



Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Diseño

PROYECTO PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
DISEÑADOR CON MENCIÓN GRÁFICO

P A P E L E S M U R A L E S

JUbiLONOStalgia

Basados en la flora endémica chilena; generadores de identidad-emoción,
creados a base de patrones de repetición con puntos de enlace fractal.

Autor: Erika Cifuentes Hernández / Profesor Guía: Juan Carlos Lepe Muñoz / Diciembre de 2010



Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Diseño

PROYECTO PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
DISEÑADOR CON MENCIÓN GRÁFICO

P A P E L E S M U R A L E S

JU**bi**lo**NO**Stalgia

Basados en la flora endémica chilena; generadores de identidad-emoción,
creados a base de patrones de repetición con puntos de enlace fractal.

Autor: Erika Cifuentes Hernández / Profesor Guía: Juan Carlos Lepe Muñoz / Diciembre de 2010



Gracias a todos los que me han acompañado y ayudado a llegar hasta esta etapa de mi vida...

ÍNDICE

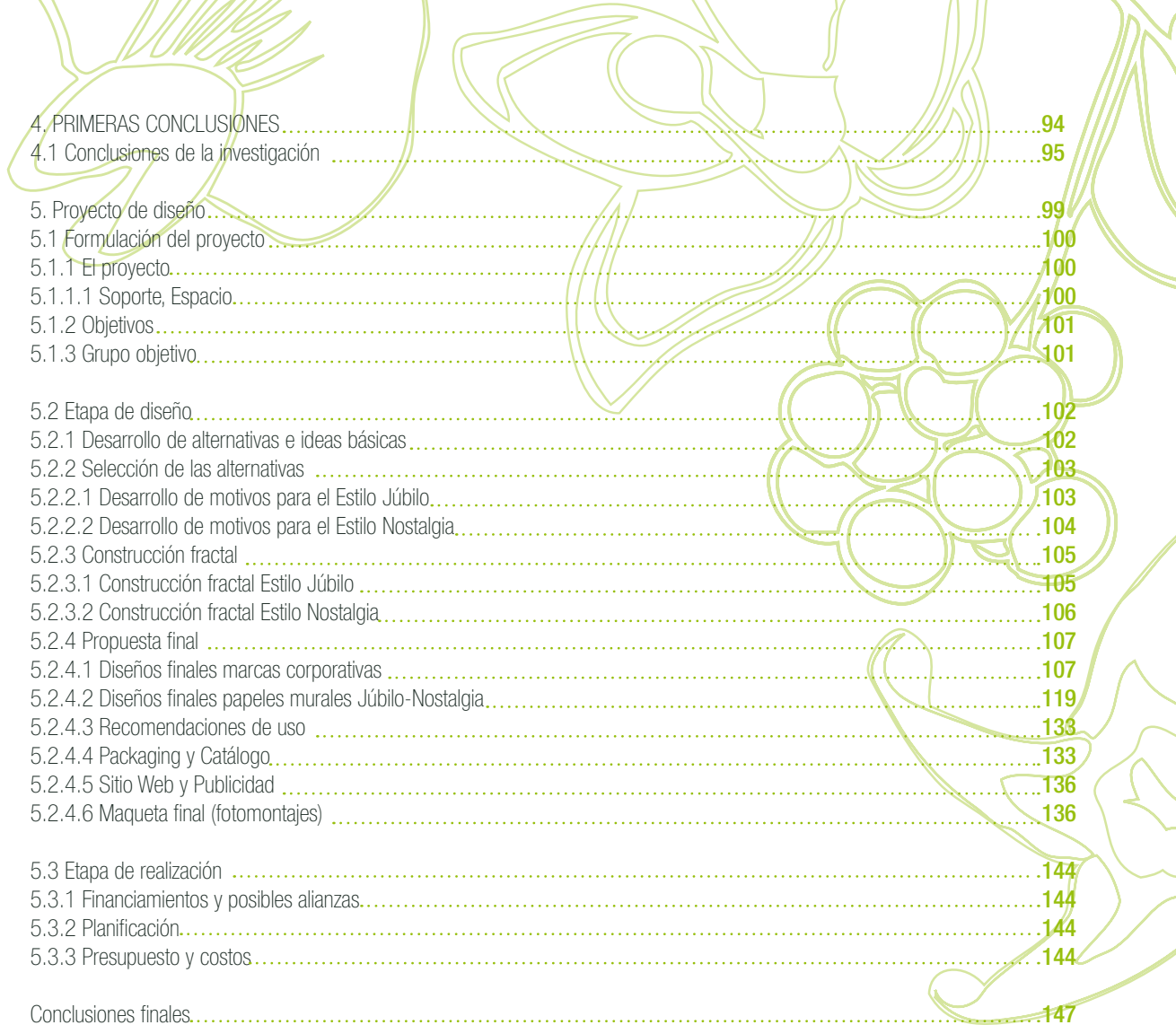
ÍNDICE	
RESUMEN	8
INTRODUCCIÓN	9
1. FUNDAMENTOS DEL PROYECTO	10
1.1 Planteamiento del problema	11
1.1.1 El problema	11
1.2 Justificación del problema	11
1.2.1 Síntomas del problema	11
1.3 Objetivos	11
1.3.1 Objetivo general	11
1.3.2 Objetivos específicos	11
1.4 Preguntas claves	12
1.5 Metodología de la investigación	12
1.5.1 El enfoque de análisis seleccionado	12
1.5.2 Técnicas cualitativas	13
2. Marco de referencia	14
Primera parte	
LAS EMOCIONES Y LA IDENTIDAD CHILENA	14
2.1 Definición de las emociones	15
2.1.1 ¿Qué son las emociones?	15
2.1.2 Las funciones de las emociones	15
2.1.3 Emociones básicas	16
2.1.4 Reacción Afectiva	17
2.1.5 Teorías sobre la emoción	17
2.1.5.1 Teoría de Piaget/Vigotsky/Ausubel	18
2.1.5.2 Teoría evolucionista	19
2.1.5.3 Teoría psicofisiológica	19
2.1.5.4 Teoría neurológica	20
2.1.5.5 Teoría conductista	20
2.1.5.6 Teoría cognitiva	20
2.2 Las emociones en el diseño	22
2.2.1 Emoción más diseño	22
2.2.2 Niveles del diseño	23

