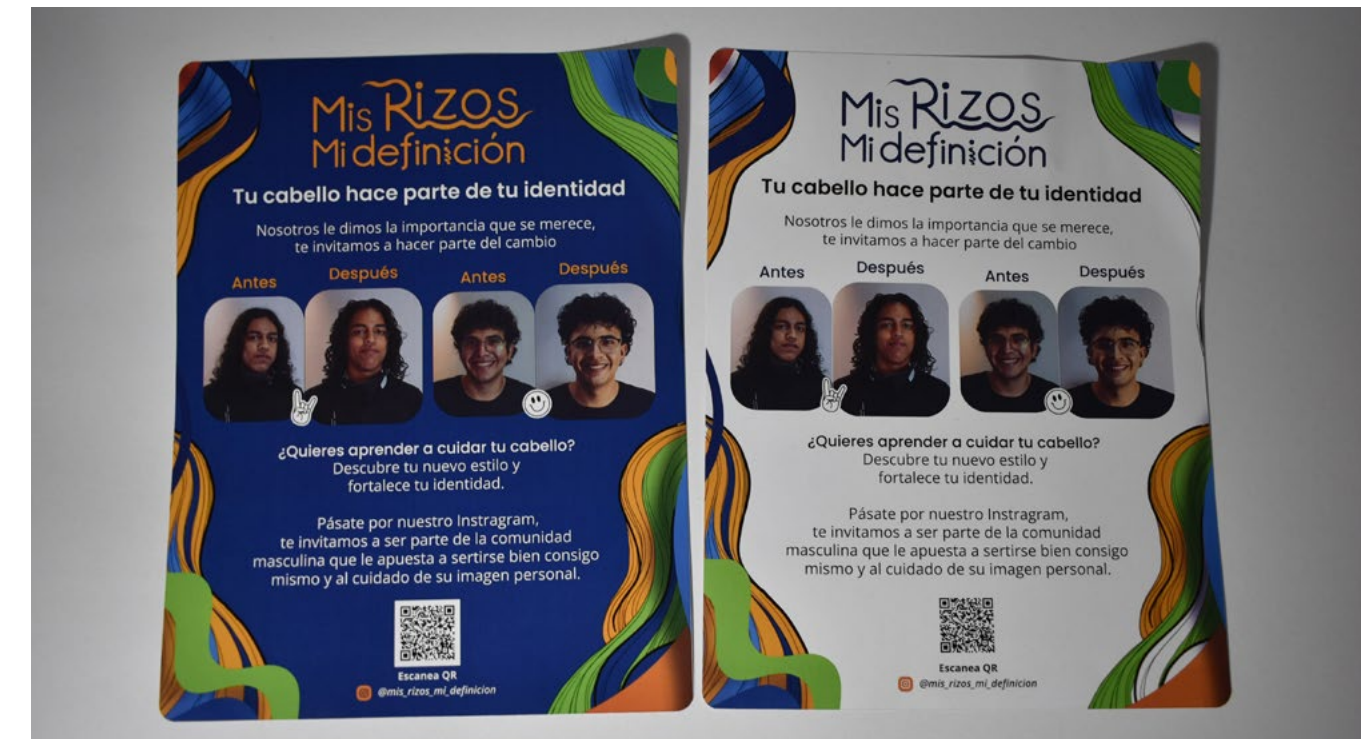
Post de instagram



Piezas Físicas en la PUJ

Posters

Pieza Física



Pieza digital



Posters en la Universidad



Pieza Física



Volantes

Pieza digital



Conocer la mente del usuario

Encuestas de Validación y comprobación

Naming: Aplicación y difusión de información

17 hombres para sacar naming de aplicación y definir gama crómica, importancia de los elementos y por medio de que quieren recibir la información.

RIZOCIOS, CUIDO MI LOOK, PA'RIZADOS, GUÍA PARA RIZADOS, RIZOS LIBRES

Criterios del filtro :

1. Asociación a hombres, 2. Llamativo o memorable, 3. Recordación, 4. Suena y se pronuncia con mayor facilidad, 5. Sensaciones negativas

Se eligio Rizocios por estas razones:



Rizocios Pa' rizados

Por el juego de palabras, de tener mi "socio" o mi pana que me ayuda con mi pelo.

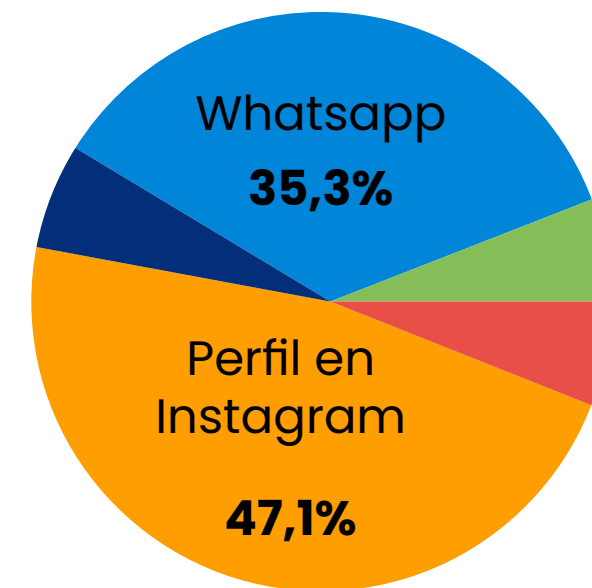
Por la mezcla de la jerga popular que frecuentan utilizar los hombres de Cali. Es llamativo en ese sentido

Soporte para recibir información



Virtual Físico

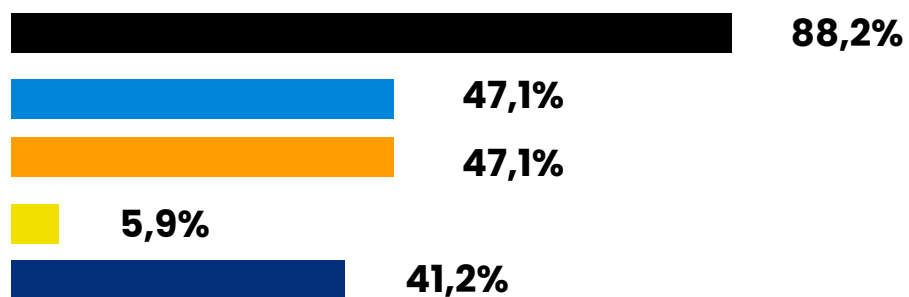
Red social recibir la información



Importancia de los elementos:

1. Definición o acomodar cabello.
2. Cortes de cabello
3. Productos y lugares de cuidado del cabello
4. Conceptos
5. Comunidad

Validación de paleta cromática



Pertinencia de un personaje Guía ilustrado



Cuidado de los rizos no está tan relacionado con el hombre y sería mas ameno ver a un hombre interesado por el cuidado de su cabello.

Identificación e inclusión, mercado de cabello rizado casi siempre está dirigido a la mujer.

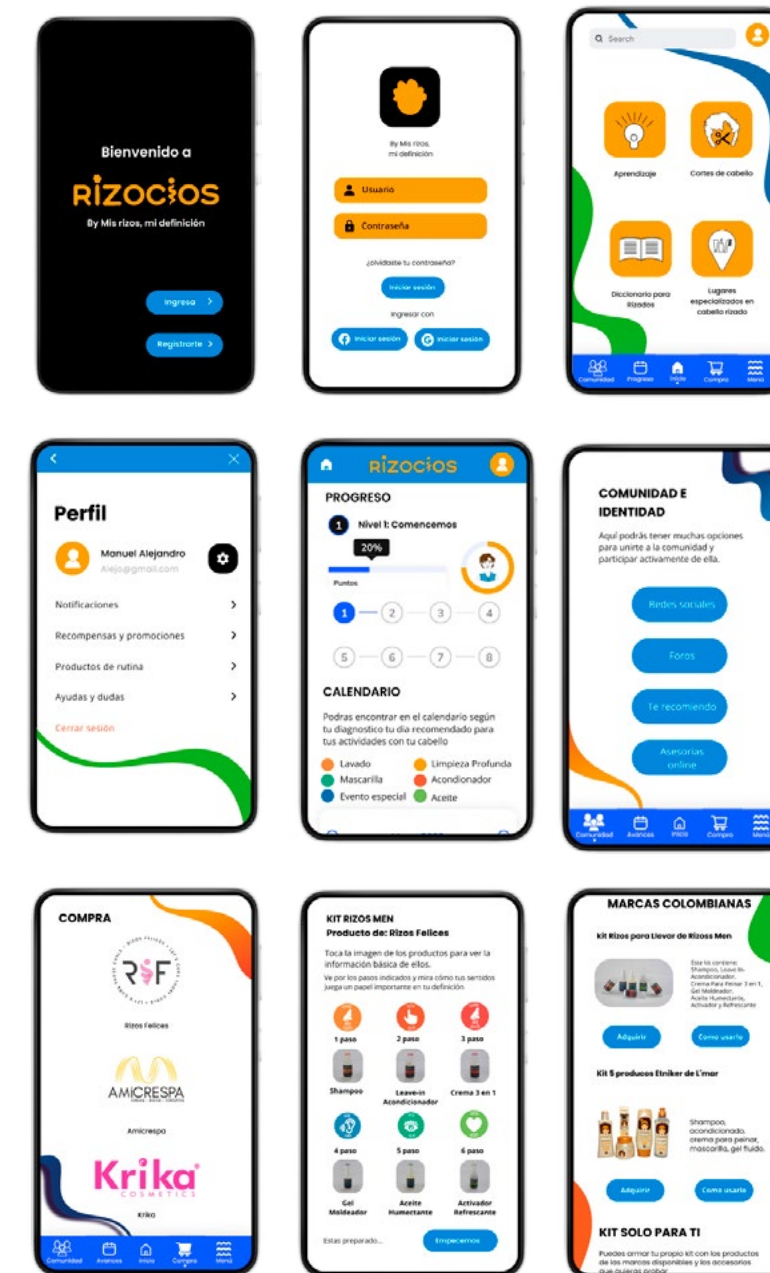
Didáctico, personaje masculino ilustrado con esa característica en común (pelo rizado) es una buena idea.

Prototipo aplicación

En tercer lugar, con el objetivo de la rapidez y de encontrar todo en un mismo lugar, teniendo en cuenta el interés de las personas, se llegó a la conclusión de desarrollar un aplicación que contuviera todo lo necesario que debe saber una persona que tenga interés o curiosidad de cuidar su cabello y reforzar su identidad, de esta manera con la visibilidad del lanzamiento por instagram, puedan descargar la aplicación y desde ese momento vivir la experiencia completa de sumergirse en el conocimiento de cuidar el cabello rizado, conociendo desde cuantas personas del género masculino están interesadas por su cabello hasta cómo y dónde pueden adquirir los productos para empezar a poner en práctica lo aprendido, pasando por las partes más técnicas y en las que se pueden divertir descubriendo todo los hábitos que pueden cambiar con el adecuado conocimiento del cabello rizado.



Escanea QR
Pásate por RIZOCIOS



Variables de logo con colores



RIZOCIOS

RIZOCIOS



Gama de Colores

Autoridad, fortaleza y serenidad.



R 0
G 0
B 0

C 91%
M 79%
Y 62%
K 97%

Hexadecimal: 000000

Alegría, entusiasmo, atracción, creatividad, el estímulo.



R 255
G 158
B 0

C 0%
M 46%
Y 93%
K 0%

Hexadecimal: ff9e00

Confianza, credibilidad, tranquilidad, calma y cuidado de los demás.



R 0
G 133
B 216

C 80%
M 40%
Y 0%
K 0%

Hexadecimal: 0085d8

Icono de la aplicación



Usada en el desarrollo del logo

AQUM TWO CLASSIC

ABCDEFGHIJKLMN-
ÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890'¿?!"/(),.,

Identidad Gráfica

Tipografía

Usadas en la interfaz de la aplicación, títulos Poppins y enunciados Open Sans.