ÍNDICE

2.3 La idiosincrasia chilena.....	25
2.3.1 Identidad chilena.....	25
2.3.2 Grupos sociales en Chile.....	29
2.3.3 El ciclo de vida familiar.....	31
Segunda parte	
COMUNICACIÓN VISUAL.....	32
2.4 La percepción; visualizaciones de las formas.....	33
2.4.1 La percepción.....	33
2.4.2 La psicología de la Gestalt.....	33
2.4.3 Percepción social.....	34
2.5 Sobre la forma, el color y la luz.....	35
2.5.1 Principios de la forma.....	35
2.5.1.1 Clasificación de la forma (y figuras).....	36
2.5.2 Principios del color.....	36
2.5.2.1 Blanco y negro.....	36
2.5.2.2 Colores neutros o acromáticos.....	37
2.5.2.3 Colores cromáticos.....	37
2.5.2.4 El sólido de color.....	38
2.5.2.5 Tonos complementarios.....	39
2.5.2.6 Armonía de color.....	39
2.5.2.7 Contraste simultáneo.....	39
2.5.2.8 El color en diseño.....	40
2.5.2.9 Desarrollo de un esquema de color.....	41
2.5.2.10 Psicología del color.....	42
2.5.3 Principios de iluminación en espacios.....	42
2.5.3.1 Iluminancia.....	43
2.5.3.2 Reflectancia.....	43
2.5.3.3 Aspecto cromático.....	44
2.6 La imagen y su unión con la comunicación.....	46
2.6.1 El signo.....	46
2.6.2 El sistema de las imágenes.....	48
2.6.2.1 Tipos de códigos (presentes en una imagen).....	48
2.6.2.2 Sintaxis de la imagen.....	50
2.6.2.3 El poder de la imagen en el tiempo.....	51
2.6.3 Comunicación visual.....	51
2.6.3.1 El código visual en la comunicación.....	53
2.6.3.2 Modelos en la Teoría de la Comunicación.....	54
2.6.3.3 Nuevos modelos.....	55
2.6.4 Estética de la Recepción.....	56

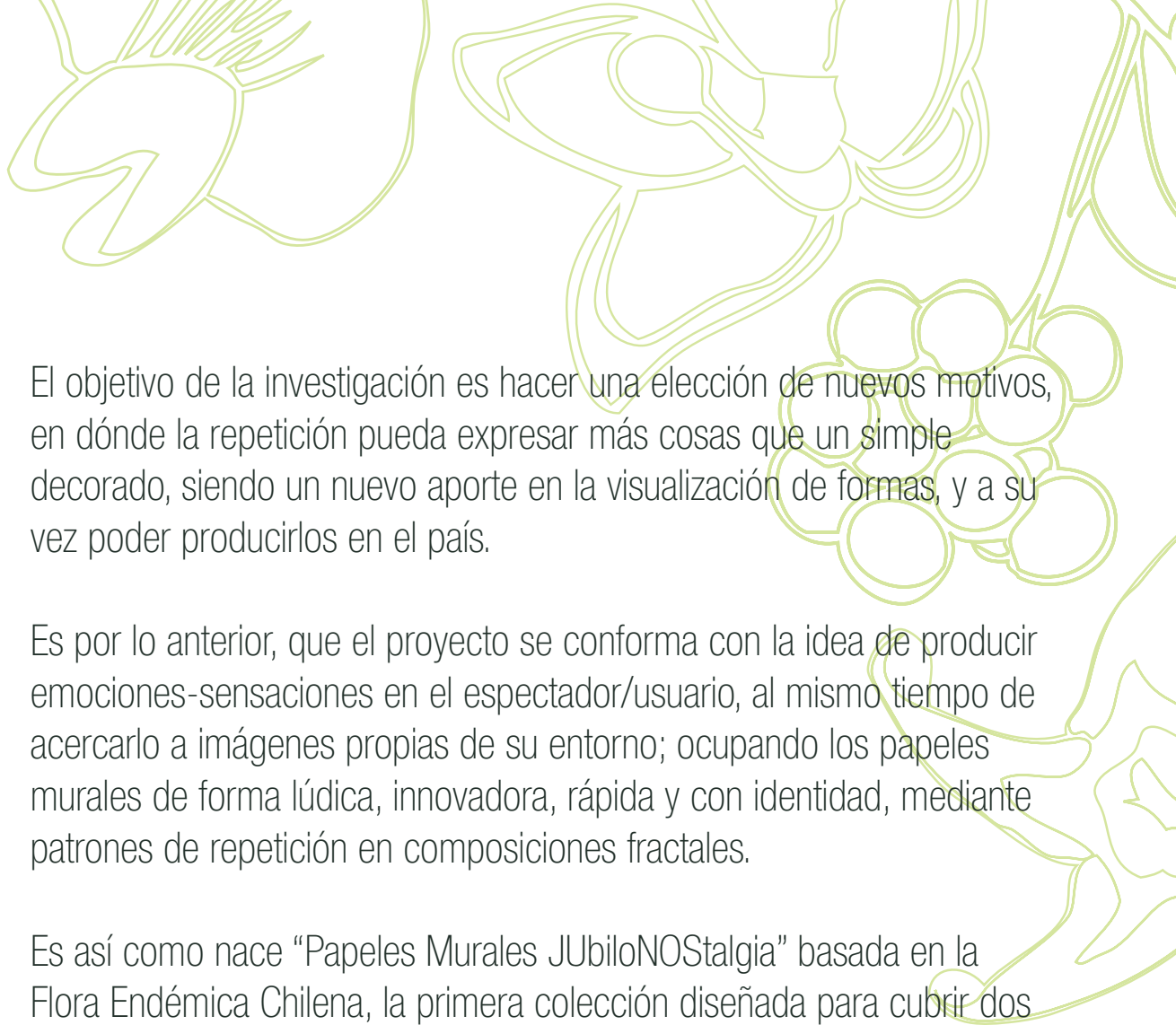
ÍNDICE

2.7 Decisiones formales del diseño	57
2.7.1 Principios del diseño	57
2.7.1.1 Los elementos de diseño	57
2.7.1.2 Otros elementos de importancia en el diseño	57
2.7.2 Diseño de una forma	58
2.7.2.1 Tipos de formas para diseñar	58
2.7.2.2 Diseño de formas figurativas	59
2.7.2.3 Creación de formas figurativas simples, múltiples y compuestas	59
Tercera parte	
EL PAPEL MURAL, LOS PATRONES DE REPETICIÓN Y LOS FRACTALES	60
2.8 El papel mural	61
2.8.1 Historia	61
2.8.2 Características del papel mural actual	61
2.9 Los patrones gráficos de repetición	63
2.9.1 ¿Qué es un patrón gráfico?	63
2.9.1.1 Historia	64
2.9.1.2 Tipos de repeticiones	66
2.10 Los fractales	69
2.10.1 ¿Qué es un fractal?	69
3. Investigación de campo	70
3.1 Sobre emociones y su relación con otras temáticas	71
3.1.1 Dos emociones a investigar: felicidad/tristeza	71
3.1.1.1 La felicidad y la tristeza, presentes en la simbología e imagen chilena	72
3.1.1.2 Flora endémica chilena	73
3.1.1.3 Selección de ejemplares para análisis formal de acuerdo a las emociones de felicidad y tristeza	74
3.1.1.4 Signos o Símbolos que se asocian a la felicidad y a la tristeza	84
3.1.1.5 Colores que corresponden a la felicidad y a la tristeza	85
3.1.1.6 Iluminación acorde a las emociones (felicidad y tristeza)	86
3.1.2 Análisis a láminas de Sven Hesselgren	87
3.1.3 Entrevistas a expertos del tema	88
3.1.3.1 Entrevista sociólogo Rafael Villarroel Somoza	88
3.1.3.2 Entrevista Artista Plástico, pintor y grabador Hugo Rivera Scott	88
3.2 Sobre el papel mural	90