Open Sans

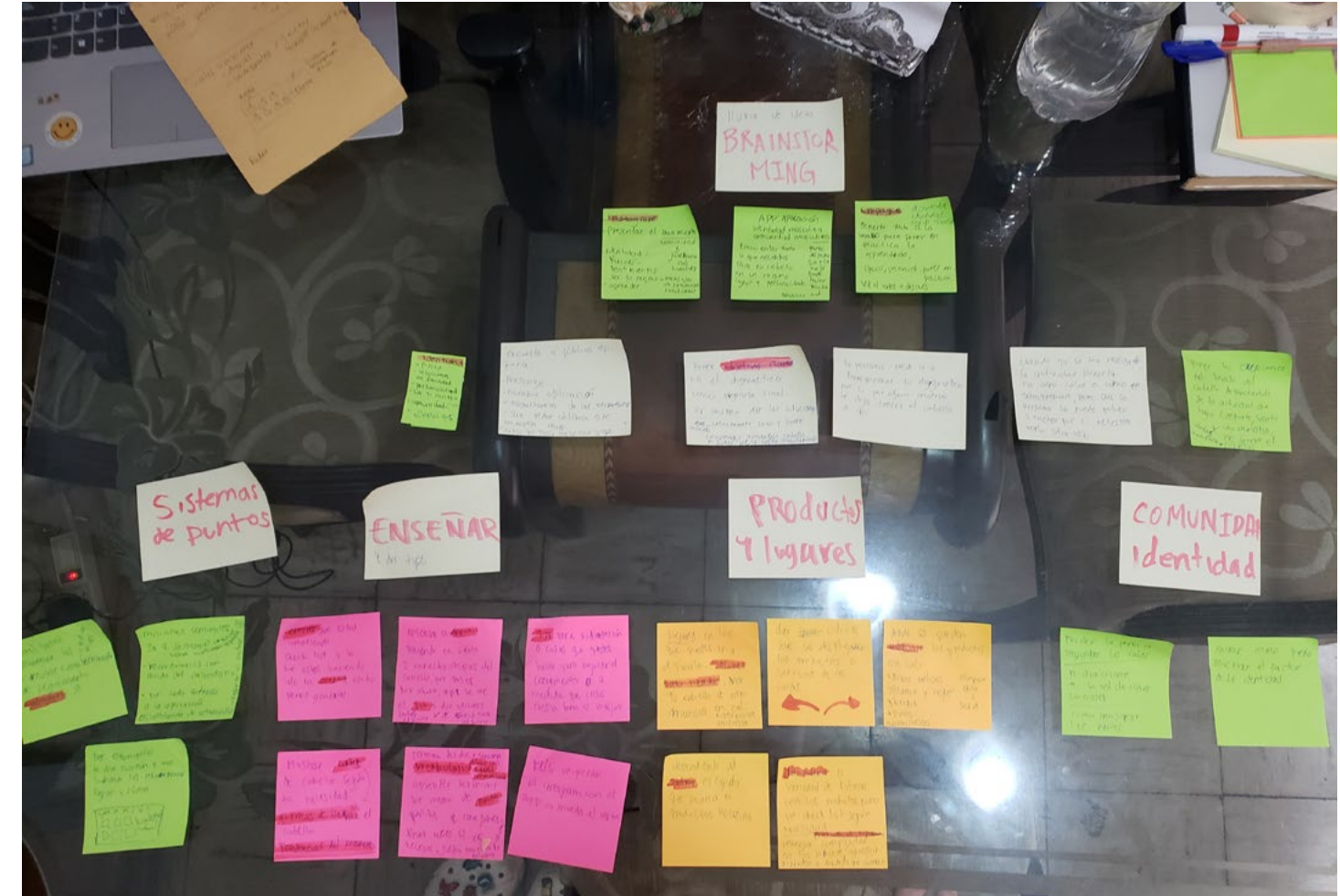
ABCDEFGHIJKLMN-
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn-
ñopqrstuvwxyz
1234567890'¿?!"/(),.,

Poppins

ABCDEFGHIJKLMN-
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn-
ñopqrstuvwxyz
1234567890'¿?!"/(),.,

Flowchart o Diagrama de flujo

Físico

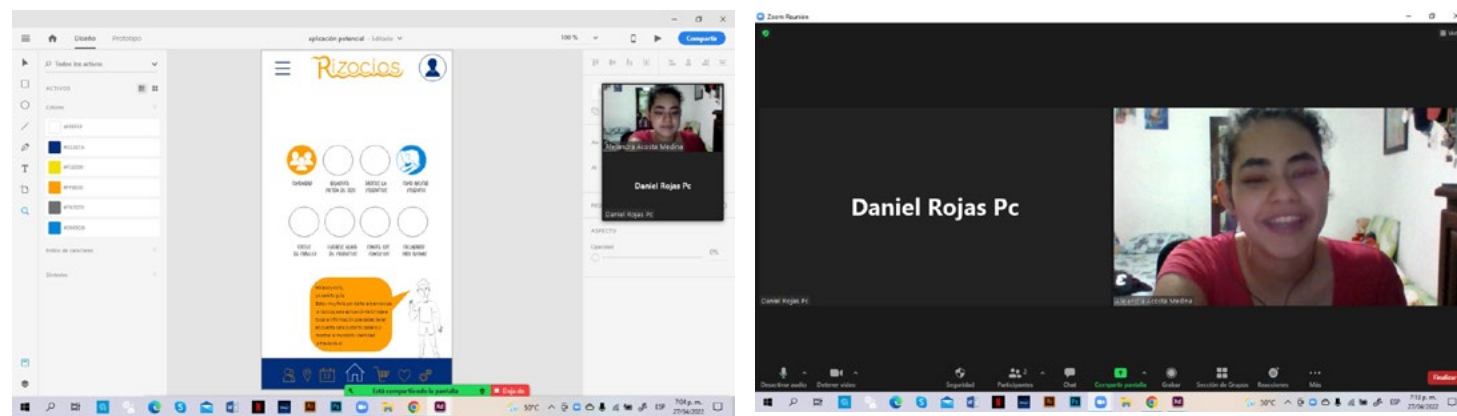


Flowchart o Diagrama de flujo

Digital



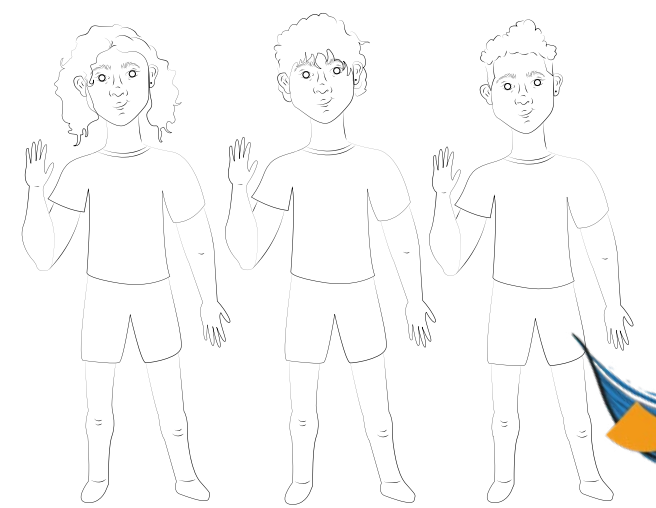
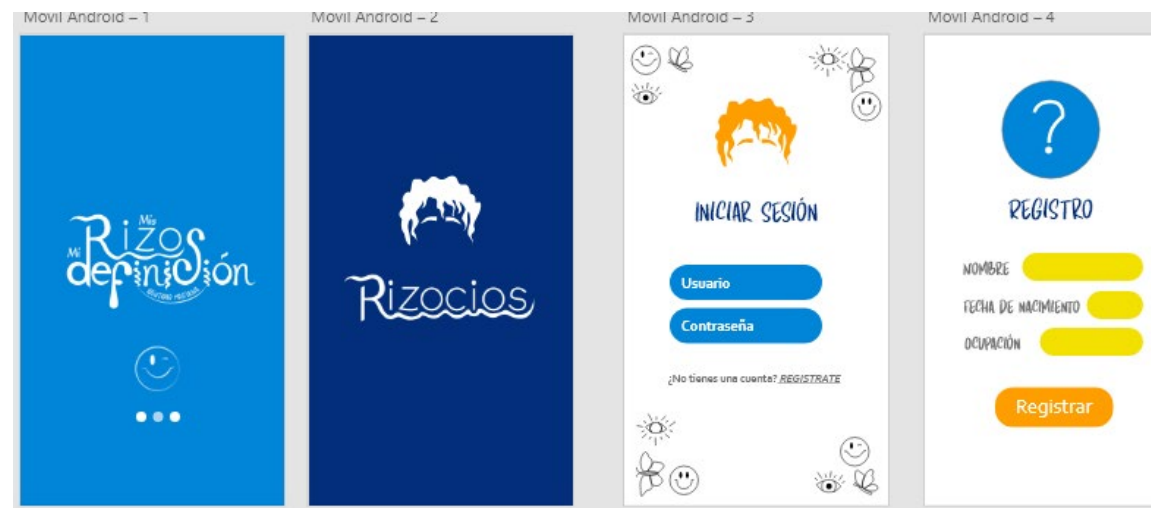
Primeros bocetos de la aplicación y el personaje



Asesoría con Daniel Rojas Diseñador de medios interactivos, experiencia del usuario(Diseño UX) y usabilidad, variables de herramientas y gamificación.

Iconos, simplificar elementos.

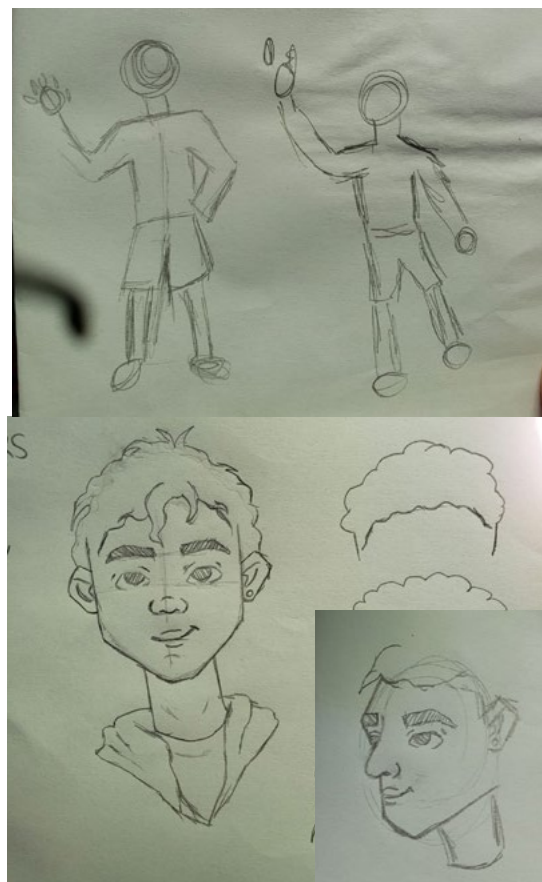
Diseñar para hombres es tener en cuenta siempre el color negro.



Desarrollo de Personaje (Lukas)

Por ser el personaje para espacio reducido se simplifico y se dejo gruesa la línea para que se pudiera ver en cualquier tamaño.

Bocetos



Moodboard Personaje

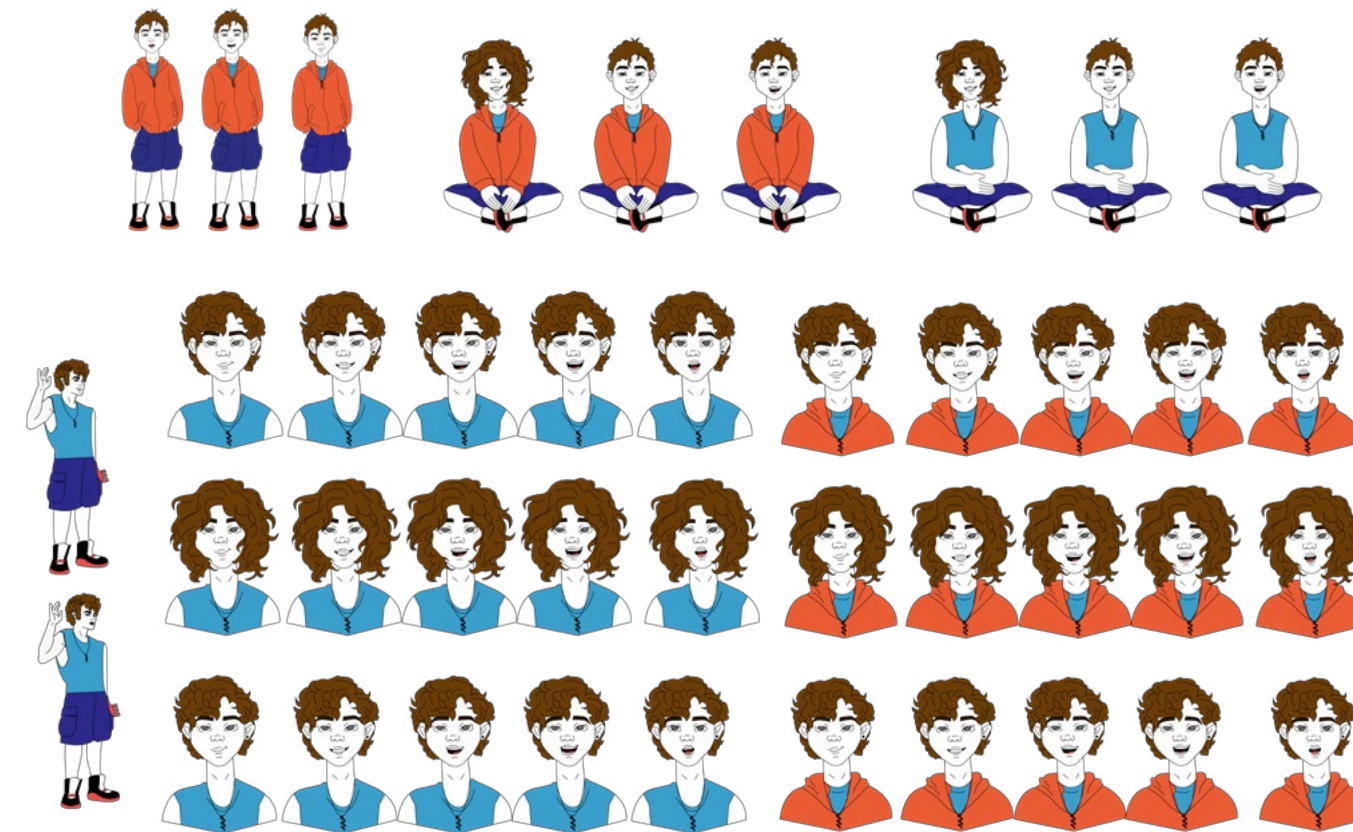


Variables Cabello, Posiciones y emociones personaje

El es Lukas y el personaje tiene este nombre porque él hace parte de los hombres que están en este proyecto que fue uno de los que cuando estaba empezando mi proyecto y nadie creía en el futuro de él, se emocionó y le interesó lo que yo quería hacer, por esta razón tiene este nombre, también porque es pegadizo y corto.



Lukas



Empaque Kit

El empaque con sus productos tendría un costo aproximado de \$50.000 pesos Colombianos

En cuarto lugar, con la necesidad de demostrar la adecuada aplicación enfocada a la única línea para hombres rizados disponible en Colombia, la cual es la de Rizos Felices, siendo la marca con la cual se trabajó en el primer punto de la experiencia, se desarrolló el empaque para usar y aprovechar los beneficios de los productos de la mejor manera, pero en la app los usuarios pueden pedir su kit personalizado con los productos y accesorios de sus preferencias.

En la experiencia se tendrán en cuenta los 5 sen-

tidos y la relación que tienen con la aplicación en el cabello, reforzando de esta manera la identidad y la concepción de la complejidad del cabello rizado.