3.2.1 Comparación entre empresas de papeles murales en Chile	90
3.2.2 Entrevistas a expertos del tema	91
3.2.2.1 Entrevista empresa Nicsolucion	91
3.2.2.2 Entrevista empresa Colowall	92



4. PRIMERAS CONCLUSIONES.....	94
4.1 Conclusiones de la investigación	95
5. Proyecto de diseño.....	99
5.1 Formulación del proyecto.....	100
5.1.1 El proyecto.....	100
5.1.1.1 Soporte, Espacio.....	100
5.1.2 Objetivos.....	101
5.1.3 Grupo objetivo.....	101
5.2 Etapa de diseño.....	102
5.2.1 Desarrollo de alternativas e ideas básicas.....	102
5.2.2 Selección de las alternativas.....	103
5.2.2.1 Desarrollo de motivos para el Estilo Júbilo.....	103
5.2.2.2 Desarrollo de motivos para el Estilo Nostalgia.....	104
5.2.3 Construcción fractal.....	105
5.2.3.1 Construcción fractal Estilo Júbilo.....	105
5.2.3.2 Construcción fractal Estilo Nostalgia.....	106
5.2.4 Propuesta final.....	107
5.2.4.1 Diseños finales marcas corporativas.....	107
5.2.4.2 Diseños finales papeles murales Júbilo-Nostalgia.....	119
5.2.4.3 Recomendaciones de uso.....	133
5.2.4.4 Packaging y Catálogo.....	133
5.2.4.5 Sitio Web y Publicidad.....	136
5.2.4.6 Maqueta final (fotomontajes).....	136
5.3 Etapa de realización.....	144
5.3.1 Financiamientos y posibles alianzas.....	144
5.3.2 Planificación.....	144
5.3.3 Presupuesto y costos.....	144
Conclusiones finales.....	147
ANEXOS.....	149
ANEXO 1 - Emociones básicas.....	150
ANEXO 2 - Psicología del color.....	153
ANEXO 3 - Entrevistas.....	154
ANEXO 4 - Hoja datos técnicos.....	159
ANEXO 5 - Digital Sitio Web.....	159
Bibliografía.....	160