Pieza Física

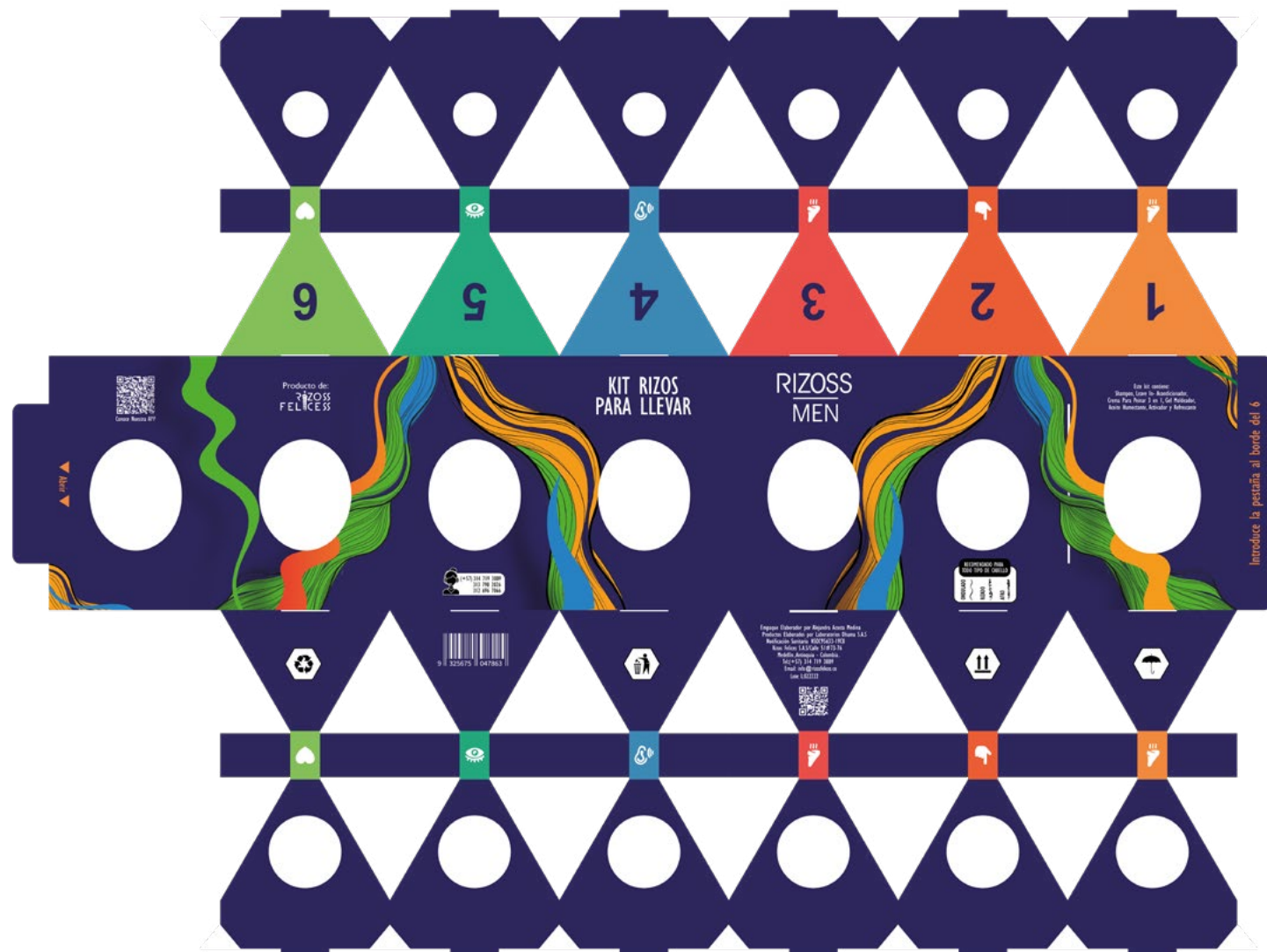


Pieza Física

Pieza Digital



- Productos en envases de viaje, para probar los productos.
- Kit con todo lo que se necesita para el cabello rizado.
- Llamativo visualmente y en estructura.
- Experiencia con los 5 sentidos.
- Clasificación e importancia de los productos por colores.
- Compacta y plegable.
- Plegadiza sin ningún punto de pegue.
- Sencillo apilamiento.
- Etiquetas con qr, interacción virtual.
- Complemento con app para uso, por medio de qr.
- Productos de marca aliada Rizos Felices.



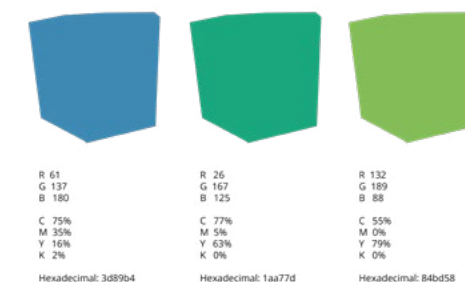
Etiquetas envases



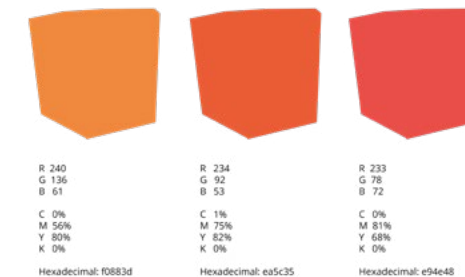
Identidad Gráfica

Gama de Colores

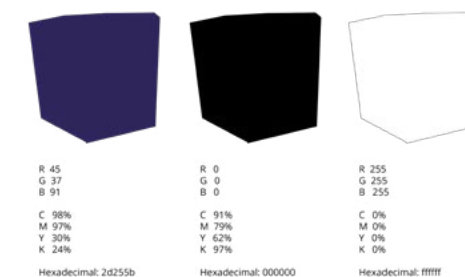
Gama cromática productos secundarios u opcionales



Gama cromática para los productos esenciales



Colores empaque secundario



Tipografías

Gill Sans MT

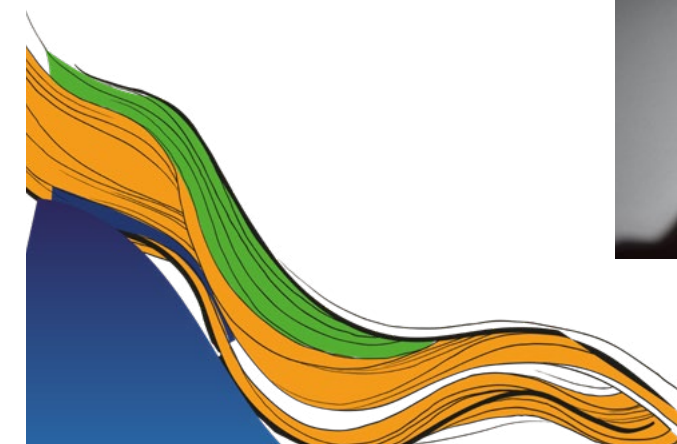
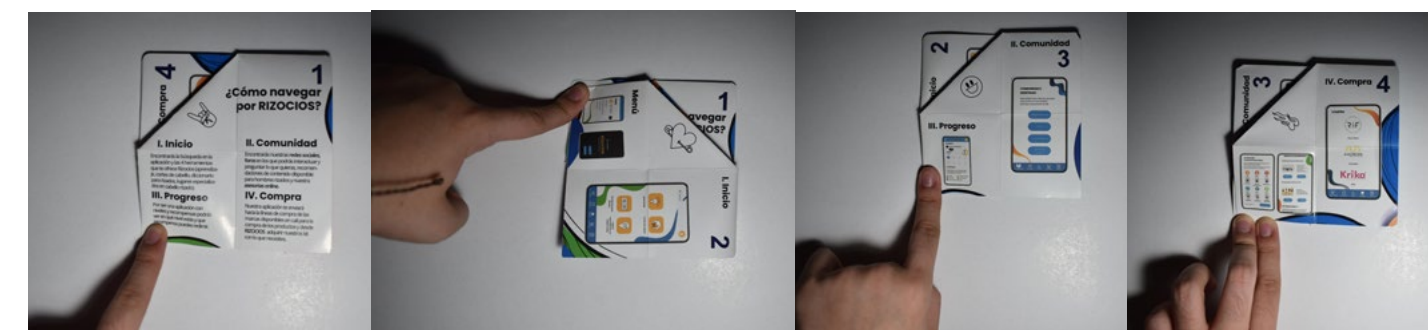
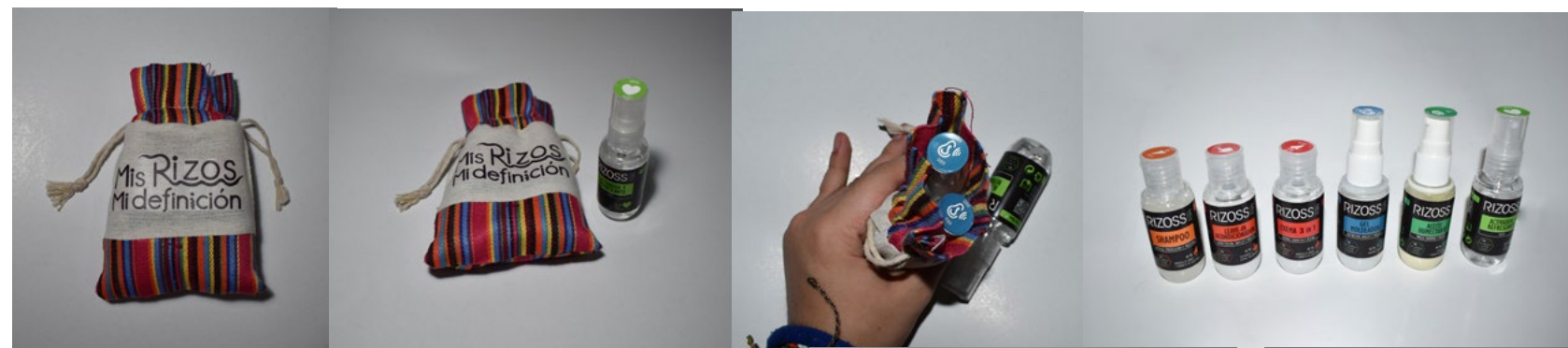
ABCDEFGHIJKLM-
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñop-
qrstuvwxyz
1234567890'?!"/(),.

Gill Sans MT Condensed

ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
1234567890'?!"/(),.

Manual de uso aplicación y empaque

Para terminar, por ser una aplicación y un empaque innovador, con funciones relativamente nuevas, se realizó un instructivo de las funciones principales, modo de uso y herramientas con sus factores diferenciales que le permite al usuario tener una experiencia muy personalizada a sus necesidad y gustos.



Pieza Digital

INSTRUCTIVO
¿Cómo

1 Escanea QR y abre el empaque

Escanea este QR para vivir la experiencia completa si es tu primer vez

EMPAQUE
Usuario?

2 Lee el mensaje y saca los productos

¡Mira el mensaje, lo escribimos exclusivamente para ti!

¿Cómo abrir el empaque?

¿Cómo sacar los productos?

Mis Rizos Mi definición

¿El porqué de cada sentido?

Huele el aroma inigualable del shampoo y la crema 3 en 1.

Siente el acondicionador y cómo puedes hacer scrunch en tu cabello con el gel.

Mira como se ve el aceite en tu cabello y la alegría que te da verte así, retocándolo con tu activador y refrescante.

3 Los 5 sentidos y sigue el paso a paso del uso de los productos

Sigue el paso a paso desde RIZOCIOS

Escanea QR

4 Guarda tus productos y cierra el empaque

¿Cómo cerrar el empaque?

Antes de cerrar tu empaque te quiero agradecer por darle la importancia que se merece a tu cabello, así reforzas tu identidad siendo parte del cambio.

MANUAL DE USO RIZOCIOS

¿Por qué descargarla?

Permite que tengas un servicio lo más personalizado posible, teniendo en cuenta tu cotidianidad y las características propias de tu cabello, dándote consejos para tus necesidades.

1 ¿Cómo navegar por RIZOCIOS?

2 I. Inicio

3 II. Comunidad

4 IV. Compra

I. Inicio
Encuentra la blogueros en la aplicación y lee 4 herramientas que te ofrece RIZOCIOS (leprello, JC, cortes de cabello, accesorio de peinado y productos especializados para el cabello rizado).

II. Comunidad
Encuentra nuestras redes sociales, fóranos para poder recomendar y compartir tus experiencias y recomendaciones de compra disponible para hombres rizados y nuestra asesores online.

III. Progreso
Por ser una aplicación con niveles y recompensas podrás ver en qué nivel estás y que cuando quieras puedes reiniciar.

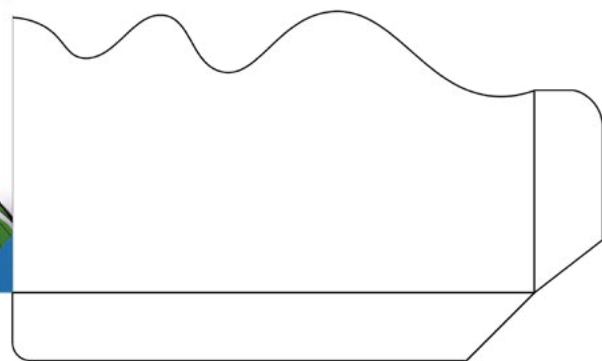
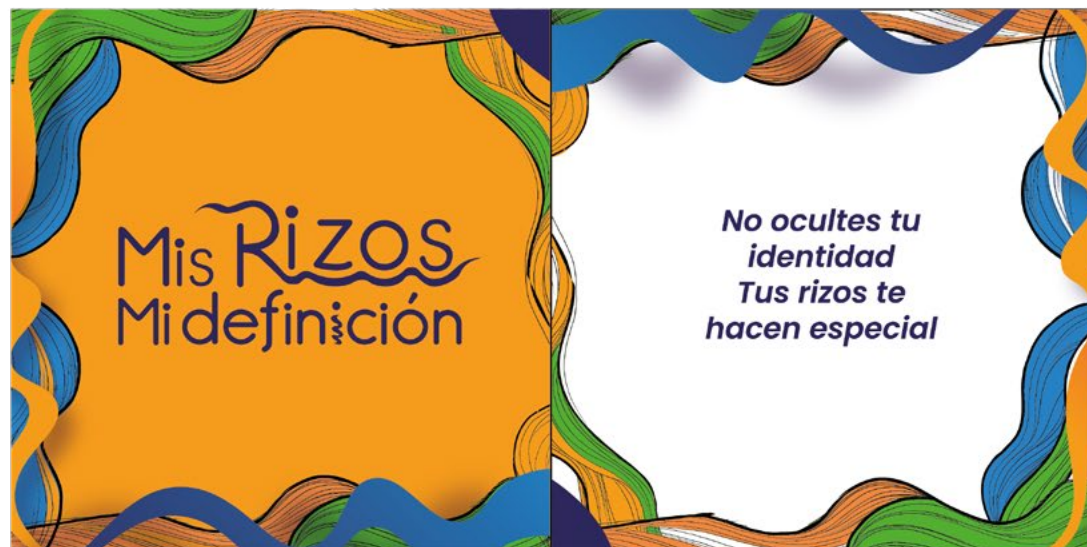
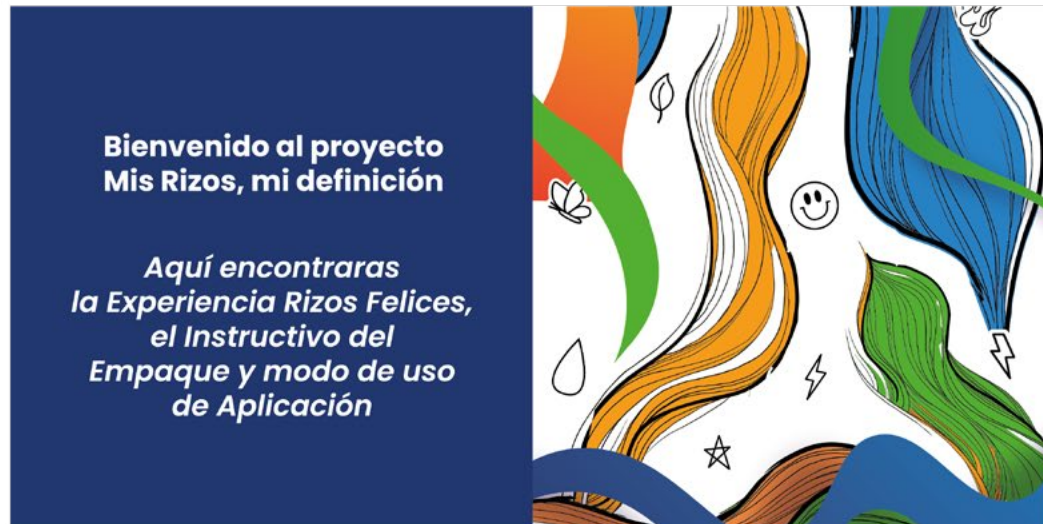
IV. Compra
Nuestra aplicación te ayuda a hacer la compra de los productos y marcas disponibles en el país para RIZOCIOS, adquirir nuestros kits con los que recetas.

Stickers y botones



Pieza Física Empaque protector de Manuales de uso

Pieza Digital



Prueba de usuario

¿Cómo se llevará a cabo?

Se reunió a 6 personas las cuales tienen variedad de texturas en el cabello para ver la efectividad del sistema en cuanto a la personalización, a estas personas se les entregó un kit de productos y el manual de la aplicación, donde ellos interactuaron con los elementos tanto virtuales como físicos, el objetivo de la actividad es que ellos puedan seguir una rutina de definición con los productos y su guía con la aplicación.

¿Cuándo y dónde?

Lunes 16 y martes 17 de mayo en las instalaciones de la Pontificia Universidad Javeriana Cali.

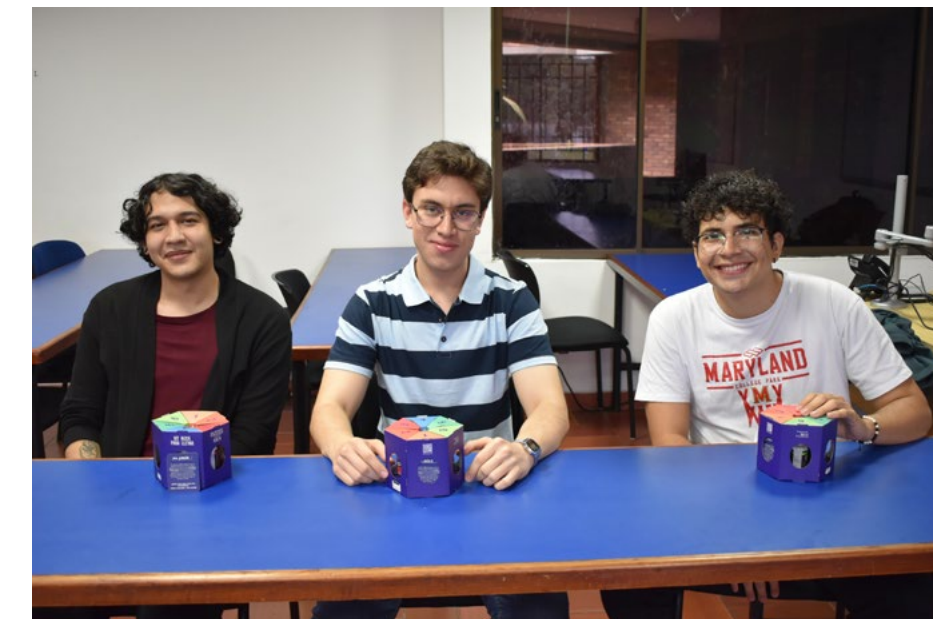
Se validará la usabilidad, funcionalidad, comprensión, aprendizaje y contribución a la identidad.

Preguntas para después del uso del sistema:

- ¿Qué te gustó más de la aplicación?
- ¿Qué aprendiste?
- ¿Entendiste cuál era el orden de los pasos para hacer las cosas?
- ¿Qué no te gustó?
- ¿Qué le corregirías al sistema?



Ver prueba de usuario escaneando o dando click en el QR





Conclusiones empaque

- Por la forma del empaque piensan que se abre por encima.
- Cuando van a cerrar el empaque no saben como hacerlo porque no contemplan la existencia de las pestañas.
- Por ser el empaque tan compacto y "lindo" les da miedo sacar - Los productos porque piensan que lo van a dañar.
- La iconografía desde colores, números y la experiencia de los sentidos, a algunos les parece demasiado.
- La elección de colores les pareció pertinente y la generalidad del empaque llamativa por los colores en la parte superior.
- Empaque en gondolo lo comprarían por lo llamativo que se ve.



Conclusiones aplicación

- La aplicación les pareció muy completa y bien manejada, con todo lo que necesitan y sencillo de entender.
- les parece eficiente que se les presente los patrones o textura del cabello con fotos de personas que pueden ver en su cotidianidad.
- les parece mejor las preguntas diagnósticas porque su experiencia en la aplicación va a ser personalizada a sus necesidades.
- El nombre de la aplicación les gusto mucho porque consideran que es algo muy colombiano, se sienten identificados y en una comunidad.



Recomendaciones

- Se debe indicar mejor por donde se abre el empaque.
- Indicar cómo se cierra el empaque.
- Ayudarle a quitar el miedo de sacar los productos diciéndoles que va a soportar el sacar y volver a meter los productos..
- En las imágenes de los patrones ponerles fondos de colores para unificarlos visualmente.
- Realizar un instructivo para guiar de mejor manera el sistema completo del producto.
- Indicar mejor el QR que tiene en el empaque para llegar a la aplicación y directamente a la explicación.



Muestra final

Después de tener en cuenta todos los aspectos investigados, desarrollados y corregidos se reforzó que el cabello es más que ese grupo de pelos que está allí para proteger nuestro cuero cabello y vernos estéticamente mejor, va a otro de nivel que tan solo eso, el cabello rizado hace resaltar a una persona en la sociedad, nos da fuerza por nuestras raíces y por la lucha de los antepasados para llegar a donde estamos, cómo todos somos diferentes y tenemos necesidades diferentes podemos jugar con

él cómo queremos, en todas las maneras que llesves tu cabello rizado podrás salir al mundo a lucirlo con la mayor felicidad sin pensar en los comentarios de los demás, si sabes lo que tienes no lo escondas, **NO OCULTES TU IDENTIDAD, TUS RIZOS TE HACEN ESPECIAL.**





Referencias

- Álvarez, I. (2019). La nueva masculinidad. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/56976/1/Nuevas%20masculinidades.pdf>

- BOSCÁN LEAL, Antonio. (2008). Las nuevas masculinidades positivas. Utopía y Praxis Latinoamericana, 13(41), 93-106. Recuperado en 04 de marzo de 2022, disponible en: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-52162008000200006&lng=es&tlng=es.

- Cámara de comercio (2016). Informes económicos. Cámara de Comercio de Cali. Disponible en: <https://ccc.org.co/file/2017/09/Informe-N94-EC-Informe-Solo-para-Hombres.pdf>

- Darko, S. (2017). Presión social e invisibilidad del cabello rizado en

hombres y mujeres de Lima y Callao. Revista Argumentos, Edición N°2. Disponible en: <https://argumentos-historico.iep.org.pe/articulos/presion-social-e-invisibilidad-del-cabello-rizado-hombres-mujeres-lima-callao/>

- Gil, A. (2015). El lavado doble y otras 8 cosas del pelo masculino que nunca nos explicaron. El País. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2015/10/13/icon/1444730839_524626.html

- Giraldo, D. (2018). Metodología PDOGT. Rizos felices. Disponible en: <https://rizosfelices7.webnode.es/pdogt/>

- Gonzales, B. & Pautassi, M. (2012). La revolución de una industria por los metrosexuales. El Tiempo. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12399043>

- Hardy, E., & Jiménez, A. L. (2001). Masculinidad y género. Revista cubana de salud pública, 27(2), 77-88. Disponible en: <http://scielo.sld.cu/pdf/rcsp/v27n2/spu01201.pdf>

- Lamas, M. (2007). El impacto de los estereotipos y los roles de género en México. Instituto Nacional de las Mujeres. Disponible en: http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100893.pdf

- Pichón E (1982). El Proceso Grupal. Editorial Nueva Visión. Disponible en: https://psico.edu.uy/sites/default/files/cursos/int-teorias_enrique.pdf

- Pichón, E., & Pampliega, A. (1985). Psicología de la Vida Cotidiana. Editorial Nueva Visión. Disponible en: https://psico.edu.uy/sites/default/files/cursos/int-teorias_enrique.pdf

- Rojas, M. (2004). Identidad y cul-

tura. Educere, vol. 8, núm. 27, pp. 489-496. Universidad de los Andes. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/356/35602707.pdf>

- Villareal, K. (2017). Trenzando la identidad: cabello y mujeres negras. Universidad Nacional de Colombia. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Kristell-Villarreal/publication/327527851_Trenzando_la_identidad_cabello_y_mujeres_negras/links/5b9335c8299bf1473924fed5/Trenzando-la-identidad-cabello-y-mujeres-negras.pdf

Webgrafía

-<https://definicion.de/cabello/>

-<https://www.oitcinterfor.org/en/p%C3%A1gina-libro/%C2%BFqu%C3%A9-son-roles-g%C3%A9nero>

-<https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/blog/historia/articulo/la-nueva-masculinidad-permite-una-forma-mas-sana-e-igualitaria-de-relacionarte-con-las-mujeres-y-tambien-con-otros-hombres/#:~:text=El%20concepto%20de%20nueva%20masculinidad,elementos%20de%20la%20masculinidad%20tradicional.>

-<https://www.down21.org/desarrollo-personal/122-vida-independiente/1001-vivienda-y-calidad-de-vida.html?start=4>

-<https://www.diariopronto.com/moda-y-belleza/2022/2/8/bad-bunny-se-pone-vestido-rosa-tacones-para-aca-con-los-estereotipos-de-genero-13354.html>

-<http://disseny.recursos.uoc.edu/materials/taller-color/es/5-2-connotaciones-de-los-colores/#:~:text=Naranja,el%20>

<https://psicologiavida.com/psicologia/pregunta-que-significa-el-fuego-en-psicologia.html>

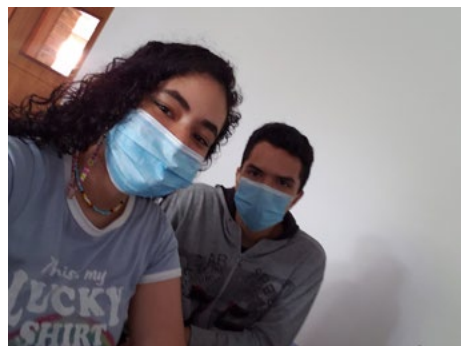
-<https://www.bellezapura.com/2011/06/09/el-pelo-y-su-significado-como-reflejo-de-nuestro-interior/#:~:text=Para%20los%20griegos%20el%20cabello,corte%20como%20en%20el%20color.>

-<https://www.gob.mx/conanp/es/articulos/la-gran-viajera?idiom=es#:~:text=Las%20mariposas%20monarcas%20representan%20un,hasta%20que%20logran%20su%20meta.>



HOLA
Mi nombre es
DANIEL MUÑOZ
Carrera
DCC(DISEÑO)