RESUMEN

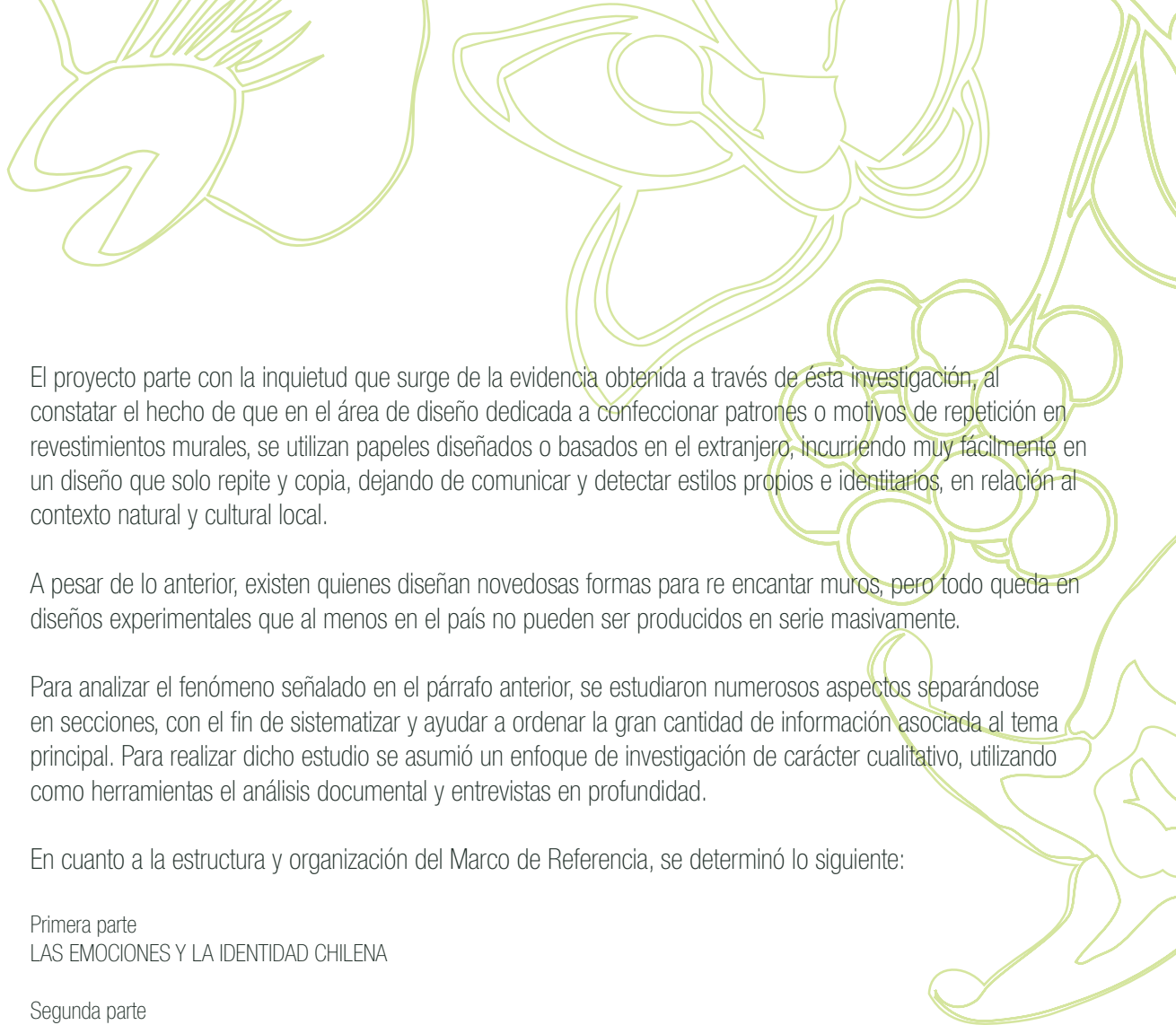


El objetivo de la investigación es hacer una elección de nuevos motivos, en dónde la repetición pueda expresar más cosas que un simple decorado, siendo un nuevo aporte en la visualización de formas, y a su vez poder producirlos en el país.

Es por lo anterior, que el proyecto se conforma con la idea de producir emociones-sensaciones en el espectador/usuario, al mismo tiempo de acercarlo a imágenes propias de su entorno; ocupando los papeles murales de forma lúdica, innovadora, rápida y con identidad, mediante patrones de repetición en composiciones fractales.