Anexos



ENTREVISTA CRISTIAN MAMIAN

- Soy Cristian David Mamian bedoya, tengo 17 años y estoy en 1er semestre de ciencias políticas.
+ Ok entonces, vamos a empezar con la primera pregunta, ¿Qué sabes tú sobre tu cabello?
- Pues que es bastante difícil de manejar, muy difícil de manejar de hecho. Tengo que tener mucho cuidado con el por-

que si digamos que pasa mucho tiempo en el que no me corto el pelo se vuelve un caos completo
+ ¿Tú te consideras rizado u ondulado? ¿tú te ¿Has visto el cabello largo?
-si
+ ¿Y a ti se te hace el crespo?
- no, completamente no
+ entonces estás en una ondulación crespada
-sí, más o menos
+ ¿y no te gusta dejarte crecer el pelo?
-no
+ ¿por qué? ¿por qué no lo sabes manejar?
- exactamente
+ Por eso mismo, pero, ¿nunca has probado aprender a manejarlo?
- si he intentado, pero

pues no he podido, me veo rarísimo
+ ¿Qué has intentado?
- me lo he dejado crecer, me he cortado el cabello dejando solo la parte de arriba, pero cómo mi pelo es bastante duro por así decirlo, no cae cómo una persona que tiene el pelo liso, se queda estático cómo está. por ejemplo, yo no me puedo mover el pelo aquí en la u mientras tengo el pelo seco porque de un momento a otro se puede quedar cómo estático y para acomodarlo es un dolor de cabeza, yo me lo tengo que acomodar siempre
+ cuando lo tengo muy mojado porque de lo contrario no puedo acomodarlo porque

sencillamente no se mueve.
+ Pero, ¿por qué ves tu cabello cómo un dolor de cabeza?
- Por eso, porque me cuesta manejarlo, yo no soy cómo muy preocupado por las cuestiones estéticas, pero me preocupo por cómo me veo y no tener el control de mi cabeza es cómo que me molesta
+ lo entiendo, se puede manejar evidentemente y es lo que trato de hacer con mi proyecto porque obviamente aprender a manejar el cabello rizado no es fácil, no te voy a decir que uf, la maravilla llegar a esto no, no es, porque a mí me ha costado evidentemente y encontrar que métodos

te facilitan porque la idea no es que tu cabello sea tu dolor de cabeza. ¿Para tu cabello hace parte de tu identidad o está en segundo plano?
- Pienso que el cabello es un factor muy importante en la apariencia de una persona, sobre todo porque depende de cómo me acomode el cabello, me siento diferente.
+ Entiendo. En el mundo rizado hay muchos términos que los hombres no conocen por falta de información o interés, ¿a ti te gustaría conocer cómo son esos términos del mundo rizado para aprender a sumergirte en esto?
- Si, de hecho, sí, sí eso significa que voy para poder manejar mejor

mi cabello.
+ Tu sabes tus herencias de tu cabello, ¿por qué eres rizado?
- No, me hago una suposición. Tengo una pequeña descendencia de familia afro, por parte de mi abuela materna, supongo que es por ella.
+ O sea, ¿tu mamá y papá no son rizados?
- mi papa si es rizado
+ ¿pero la herencia viene de tu mama?
- sí, diría yo
+ o sea, ¿no sabes?
-no
+ ¿Y por eso lo ves cómo un tormento?
- No, la verdad nunca le había puesto atención al porque soy rizado, si no más al hecho de que soy rizado
+ Pero mira que siempre que yo les pregunto

esto, llegó a la conclusión de que ustedes vienen de algo y ese algo forja ese amor por el cabello. O sea, tú le puedes preguntar a tu familia cómo se cuidan el cabello. yo sé que no es una conversación normal en la familia, pero podrías acercarte a tu abuela y preguntarle cómo maneja el cabello o a tu papa, él es crespo. ¿Él se deja crecer el cabello?
- no, se lo deja rapado
+ Te entiendo el factor, pero es lo que buscamos. No necesitas socialmente raparte o verte cómo una persona lisa para poder exteriorizar tus crespos o tu cabello, porque empieza con el cabello y después te van saliendo los crespos. Obviamente en el estado que lo temes, aquí

tienes crespos y cómo tú dices, tu cabello es pesado por la herencia que tienes entonces no se maneja igual a mi textura, por eso tú ves el peso en tu cabello.
pero, si tú lo cuidas bien eso mejora.
¿Cómo te cuidas el cabello?
- no tengo una metodología para cuidarlo, simplemente me echo shampoo y cuando lo tengo muy largo me lo corto
+ ¿cada cuánto te echas shampoo?
- todos los días, o cuando hay
+ o sea, ¿tu pides prestado los productos del cabello o compras?
- yo compro, pero usamos el mismo todos en la casa. Cuando llega fin de mes y el shampoo se aca-

bó no me hecho.
 + Al menos te los lavas todos los días. ¿Cuánto
 ¿Te demoras arreglándote el cabello dado que solo te lo manejas mojado?
 - ni 30 segundos
 + o sea, te lavas el cabello, medio acomodas el cabello y listo
 - medio me lo seco porque no lo manejo empapado, me peino y ya.
 + ¿peinar para ti es?
 - primero me acomodo el cabello hacia el frente con un cepillo y se me hace el rulo hacia adelante, y esa parte me la tiro hacia un lado
 + y eso te ha funcionado?
 - sí, cuando no está rebelde
 + otra pregunta, si te creo una rutina para

el cuidado del cabello, ¿cuánto tiempo tú le invertirías?
 - Para acomodarlo, máximo le invertiría de 3-5 minutos, principalmente porque vivo apresurado, entonces no haría una rutina muy larga porque no me conviene.
 + entiendo. ahora mi última pregunta. ¿Qué necesidades tú piensas que ¿Qué tienes con tu cabello?
 -Lo único que yo busco es que no se me salgan pelitos levantados, que no se me queden levantados. Quiero que se me vea organizado, cosa que para el tipo de cabello que yo tengo es muy complicado
 + ¿Pero tú lo estás comparando con el pelo liso?

-Sí, algo así, no tanto como ver a un liso porque también hay lisos con el cabello desorganizado. Lo que yo no quiero es tener pelitos por ahí salidos, por eso tengo el cabello así peinado.
 + el cabello rizado de por sí da frizz, por eso, ¿a que te refieres con que se te salgan los pelos?
 -no tanto el frizz, me refiero más a los cachos que se forman.
 + ¿Y tú quieres que se te formen los crespos o te parece un segundo plano?
 -digamos que resignándome a mi tipo de cabello por así decirlo y no batallar tanto con el, sí.
 + ¿Cuando tú estabas en el colegio era igual?
 -si

+o sea, ¿mantenías rapado porque no sabías manejarlo?
 -exactamente
 + ¿y nunca tuviste el interés de decirle a alguien como manejar tu cabello?
 -sí, pero no le daba mucha importancia
 + me dices que no le das mucha importancia, pero si hace parte de tu identidad
 -sí, es algo contradictorio. Pero lo digo en el sentido de como que no es algo que me esté matando de cómo manejo mi pelo porque estoy ocupado con otras cosas, pero cuando me lo estoy acomodando es cuando pienso le doy importancia porque se me dificulta.

ENTREVISTA LUKAS

- Mi nombre es Lukas Agudelo Ceballos, soy de Medicina, estoy en tercer semestre y tengo 17 años.

* Bueno, la primera pregunta es, si ¿en algún momento de tu vida has sentido que no te gusta tu cabello?

- No, la verdad nunca me he sentido incómodo con mi cabello, ni me ha molestado ni he sentido inconformidad al respecto con él.

* Bueno, la siguiente pregunta es, qué sabes acerca de tu cabello o qué conceptos tiene sobre tu cabello?

- Lo que sé es que no es tan común ver el cabello rizado y más que todo en hombres no suele ser tan común.

*¿No los ves en tus compañeros?

-No

*Pero tú sabes que tú eres ondulado, ¿no?

- si, pero en mi círculo social, nada más, como dos personas con el cabello rizado.

*pero son de medicina

- no

*de tu círculo social?

- si

Bueno, mi siguiente pregunta es si te interesaría saber más o te gustaría sobre el cuidado del cabello. -Si

*pero en qué sentido quie-

res? O sea que quisieras aprender obviamente teniendo en cuenta tus necesidades, porque obvio para ti no es lo mismo que para alguien que sea súper crespo, entonces tú que quieres con tu cabello aprender?

-Pues yo quería, pero no tanto por necesidad, sino más como por interés. Pues que tan común suele ser, En qué tipo de persona se suele ver, Y yo creo que hasta contexto histórico ha de tener, por decirlo de una manera o más bien contexto genealógico.

* ah, lo que te dije de que venía. O sea, tu cabello viene de tu mamá, tu papá y todo esto, lo has analizado? desde que te pregunté eso

- Si, pero casi nadie, pero si hay gente de cabello crespo pero rizado no

*pero en si de cuidarlo, o sea de que tu aprendas cómo lo puedes cuidar y mejorar. ¿Te gustaría aprender o no?

- Si, saber cómo cuidarlo, cómo tratarlo.

*Última pregunta, cuánto tiempo le dedicas al cuidado del cabello

- muy poco la verdad, solo cuando me baño

*y cuanto crees que es prudente aplicar al cuidado del cabello?

- 10 min cada 3 días

* ¿Cuándo te lavas el cabello?

-todos los días

* muchos me han dicho, has implementado lo del acondicionador?

- si, a veces lo he utilizado, cuando me acordaba, me quedaba mejor el cabello, de resto no más me hecho el sham-

poo y ya

*Pero o sea, si por decirte algo yo te enseño a como manejar tu cabello, lo ves y dices me gusta como me queda. ¿Tú seguirías haciendo esa rutina?

- si la seguiría haciendo, pero no sé con cuánta frecuencia. Porque también depende del tiempo y del costo.

* ¿Tu compras productos para el cabello?

- no, pero mi mamá sí obviamente y por lo que he visto no son nada baratos
* Por decirte algo hipotéticamente, una marca cualquiera lanza productos en un envase personal no tan grande como lo ves en el supermercado, tu comprarías esos productos?

- Si

* o sea, estando al alcance económico de un estudiante universitario?

- si esta a mi alcance si

*¿Tienes algo que agregar sobre el cabello o qué te parece como tal el impacto de hablarte del cabello rizado en hombres?

- Pues no se puede generar como una nueva perspectiva con respecto a de dónde viene, de dónde viene el cabello de uno, del contexto genealógico y de qué tipo de personas que tienen el cabello y la perspectiva de saber que mi cabello no es tan usual y que lo podemos ver en ese tipo de personas. Y también cómo concientizar de que puede tener el mayor aprecio a algo que puede que no sea tan común en muchas personas.
* tú le tienes aprecio?

-si

*consideras que hace parte de tu identidad?

- si, totalmente

* no te ves alisado o con algún tratamiento?

- si me veo alisado, pero no diría que me gustaría del todo

* o sea, no digo que nunca, pero que tal si lo pruebo

- si, de hecho una vez lo probé y no me gustó

* ¿cómo te fue con eso? ¿Volverás con tu cabello natural?

- o sea, cuando me corte el pelo?

* aja

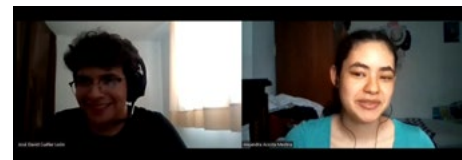
- o sea fue raro, llevaba 1 año sin cortarme el cabello y pues ya se me hacía raro verme con el cabello corto pero no significa que no esté acostumbrado verme con el cabello corto, si no que una vez intente plancharme el cabello y me quedo esponjado y no me gusto tanto como quede con pelo liso

*si porque el anterior semestre te vi con tu melena

- No se, quería un cambio para intentar darle otra forma al pelo, pero pues tratar de peinarme y no estar tan despeinado siempre. que no significa que no me guste pero uno puede tratar de experimentar

* si o sea,súper respetable tratar de experimentar y también reconocer cómo te ver mejor, también es eso, diría yo

- hasta estaba pensando cortarme el pelo otra vez.



ENTREVISTA JOSE DAVID

BUENO, PARA EMPEZAR, TIENES QUE DECIR TU NOMBRE, EDAD, CARRERA Y EN QUÉ SEMESTRE VAS

- Vale, mi nombre es José David Cuellar, tengo 21 años, me encuentro en la carrera de biología y estoy cursando 8vo semestre

- La primera pregunta es, te has sentido discriminado por la sociedad por tu cabello

· Más que por la sociedad, es por el grupo de hombres por el que me he rodeado debido a que ellos consideran que el cabello de un hombre debe ser bien sea corto o tener cier-

tos de estilos como vayan acomodados a la moda de la época, entonces como que si me lanzaban comentarios de córtate el pelo, pues suelo tenerlo largo, y debido a esos comentarios solía cortármelo muy bajo para evitar esos comentarios que me hacían constantemente o sentirme de alguna manera bien en ese grupo, entonces sí, si me he sentido discriminado

- ¿Ahora hablando de eso, que sabes de tu cabello? ¿Tú sabes que eres crespo y sabes que esos crespos vienen ya sea de tu papa o de tu mama, sabes de tu herencia?

· Un poco si, viene de ambos. Aunque más por el lado de papa porque todos mis miembros familiares tanto mujeres como hombres cuentan con ca-

bello crespo, por parte de mi mama, si pues hay un tipo de descendencia del lado boyacense de Colombia entonces tienden a tener el cabello un poco más indio, pero también hay miembros de la familia crespos, entonces tengo de ambos.

-¿Sabes que textura eres de cabello?

· No, de textura no tengo ni idea

- O sea, de esos conceptos no tienes ni idea, sabes que eres rizado, que te has acostumbrado a lo largo del tiempo a dejártelo largo y que te has apropiado y sabes cómo controlarlo

· Si, ahora que lo mencionabas, no sé muy bien los términos. No sé si crespo, rizado, chino, ondulado o esos son los mismos o cada uno es distinto, el

tema este de las texturas, la verdad soy muy ignorante en la cuestión porque tampoco me he dedicado a indagar sobre eso

- Eso te iba a preguntar, nunca te ha dado la espina de voy a ver videos en YouTube o voy a mirar cómo controlar mi cabello

· Sí, pero muy poco y en parte cuando googleaba, eran como resultados de mujer, le echaba un ojito, pero terminaba quitando los videos. Tampoco es como que tenía mucho amor por mi cabello, entonces tampoco le he dedicado el tiempo ni la disposición de cuidarlo, aplicarme mascarillas o cosas así, lo he intentado pero muy pocas veces como para yo decir que he cuidado mi cabello.

- Pero igual lo consideras parte de tu identidad tú

me dijiste que día

- Si, hace parte de mí, la gente me dice como el crespo o algo así, entonces diría yo que es lo que más destaca
- Ok, entiendo. ¿Ahora entrando a eso que te decía, que conceptos conoces del mundo rizado, o es nulo?
- La verdad muy poco
- O sea, o solo Shampoo y ya
- Pues he ido a peluquerías y me dicen que lave el cabello muy bien, usar un acondicionador, aplicar crema para peinar y ya. Yo sé que existen muchas cosas que se aplican, porque muchas veces he visto imágenes de mujeres de que tener el cabello crespo no es fácil y muestran como 20 mil productos regados, yo sé

que existen muchas cosas, pero en sí nombres y usos no.

- Sí existen muchas cosas, pero la idea en sí de mi proyecto es hacerles entender que ustedes no necesitan hacer la misma rutina que nosotros. Te lo digo como experiencia propia, yo tengo 6 productos para echarme y entre ellos está el shampoo y el acondicionador, yo me hago una rutina muy extenuante porque estoy acostumbrada y mi cabello es muy largo. Pero ustedes no necesitan, es más un complique que lo que ustedes disfrutan tener el cabello rizado. Yo por ejemplo no me defino todas las veces, considero que no es necesario, cuando voy a salir o algo muy importante, me tomó 1 hora para definirme, pero si voy a la

u no necesito definirme, pero si mantener una calma en el cabello, porque obviamente está ese enfoque de que si uno tiene el cabello alborotado se ve como un loco

- También hay un problema con eso, ver los crespos como algo informal, y eso es hasta malo a nivel laboral. Sé que las mujeres suelen plancharse el cabello porque se les considera que el cabello crespo es algo informal, también hasta para nosotros. Yo también me acomplejaba mucho, llegue a tener el cabello muy largo, pero entonces pensaba que si lo tengo largo tengo que cuidarlo y aplicarme 700 mil cosas y opte por mocharlo por completo
- ¿Pero cómo viviste la experiencia de tenerlo así

largo?

- Al principio me gustaba muchísimo, luego llegué un punto en el que mi cabello estaba feo porque no me lo cuidaba, entonces decidí cortarlo
- ¿Y has optado por volverlo a dejarlo crecer, pero ya cuidándolo?
- No, largo no, pero me quiero cortar mis crespos, pero no pienso tenerlo muy largo.
- ¿Y hablando de eso, tú ahora qué necesidades le ves a tu cabello? Por ejemplo, me quiero cortar los lados para mantener la moda de ahora.
- Ese es el corte que me hago. Dentro de mis pensamientos cuando me hice el corte fue como quiero el desvanecido a los lados, pero que la esencia de todo sean los crespos. Y pues medio lo logré. Y

problemas que he tenido es que no he encontrado un shampoo amigable, yo no sé si es muy seco, pero cuando salgo del baño queda como maluco

- ¿Para ti que es maluco?
- No sale suavcito
- ¿Usas acondicionador?
- Suelo hacerlo, no siempre.
- O sea, el acondicionador hidrata, no es problema del shampoo. He tenido muchas personas alrededor que me dicen cómo cuidarlo y siempre les digo que usar solo shampoo no basta. Ustedes los hombres están acostumbrados a que el shampoo es lo que les reseca el cabello, y a veces si porque tiene muchos químicos, pero el shampoo solo limpio. Es como si vos barrieras el piso y no le echas nada y obvio te va a quedar re

seco porque te está bariendo todos los aceites naturales de tu cabello, para eso existe el acondicionador, para hidratar, es muy vital para el cabello crespo por si te los quieres cuidar

- La idea es esa.
- ¿Ahora entramos a la rutina, cada cuanto te lavas el cabello?
- Ahora lo hago día de por medio, antes me lo lavaba todos los días, inclusive tengo la costumbre de si voy a salir, bañarme, eso implica mojarme el cabello, entonces a veces como que hacía 2 lavados de cabello al día. Y me decían cómo estás haciendo una brutalidad, cálmate. Ahora opto día de por medio, aunque si el día estuvo con mucho movimiento, me lavo el cabello así no sea el día.

- Sé que esto no es común en los hombres, pero, trata de no mojar te el cabello en los "duchazos"
- Otro problema que me sacaste al aire, parte de mi problema de no poder controlar mis crespos, es que la única solución es primero mojarlos para que queden moldeables y así puedo arreglarlos. Por ejemplo, yo me acuesto a dormir y me levanto con el cabello de diferentes formas.
- Mira que todos me dicen eso, en el mapa de empatía me decían que se mojabán el cabello para calmarlo, uno de los problemas era que si se lo mojan se seca muy rápido y siento que estoy como un loco. Y yo como que, es porque no se echan nada. Te pregunto, ¿utilizas crema para peinar?

- Utilizo muy poco
- ¿Tú compras tus productos?
- Sí, mi mamá me los compra, pero son míos. Entonces si tengo una crema, pero es como que siento que no me sirve, entonces algunas veces la uso y otras sí.
- ¿Pero el día que te conocí tenías solo shampoo?
- Si, por lo general es sólo shampoo
- Ustedes tienen tantas cosas que aprovechar de su cabello y por desconocimiento o pereza no los aprovechan
- Yo creo que son ambas, tanto desconocimiento como pereza.
- Entiendo, tranquilo. La idea de mi proyecto es darles todas las oportunidades para que ustedes aprendan, ya depende de ustedes porque es un pro-

ceso que solo uno mismo puede hacer.

- No si obvio, entiendo.
- Mi última pregunta como tal, ¿cuánto tiempo le dedicas y cuanto le dedicarías para cuidarte el cabello?
- Yo suelo hacer un baño con 2 canciones, son 8 min de baño, una peinadita rápida y ya, se me van como 15 min combinando baño y peinada. Ya sería dedicarme 35 min como mucho, considerando bastante
- ¿Tú tienes algún cepillo o algo para peinar el cabello?
- Si, una peineta de cerdas anchas.
- Empezamos bien, cerdas anchas
- Sí, es que me ha ido muy mal con las cerdas angostas
- Es que las angostas te

alborotan más el pelo. ¿Tú tienes el vicio de tocarte mucho el cabello?

- No, no lo tengo.
- Bueno, sigamos. ¿Qué te interesaría aprender de tu cabello?
- Pues primero el cuidado de este, comprender más las rutinas, los productos que me favorecen e invertirme las ganas porque me gustaría que se viera bonito. Básicamente eso, aprender el manejo de los crespos y rutinas. Además, pues también comprender, aunque ya lo sé, que hace parte de mi
- ¿Para ti sería importante aprender los términos que se utilizan?
- Si claro, porque son muy abiertos, en España tienen un nombre, acá otro, entonces si la verdad hay diferencias entre rizos y crespos, me gustaría sa-

berlo.

- Entiendo, por eso te preguntaba qué necesidad tienes con tu cabello
- De pronto como evitar pelitos locos y tratar de mantener la figura del crespito, buscar que sea homogéneo.
- Si se puede, se puede lograr, aunque eso es mucha experimentación.
- Inclusive una vez me desmotivé porque vi un video de un man que hace cuidado de los crespos como con un secador con chuzitos
- Es un difusor, se compra el difusor, no viene con el secador.
- No sabía, yo hasta guardé el video. Se echaba una cremita, usaba el difusor y listo.
- Eso es una ayuda, el difusor ayuda a hacer diferencia. Por ejemplo, te pue-

des hacer tu rutina y dejar que el cabello se seque de forma natural. Por la gravedad natural, por tener el peso del agua el cespito tiende a bajarse, en cambio el difusor lo que hace es secarlo, y hace que el cespito se te vaya hacia arriba. Aunque la rutina con difusor es muy larga.

- (muestra el video de tiktok sobre de cómo usaba el difusor).
- Está bien, pero no es tan fácil usarlo como él pone ahí. Por ejemplo, que el tuyo es más largo, no es recomendable ponerlo desde la raíz porque lo esponja. Alguna vez has tenido algún problema con verte con tu cabello natural, como cuando está esponjado, o socialmente como que hayas sentido los comentarios
- Socialmente en el cole-

gio, los estereotipos de la masculinidad frágil, que me decían que me cortara el cabello, al final cedi a cortarme el cabello, y ahí si me decían que me quedaba bien, solo para encajar en la sociedad. En la u si no he tenido inconveniente dado que uno es más libre y además son estudiantes más abiertos, pero conmigo si, cuando me veía el cabello largo no me gustaba. Yo me lo deje crecer en pandemia y no me gustó. Era como me lo dejo crecer y no me lo cuido, siempre era como que no me gustaba, pero no es que no me guste por ser cespito, si no por culpa mía porque los crespos requieren un cuidado y yo no lo dedico. Cuando salgo del baño y me miro en el espejo digo wao, que lindo el cabello y después de la

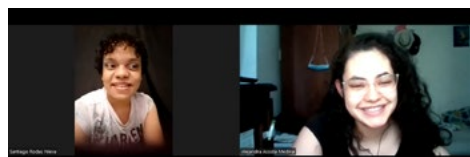
jornada me miro en el espejo y digo como que paso, estoy horrible, entonces si es un poco conmigo.

- Igual eso es por la presión social que sentiste de pequeño, es muy duro de quitarse. Y más cuando ustedes no tienen una rutina.
- Uno es culpable de este tipo de cosas
- Yo no digo que sean culpables porque el desconocimiento lo lleva a eso, entonces no es su culpa, pero si es su culpa por el interés que le dan, siempre he dicho que hay que ayudarlo a entender que pueden mejorar su cabello.
- Por ejemplo (muestra foto de sus crespos), ese tipo de cespito de los que me gustan, como crespos alargados. Un día la cague porque una amiga me lo plancho y deteste la experiencia del cabello liso.

- La experiencia de verte liso es como ver a otra persona

- Es que es eso, soy otra persona y me veo mal, entonces a esa persona no la quiero. (muestra fotos de crespos)
- O sea, cuando tenías el pelo largo no se veían los crespos.
- En una etapa, comenzaban a caer y se me iban los crespos un poquito.
- En eso ayudan los productos.
- (muestra foto del cabello largo)
- ¿No te dio la cosita de experimentar la pandemia?
- No, me la pase jugando y desperdicié mi tiempo. (muestra fotos de su cabello largo)
- Se te ve re bien. Igual he encontrado extremos, manes que dicen que no le importa su aspecto, que

tienen el cabello bien, pero no les importa. Y extremos como el tuyo que están interesados en el tema.



ENTREVISTA SANTIAGO RODAS

- En primer lugar, ¿Me dices tu nombre, tu edad, tu semestre y cuántos años tienes?

Me llamo Santiago Rodas, pero me gusta que me llamen Sam, estudió diseño, estoy en 3er semestre y tengo 19.

Listo, la 1ra pregunta es, ¿Qué sabes de tu cabello?

Sé que es ondulado y ya, es muy frágil, literalmente no me puedo peinar muy bien y que es muy suave, no sé nada más.

Tranquilo, aquí venimos a aclarar cosas, es solo la pregunta inicial para que entiendan que los rizos

no salen de la nada y que viene desde tu familia. ¿Tú sabes de dónde vienen tus crespos?

Mi mamá

¿Tu mamá es rizada?

Horrible: v

¿Por qué horrible?

Ni agua le entra, ella tiene el pelo largo, por eso tengo esa mitad como de mi papa y mi mama, mi papa es liso y mi mama es crespa a más no poder.

Pero eso es bien, saber que vienes de esas mezclas y eres la combinación de ellos 2.

Pero es una locura

Pero es porque no lo has aprendido a manejar, todos bien aquí y dicen cómo mi cabello no lo sé manejar, es horrible, no se me forman los crespos y es como, todo a su debido tiempo. ¿Tú sabes que en el mundo de los rizados

hay conceptos, a ti te gustaría conocerlos? - Si Pero lo que quisiera saber es para orientarte cuando no sepas que es o usarlo en la cotidianidad

Pues digamos que yo no suelo hablar de mi cabello con todo mundo, siempre he sido yo con esta greñera, pero obviamente para entenderte necesito saber los conceptos

¿Por qué nunca hablas de tu cabello con las personas?

Nunca surge el tema, no es algo relevante, lo primero en lo que se fijan en los ojos y en mi personalidad porque es muy llamativa. Entonces el cabello nunca resalta

¿Tu sientes que no resalta? Pues lo he evidenciado, tampoco le doy mucha importancia, tras de que no se acomodármelo y man-

tengo muy despelucado.

¿Tú le quisieras dar la importancia que debería tener?

Claramente

¿Pero por qué ves la necesidad?

Claramente, hace parte de mi

Si hace parte de ti, pero como tú dices no le ves la importancia, ¿si hace parte de ti porque no le ves la importancia?

Porque quizás no le he dado la importancia, no se manejarlo, no sé qué usar, entonces por eso no le doy la importancia, además nunca me había interesado

Pero, si te interesa verte bien, entonces es como que nunca me interesa el cabello, pero me interesa verme bien

Así mismo y pues nada, por algo estoy aquí.

¿Hablando de eso, cómo re-

accionaste cuando te dije que me llamó la atención tu cabello?

No sé, esa pregunta no me la esperaba.

¿Desde cuándo se empezaron a formar tus crespos?

Bueno, te cuento, cuando era pequeño tenía el pelo crespo y largo, y cuando me lo cortaron tenía el pelo liso y desde los 15 se empezaron a formar los rulos, digamos que soportables, pero ahora están más caóticos

¿Pero por qué los vistes como algo caótico?

Digamos que ya mi forma de peinar cambio, que ya no se mantenía en la forma en la que me peinaba, como te dije, no me gusta mostrar mi frente, yo siempre me lo pongo encima de las cejas, e intento cambiar eso porque no se

mantiene ahí entonces he cambiado mi forma de peinarme por eso.