Es así como nace “Papeles Murales JUbiloNOStalgia” basada en la Flora Endémica Chilena, la primera colección diseñada para cubrir dos emociones principales; la felicidad vista desde el júbilo, y la tristeza con una visión nostálgica; todo esto compuesto en forma fractal.

INTRODUCCIÓN



El proyecto parte con la inquietud que surge de la evidencia obtenida a través de ésta investigación, al constatar el hecho de que en el área de diseño dedicada a confeccionar patrones o motivos de repetición en revestimientos murales, se utilizan papeles diseñados o basados en el extranjero, incurriendo muy fácilmente en un diseño que solo repite y copia, dejando de comunicar y detectar estilos propios e identitarios, en relación al contexto natural y cultural local.

A pesar de lo anterior, existen quienes diseñan novedosas formas para re encantar muros, pero todo queda en diseños experimentales que al menos en el país no pueden ser producidos en serie masivamente.

Para analizar el fenómeno señalado en el párrafo anterior, se estudiaron numerosos aspectos separándose en secciones, con el fin de sistematizar y ayudar a ordenar la gran cantidad de información asociada al tema principal. Para realizar dicho estudio se asumió un enfoque de investigación de carácter cualitativo, utilizando como herramientas el análisis documental y entrevistas en profundidad.

En cuanto a la estructura y organización del Marco de Referencia, se determinó lo siguiente:

Primera parte
LAS EMOCIONES Y LA IDENTIDAD CHILENA

Segunda parte
COMUNICACIÓN VISUAL

Tercera parte
EL PAPEL MURAL, LOS PATRONES DE REPETICIÓN Y LOS FRACTALES

Además es de vital importancia para el proyecto, la investigación de campo realizada, ya que gracias a los análisis presentados, se logra enfocar y explicar finalmente, el proyecto de diseño, que tiene como deseo concreto el **hacer una elección de nuevos motivos, en dónde la repetición pueda expresar más cosas que un simple decorado, siendo un nuevo aporte en la visualización de formas, y a su vez poder producirlos en el país.**

1.FUNDAMENTOS DEL PROYECTO



1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 El problema

“Los papeles murales abusan de diseños basados o provenientes del extranjero, que pueden caer en copias y repeticiones sin sentido; los motivos no expresan identidad ni emociones propias de nuestro entorno”.

1.2 Justificación del problema

1.2.1 Síntomas del problema

En un comienzo la preocupación se centró en ciertos factores de la industria textil de revestimientos murales, específicamente del diseño gráfico existente en los motivos de repetición de los papeles murales, que no se estaban explotando cien por ciento en el país, y que a su vez se convertían en dificultades para el desarrollo de la disciplina.

Los factores presentados en el párrafo anterior, se convierten en “síntomas” del problema, ya que gracias a estas señales, se logra evidenciar el problema de fondo.

A continuación se presentan los síntomas evidenciados:

- a. El diseño de papeles murales se basan o son del extranjero.
- b. El color está basado en tendencias y modas del extranjero.
- c. Una repetición se rige por diversos tipos

de técnicas como: bloques alineados, saltos verticales, enladrillado, irregulares, mixtos, entre otras.

d. Una colección posee diseños diferentes; que a su vez cada diseño, posee diversos tipos de colores.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Hacer una elección de nuevos motivos, en donde la repetición pueda expresar más cosas que un simple decorado, siendo un nuevo aporte en la visualización de formas, y de producción en el país.

1.3.2 Objetivos específicos

- a. Realizar diseños propios.
- b. Se escogerán los colores en base de la psicología del color, ayudando a reforzar una identidad y una emoción.
- c. La repetición se basará en una transformación de tipo fractal.
- d. Una colección poseerá diseños diferentes; y a su vez cada diseño contendrá mínimo dos tipos de diseño conectables entre sí (además de posibilidades de color).
- e. Flexibilidad en el proceso de producción.

1.4 Preguntas claves

Lo que se desea descubrir con esta investigación es lo siguiente:

1° En el rubro de los revestimientos murales, ¿Qué papel cumplen los papeles murales en Chile?