¿Hablando de eso, cada cuanto te lavas el cabello? Digamos que, me lo lavo todos los días, pero ya con shampoo y me tomo mi tiempo, es cada mes. Sé que está mal, pero pues.

No deberías hacer eso, yo me lo lavo cada semana y también está mal, pero porque no tengo tiempo. Cuando uno es rizado lo recomendable es lavarlo 2-3 veces a la semana.

¿Teniendo en cuenta cuál es tu rutina? De manera general

No sé, me echo agua, espero que seque un poquito y me lo comienzo a desenredar, después aplico crema para peinar y ya.

¿Cuánto te demoras haciendo eso?

Unos 10 minutos porque

mi pelo no es largo, y pues echarse crema es solo untarse y echárselo bien y no me peino

Ningún rizado debería peinarse, uno se da la forma con las manos. Si tienen el cabello corto no veo la necesidad de un cepillo.

¿Hablando de eso, cuanto tiempo consideras que es el más prudente para crear una rutina?

Si le dedico 1 hora al maquillaje, 30 minutos estaría bien para el pelo.

¿Y la última pregunta, qué necesidades consideras que tienes con tu cabello?

No se

Tal vez que lo quieras que se te formen los crespos tirados hacia la frente, o que no se te vea tan grasoso el Cabello cuando te lo defines

Eso es importante, que no se vea grasoso, a mí me

brilla mucho el pelo

Es porque no te echas shampoo

Volveré a lavármelo cada semana

Pero yo no entiendo, si te echas crema para peinar, lo más normal es echarte shampoo antes de eso

Ay si, debería. Lo haré. Bueno, lo del brillo y los crespos en la parte de atrás que se me forman igual que adelante.

Eso es por tu textura, es el tipo de cabello que tú tienes.

Puede que tengas 2 texturas y se puede manejar con los productos, pero eso no se logra si no experimentan porque no

todos los productos le hacen bien a todos los cabellos. ¿Y por último te iba a preguntar, consideras que tu cabello hace parte de tu identidad?

No sé, supongo que sí,

Mis rizos, Mi definición

aunque no le de relevancia de algún modo tiene que afectar

¿Y te iba a preguntar tú conoces personas que tengan el cabello rizado? Sí, mi hermana. Porque mis compañeras todas son lisas

Es que no se si has visto que el cabello rizado se maneja más para las mujeres y casi no para los hombres

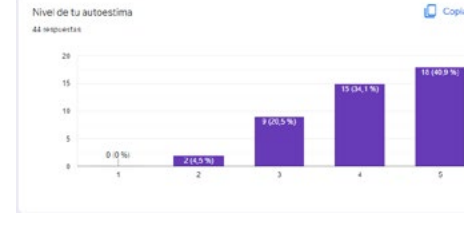
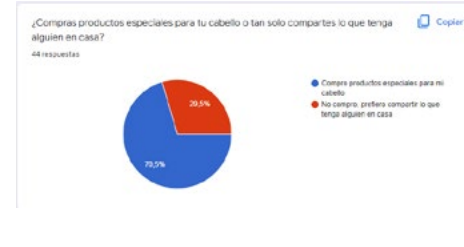
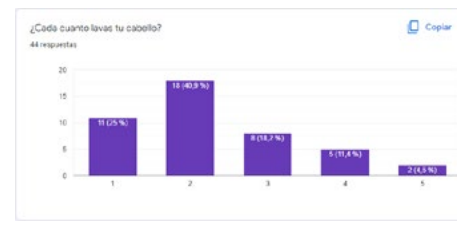
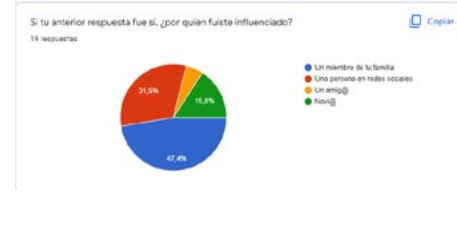
De hecho, tengo una prima con el cabello crespo que si maneja bien su pelo ¿Las mujeres aprendemos porque tenemos una comunidad, ustedes no, por qué crees que es eso?

Pues tal vez porque a través del tiempo los hombres tienden a tener el cabello corto y la sociedad te impone eso.

Esas serían todas mis preguntas, muchas gracias.

ENCUESTAS

ENCUESTA 1



Si tu respuesta anterior fue afirmativa, ¿Por qué? 19 respuestas

Siento que mi cabello representa mi forma de ser

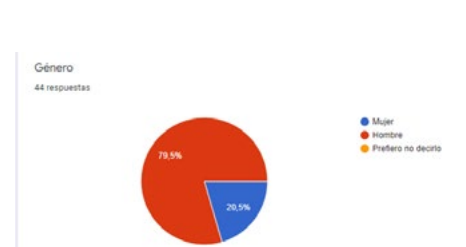
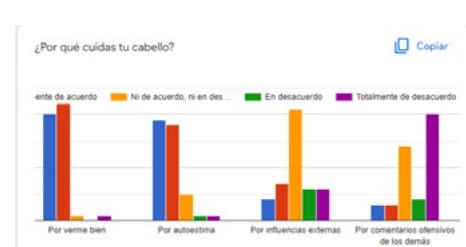
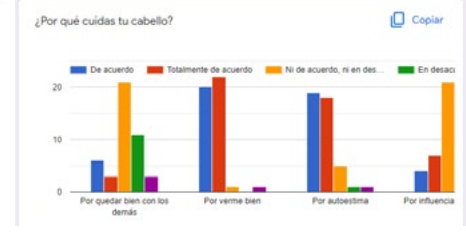
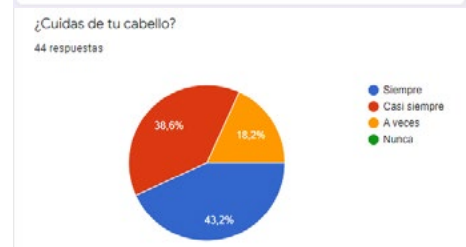
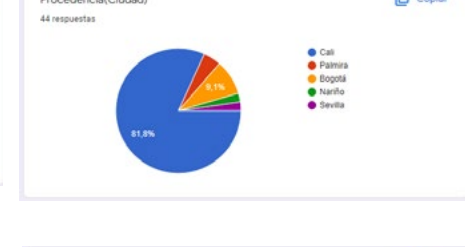
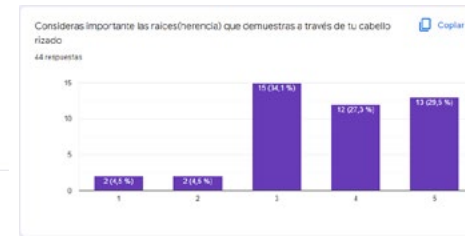
X que sí

Refleja una imagen

Presentación Personal

Para mí el cabello rizado no es algo muy común en las figuras masculinas que me rodean (acostumbran por cuestiones culturales a llevarlo muy corto). Esto ha llevado a que me sienta diferenciado entre los de mi género. Eso sí, si bien tal diferencia en un inicio pudo haber sido una discriminación negativa y me llevó a mantenerlo muy corto siempre o a pensarlo de tal forma que tomara una forma distinta, ahora es un aspecto con el que me siento muy cómodo y del que cada vez me siento más orgulloso. Es parte clave de mi identidad: me gusta cuidarlo y tratarlo para que se vea como me gusta, por esta razón he adoptado: masas y acondicionadores que anteriormente no tenía; además, casi que toda mi estética está moldeada a partir de mi peinado.

Porque es mi complemento en mi ser.



No se pueden editar las respuestas

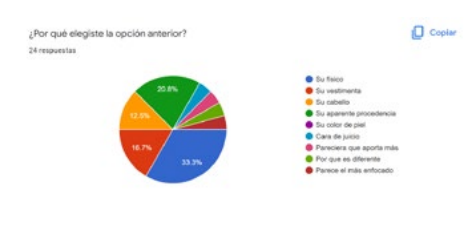
Influencia en el valor del cabello rizado como una señal de identidad y empoderamiento social

La presente encuesta es de carácter anónimo y tiene por objetivo conocer la mentalidad de las personas con cabello rizado en relación con su identidad y empoderamiento en la sociedad. Los resultados arrojados serán utilizados exclusivamente para fines académicos.

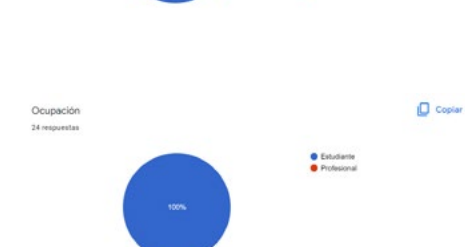
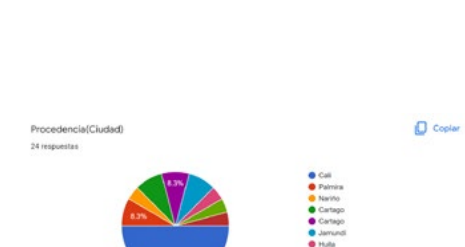
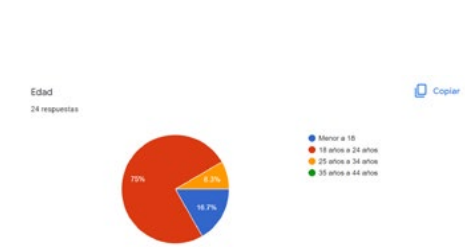
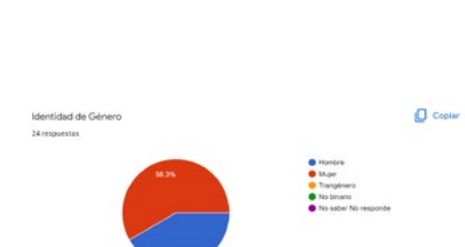
ENCUESTA 2

Percepción identidad personal

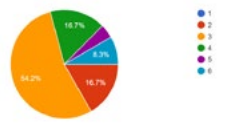
La presente encuesta es de carácter anónimo y tiene por objetivo conocer la mentalidad de las percepciones de las personas en situaciones determinadas de la vida cotidiana, esta información solo será usada con fines académicos.



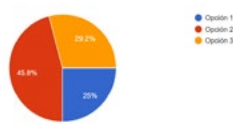
Mis rizos, Mi definición



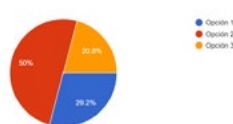
ENCUESTA 3



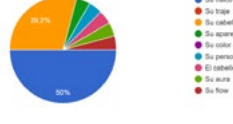
Si estuvieras en la calle y te corresponde hacer una encuesta, ¿A quién te acercarias sin dudarle para encuestarle?



Si te invitaran a un matrimonio, ¿A cuál de estas personas elegirias como tu acompañante?

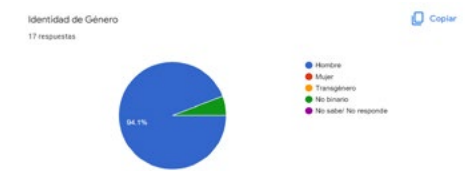


¿Por qué elegiste la opción anterior?



Nombre aplicación para la identidad, amor y aprendizaje del cabello rizado masculino

Esta encuesta se realiza con fines académicos y de percepción, ya que la aplicación hará parte de mi producto para mi proyecto de grado, quiero que ustedes me ayuden aportando un granito de arena en este proyecto con su opinión y perspectivas desde el punto de vista masculino.



¿Por qué lo recuerdas con mayor facilidad?

Porque suena sencillo y fácil de recordar la relación entre rizos y libertad.

Porque es una abreviación que uno en mi día a día, además, al ver el nombre ya se sabe de qué va a tratar

Es pegadizo

Suena muy chistoso

Por el juego de palabras

Es fácil y corto

Por el juego de palabras (rizos-socios)

es pegajoso, corto, conciso pero jugoso, me dice lo que necesito saber.

Porque son Palabras simples, tal como son

¿Por qué lo recuerdas con mayor facilidad?

Porque son Palabras simples, tal como son

Porque es una frase más regular que se usaría en el día a día

Llama mucho mi atención el uso de "Ri" en el nombre y junto con rizados me permitirá recordar fácilmente que es una marca de cabello

porque es algo menos difícil de pronunciar que rizoicos

Porque suena algo sobre nuestro aspecto

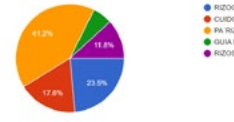
Porque el ser libre y hacer lo que quieras me hace pensar que no tengo que limitarme

Por la palabra "socio", ya que me hace recordar del comercial "Alcatel es el negocio, socio" y

Es Corto y mezcla palabras muy conocidas e impregnadas en la mente de la sociedad caleña.

Es un nombre corto de una sola palabra

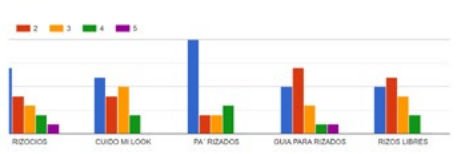
Según su criterio ¿Cuál de los siguientes nombres suena mejor y se pronuncia con mayor facilidad?



Califica de 1 a 5 (siendo cinco el nivel más alto) la connotación negativa de las siguientes palabras. ¿Qué tantas sensaciones negativas o de disgusto te generan estos nombres?



Califica de 1 a 5 (siendo cinco el nivel más alto) la connotación negativa de las siguientes palabras. ¿Qué tantas sensaciones negativas o de disgusto te generan estos nombres?



Funciones aplicación y difusión

¿Cómo te gustaría que se te presente la información sobre tu cabello rizado (recordatorios o tips) o se te explique determinadas funciones de la aplicación?



¿Por qué escogiste esa respuesta en la anterior pregunta?

Porque el cuidado de los rizos no está tan relacionado con el hombre y sería más ameno ver a un hombre interesado por el cuidado de su cabello.