2° ¿Es posible crear y producir papeles murales en Chile?

3° ¿Por qué en Chile se prefieren las tendencias que se dictan en el extranjero?

4° ¿Es posible encontrar un grupo objetivo interesado en el diseño con identidad propia, capaz de generar tendencias desde nuestro país?

5° El diseño de motivos de repetición, en papeles murales, ¿puede transmitir emoción e identidad?

6° ¿Cómo una nueva propuesta de diseño puede acercar el diseño a las personas?

1.5 Metodología de la investigación

1.5.1 El enfoque de análisis seleccionado

La investigación estudiará el cómo se puede transmitir a las personas, sentimientos, emociones, y/o identificar un lugar, con ciertos elementos visuales.

Para lo anterior, es necesario entender el interior y exterior de la realidad a investigar. Es por esto que

se deben estudiar todos los aspectos que pueden asociársele, por lo que el estudio abarca variados temas afines al diseño.

Se debe realizar una observación que sea válida, debido a que los diferentes temas a investigar entregarán los que serán luego las conclusiones y posibles soluciones al problema. Aunque de todas formas, por el carácter de la investigación se estará frente a observaciones de tipo racionales y/o emocionales.


Se realizará una revisión bibliográfica exhaustiva, ya que existen relaciones con diferentes materias (psicología, emociones, comunicación visual, percepción, entre otras). A la vez, se construirán algunos instrumentos para ahondar en el estado del arte.

Cuando ya se tengan las conclusiones de la investigación, se hará posible la determinación del tipo de diseño, el cual se empleará para la confección del nuevo estilo de patrones de repetición, en papeles murales.

Las conclusiones serán del tipo inductivo, ya que por el tipo de investigación, las conclusiones generales serán sacadas de datos particulares, obteniendo así una tendencia en los resultados.

Para poder abordar el estado del arte, será necesario recurrir a la confección de ciertos instrumentos para facilitar la recolección de datos, ya que es más difícil encontrar información, y que a su vez esté ordenada.

El enfoque será de tipo CUALITATIVO, y el interés se centra en explorar las realidades, relaciones y



estructuras del diseño de patrones de repetición, en papeles murales y así poder describir tal como se experimenta. Lo más importante, es que permite comprender la conducta humana desde su forma de actuar, que es uno de los motivos por el cual se mueve la investigación, el lograr entender cómo actúan las personas, para así confeccionar patrones que les interesen y les hagan sentir emociones.

1.5.2 Técnicas cualitativas

a. Análisis Documental

Debido a la existencia de bastante información, se recurrirá a la confección de fichas para poder disponer de forma ordenada los datos pertinentes al estudio.

Serán confeccionadas a partir de libros, sitios web, diseñadores o empresas del rubro, entre otros, ordenando así los datos del análisis, que facilitarán la obtención de conclusiones preliminares para luego pasar a la etapa de diseño.

b. Entrevistas

Se realizará entrevistas focalizadas a personas, ya sean profesionales, académicos, empresas y/o diseñadores, relacionados con los diferentes temas que se tratan en la investigación.

2. MARCO DE REFERENCIA

Primera parte
LAS EMOCIONES Y LA IDENTIDAD CHILENA



2.1 Definición de las emociones

2.1.1 ¿Qué son las emociones?

No existe un conocimiento cien por ciento certero sobre lo que son las emociones, es que a pesar de ser un concepto que por lo general se da por entendido, al momento de darle una definición, es difícil comprender todo lo que significan.

Así pues, se puede encontrar la siguiente definición:

EMOCIÓN¹

(Del lat. *emotio*, -ōnis).

1. f. Alteración del ánimo intensa y pasajera, agradable o penosa, que va acompañada de cierta conmoción somática.

2. f. Interés expectante con que se participa en algo que está ocurriendo.