Porque siempre trato de ver otras opciones a las cosas, además, buscamos que el proceso se disfrute

Me gustan los personajes que guían los procesos

Es importante ver resultados

Siento que saben más y son más expertas y aplicadas con respecto al tema de lo que podría llegar a ser un hombre

Por que es más fácil para poner atención

Por mi preferencia personal, el solo leer, y en caso del acompañamiento de un personaje da igual el género.

es más didáctico que simples cuadros de texto, además si la app es dirigida a hombres con cabello rizado,

¿Por qué escogiste esa respuesta en la anterior pregunta?

Porque me parece algo más neutral, llamativo y cercano

Me parece más descriptivo

Creo que todas las opciones no tienen problema para la interfaz de la aplicación, aunque me gustan más las opciones de personajes, no importa su género.

no me traman mucho los personajes ilustrados.

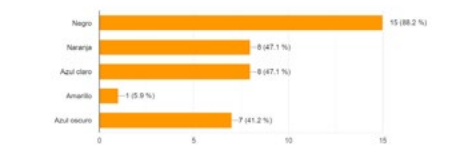
Porque casi siempre los temas están ilustrados por mujeres

Me sentiría más identificado e incluido porque el mercado del cabello casi siempre está dirigido a la mujer

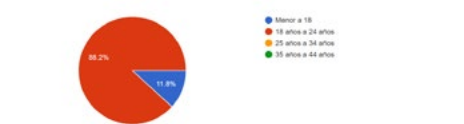
Cada idea de emprendimiento necesita su waifu

La experiencia se vuelve más dinámica y entretenida en todos los sentidos. Sería ideal que el usuario pueda modificar el personaje masculino según su gusto, para así, volverlo más personal y único creando una conexión entre usuario y aplicación.

¿Con que colores te sentirias más cómodo visualmente en la aplicación? Solo escoge 3 o menos



¿Qué redes sociales usas constantemente?



¿Por qué elegiste esos colores?

Me parecen los mas bonitos

Se integran muy bien juntos, sin embargo siento que el amarillo también podría jugar un papel importante

Me gustan esos colores

Son más amigables

Me gustan como son y la sensación que me transmiten

Por que son más amigables para la vista

Prefiero el color negro

me gusta la neutralidad del negro

Por ser colores sobrios, es cómodo al a vista y también tiene esa parte alegre

¿Por qué elegiste esos colores?

Por ser colores sobrios, es cómodo al a vista y también tiene esa parte alegre

1. El negro es mi color favorito 2. A mi parecer es un color que inspira elegancia

Me gustan mucho esos colores, y creo que además son apropiados para la temática que maneja la aplicación.

no hay una razón muy profunda a parte de la que es la que me mas me gustó

Porque me gustan

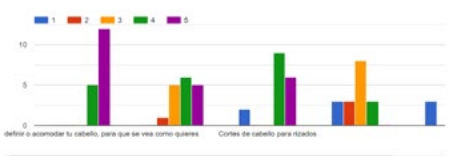
El azul representa tranquilidad. El negro no fatiga la vista y el naranja me hace pensar en

Me gustan las tonalidades oscuras

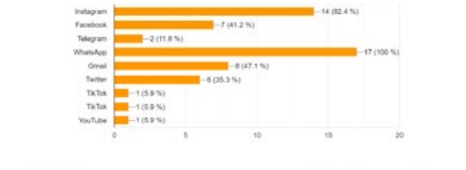
Colores neutros, unisex y oscuros.

Me gustan

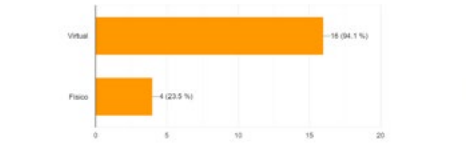
Para ti, ¿Qué es mas importante a la hora de aprender sobre tu cabello? (siendo 1 nada importante y 5 muy importante)



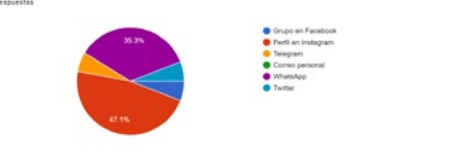
¿Qué redes sociales usas constantemente?



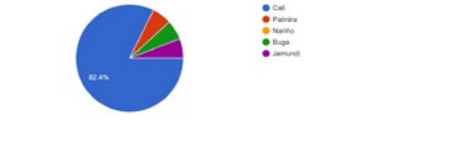
¿Por cual medio te gustaria recibir información sobre la aplicación y sus beneficios?



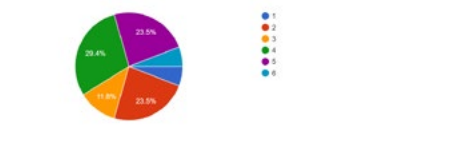
¿Por cual red social te sientes mas cómodo recibiendo información sobre la aplicación e interactuar con más personas rizadas?



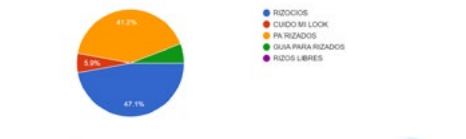
Procedencia(Ciudad)



Estrato socioeconómico



De los siguientes nombres: ¿Cuál asocia más a una aplicación dirigida a hombres?



Teniendo en cuenta tu elección de la pregunta anterior, ¿Por qué lo asocias a una aplicación dirigida a hombres?

Porque en el lenguaje entre mis amigos relaciono mucho la palabra "pa" y me llamó la atención

No lo sé, aunque lei la pregunta no lo asocio a hombres, simplemente me llamó la atención, es muy ingenioso

La forma de finalizar suena masculina, si no terminara en ada

Tiene un nombre tranquilo

Yo por el nombre lo asocio a que puede ser algo dirigido tanto para mujeres como para hombres y que puede funcionar para ambos sin importar que

Es un nombre llamativo

Suena más innovador, más en confianza (parchado), menos rigurosos.

a priori, de todas, es la que parece ser focalizada a los hombres, por su nombre principalmente.

Teniendo en cuenta tu elección de la pregunta anterior, ¿Por qué lo asocias a una aplicación dirigida a hombres?

Por el juego de palabras, de tener mi "socio" o mi pana que me ayuda con mi pelo

Supongo que el genero de la palabra "rizados"

Es un nombre bonito y el mas original en mi opinión, creo que aplicaria para cualquier genero

porque la palabra "socio", sobre todo en el contexto en el que yo vivo, la utilizan mucho los hombre. Entonces esta sería un nombre llamativo en ese sentido

Porque los hombres siempre están pendientes que sus rizos estén definidos

Está la palabra "socio" en el nombre y

Por la mezcla de la jerga popular que frecuentan utilizar los hombres de Cali.

Por la palabra socios incluida

¿Cuál de estas propuestas te parece más llamativa o memorable?



Según su percepción, ¿Cuál de los siguientes nombres recuerda con mayor facilidad?



EXPERIENCIA RIZOS FELICES

CONSENTIMIENTOS INFORMADOS



Documento de autorización de uso de derechos de imagen sobre fotografías y fijaciones audiovisuales (videos) y de propiedad intelectual otorgado a la Pontificia Universidad Javeriana.

Nombre: Dedy Juliana Giraldo Giraldo
 Documento de identidad: 1037446860

mayor de edad, en mi calidad de persona natural, por medio del presente documento otorgo autorización expresa del uso de los derechos de imagen que me reconocen la Constitución, la ley y demás normas concordantes a Alejandra Acosta Medina y a la Pontificia Universidad Javeriana. La autorización se registrará por las normas legales aplicables y en particular por las siguientes:

Cláusulas:

PRIMERA.- Autorización y objeto. Mediante el presente instrumento autorizo a ALEJANDRA ACOSTA MEDIANA Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA para que haga el uso y tratamiento de mis derechos de imagen para incluirlos sobre fotografías; procedimientos análogos a la fotografía; producciones Audiovisuales (Videos); así como de los Derechos de Autor; los Derechos Conexos y en general todos aquellos derechos de propiedad intelectual que tengan que ver con el derecho de imagen.

SEGUNDA.- Alcance de la autorización. La presente autorización de uso se otorga para ser utilizada en formato o soporte material en ediciones impresas, y se extiende a la utilización en medio electrónico, óptico, magnético, en redes (Intranet e Internet), mensajes de datos o similares y en general para cualquier medio o soporte conocido o por conocer en el futuro. La publicación podrá efectuarse de manera directa o a través de un tercero que se designe para tal fin.


TERCERA.- Territorio y exclusividad. Los derechos aquí autorizados se dan sin limitación geográfica o territorial alguna. De igual forma la autorización de uso aquí establecida no implicará exclusividad, por lo que me reservo el derecho de otorgar autorizaciones de uso similares en los mismos términos en favor de terceros.

CUARTA.- Derechos morales. ALEJANDRA ACOSTA MEDIANA Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA dará cumplimiento a la normatividad vigente sobre los derechos morales de autor, los cuales seguirán radicados en cabeza de su titular.

Para constancia de lo anterior se firma y otorga en la ciudad de Cali, el presente instrumento hoy: 27 de Marzo de 2022.

Firma: [Firma]
 C.C. N° 1037446860 de San C. ant.

Rectoría
 Calle 18 No. 118-250 Cali, Colombia • A.A. No. 26239 • PBX. (572) 321 8200 • www.puj.edu.co



Documento de autorización de uso de derechos de imagen sobre fotografías y fijaciones audiovisuales (videos) y de propiedad intelectual otorgado a la Pontificia Universidad Javeriana.

Nombre: Jose David Cuervo León
 Documento de identidad: 4005786624

mayor de edad, en mi calidad de persona natural, por medio del presente documento otorgo autorización expresa del uso de los derechos de imagen que me reconocen la Constitución, la ley y demás normas concordantes a Alejandra Acosta Medina y a la Pontificia Universidad Javeriana. La autorización se registrará por las normas legales aplicables y en particular por las siguientes:

Cláusulas:

PRIMERA.- Autorización y objeto. Mediante el presente instrumento autorizo a ALEJANDRA ACOSTA MEDIANA Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA para que haga el uso y tratamiento de mis derechos de imagen para incluirlos sobre fotografías; procedimientos análogos a la fotografía; producciones Audiovisuales (Videos); así como de los Derechos de Autor; los Derechos Conexos y en general todos aquellos derechos de propiedad intelectual que tengan que ver con el derecho de imagen.

SEGUNDA.- Alcance de la autorización. La presente autorización de uso se otorga para ser utilizada en formato o soporte material en ediciones impresas, y se extiende a la utilización en medio electrónico, óptico, magnético, en redes (Intranet e Internet), mensajes de datos o similares y en general para cualquier medio o soporte conocido o por conocer en el futuro. La publicación podrá efectuarse de manera directa o a través de un tercero que se designe para tal fin.

TERCERA.- Territorio y exclusividad. Los derechos aquí autorizados se dan sin limitación geográfica o territorial alguna. De igual forma la autorización de uso aquí establecida no implicará exclusividad, por lo que me reservo el derecho de otorgar autorizaciones de uso similares en los mismos términos en favor de terceros.

CUARTA.- Derechos morales. ALEJANDRA ACOSTA MEDIANA Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA dará cumplimiento a la normatividad vigente sobre los derechos morales de autor, los cuales seguirán radicados en cabeza de su titular.

Para constancia de lo anterior se firma y otorga en la ciudad de Cali, el presente instrumento hoy: 27 de Marzo de 2022.

Firma: Jose David Cuervo León
 C.C. N° 4005786624 de Yumbo

Rectoría
 Calle 18 No. 118-250 Cali, Colombia • A.A. No. 26239 • PBX. (572) 321 8200 • www.puj.edu.co



Documento de autorización de uso de derechos de imagen sobre fotografías y fijaciones audiovisuales (videos) y de propiedad intelectual otorgado a la Pontificia Universidad Javeriana.

Nombre: Seiglo Stiven Peña García
 Documento de identidad: 7006777703

mayor de edad, en mi calidad de persona natural, por medio del presente documento otorgo autorización expresa del uso de los derechos de imagen que me reconocen la Constitución, la ley y demás normas concordantes a Alejandra Acosta Medina y a la Pontificia Universidad Javeriana. La autorización se registrará por las normas legales aplicables y en particular por las siguientes:

Cláusulas:

PRIMERA.- Autorización y objeto. Mediante el presente instrumento autorizo a ALEJANDRA ACOSTA MEDIANA Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA para que haga el uso y tratamiento de mis derechos de imagen para incluirlos sobre fotografías; procedimientos análogos a la fotografía; producciones Audiovisuales (Videos); así como de los Derechos de Autor; los Derechos Conexos y en general todos aquellos derechos de propiedad intelectual que tengan que ver con el derecho de imagen.

SEGUNDA.- Alcance de la autorización. La presente autorización de uso se otorga para ser utilizada en formato o soporte material en ediciones impresas, y se extiende a la utilización en medio electrónico, óptico, magnético, en redes (Intranet e Internet), mensajes de datos o similares y en general para cualquier medio o soporte conocido o por conocer en el futuro. La publicación podrá efectuarse de manera directa o a través de un tercero que se designe para tal fin.

TERCERA.- Territorio y exclusividad. Los derechos aquí autorizados se dan sin limitación geográfica o territorial alguna. De igual forma la autorización de uso aquí establecida no implicará exclusividad, por lo que me reservo el derecho de otorgar autorizaciones de uso similares en los mismos términos en favor de terceros.

CUARTA.- Derechos morales. ALEJANDRA ACOSTA MEDIANA Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA dará cumplimiento a la normatividad vigente sobre los derechos morales de autor, los cuales seguirán radicados en cabeza de su titular.

Para constancia de lo anterior se firma y otorga en la ciudad de Cali, el presente instrumento hoy: 27 de Marzo de 2022.

Firma: [Firma]
 C.C. N° 7006777703 de Villavieja

Rectoría
 Calle 18 No. 118-250 Cali, Colombia • A.A. No. 26239 • PBX. (572) 321 8200 • www.puj.edu.co



Alejandra Acosta Medina

Identidad comunidad masculina a través de encontrar el verdadero valor en sus rasgos físicos como el cabello rizado y sus cuidados.

Mis RIZOS

Mi definición