Al leer esta definición, emoción viene del latín *emotio*, -ōnis, que significa el impulso que induce la acción. Se muestra a la emoción en un aspecto superficial, sin explicar el porqué se genera en las personas, así que no basta con esto para entenderla. Ahora bien, basándose en estudios de la psicología de la emoción, se dice que la emoción es:

EMOCIÓN²

Una experiencia multidimensional afectiva, en cierta medida agradable o desagradable, que posee al menos tres tipos de respuestas:

1 Real Academia Española © Diccionario de la lengua española - Vigésima segunda edición.

2 Basado en el modelo tridimensional de la ansiedad propuesto por Carls Lang (1968) más las ideas posteriores de Oatley (1992).

cognitivo/subjetivo; conductual/expresivo y fisiológico/adaptativo.

Ahora sí, se acerca a una definición más completa, se explica que ésta experiencia afectiva, puede llegar a ser placentera o no, y que puede tener al menos tres tipos de respuestas (existen más teorías sobre como responden las emociones, pero se explicarán en conjunto, más adelante).

Además, una emoción puede generar una serie de conductas en el ser humano que afectan la forma de pensar y de actuar, lo cual hace importante entender realmente todo lo que implican en las personas.

2.1.2 Las funciones de las emociones

Toda emoción posee funciones que son importantes en la vida de las personas, ya que afectan el modo de comportamiento, de sentir y de pensar, haciendo posible el juzgar y la toma de decisiones.

El profesor Mariano Chóliz hace un gran compilado en el tema de las emociones, así en uno de sus textos³ destaca tres funciones, que fueron identificadas por Reeve (1994):

a. Funciones adaptativas

Es la encargada de preparar al organismo para que ejecute determinada conducta. Aquí será de importancia el estudio que hizo Robert Plutchik (1980) que destaca a ocho funciones principales e intenta identificar cada reacción con la función adaptativa que le corresponde. (TABLA 1)

3 Mariano Chóliz (2005): Psicología de la emoción: el proceso emocional / www.uv.es/=choliz

LENGUAJE SUBJETIVO	LENGUAJE FUNCIONAL
MIEDO	Protección
IRA	Destrucción
ALEGRÍA	Reproducción
TRISTEZA	Reintegración
CONFIANZA	Afiliación
ASCO	Rechazo
ANTICIPACIÓN	Exploración
SORPRESA	Exploración

TABLA 1: Tabla funciones y reacciones adaptativas

Al igual como decía Darwin la emoción sirve para facilitar la conducta apropiada, relevante para la adaptación.

b. Funciones sociales

Al entender como se expresan las diferentes emociones, hace posible predecir ciertos comportamientos en las personas, lo cual favorece las relaciones interpersonales. De todas formas, existen las emociones que se consideran sociales (por ser producidas por interacción de dos o más individuos) que se acompañan de diversas expresiones corporales, que son respuestas emocionales de las situaciones.

Estas emociones sociales son:

Cólera: frustración por no obtener lo que se necesita o desea.

Temor: reacción antes la llegada rápida, intensa e inesperada de una situación que perturba lo habitual.

Emociones agradables (gozo, júbilo, amor y risa): liberan tensión y excitación en las personas.

Las emociones entonces favorecen algunas funciones sociales; además de facilitar la interacción social, controlar la conducta de los demás, permitir la comunicación de los estados afectivos o promover la conducta pro-social⁴.

Con todo esto, la expresión de las emociones son series de estímulos discriminativos que ayudan la realización de conductas apropiadas en el ser humano.

⁴ Estas funciones sociales las destacó Izard (1989).

c. Funciones motivacionales

La emoción y la motivación están íntimamente ligadas, la emoción energiza la conducta motivada, la dirige y da intensidad; una conducta emocional se realiza con más fuerza.

Así por ejemplo, la cólera facilita las reacciones defensivas, la alegría la atracción interpersonal, la sorpresa la atención ante estímulos novedosos. Se dirige la conducta, facilita el acercamiento o la evitación del objetivo de la conducta motivada en función de las características de la emoción.

2.1.3 Emociones básicas

Algunos dicen que existen, otros dicen que no, pero antes de guiarse por una o por otra aseveración, se estudiará lo concerniente a la existencia de emociones básicas.

Nuevamente se hace mención al texto del profesor Mariano Chóliz, debido a que él reafirma postulados que de todas formas, se constatan emociones universales, de las que podrían derivarse el resto de las reacciones afectivas, que organizan y motivan comportamientos fisiológicos/cognitivos.

Además, Izard (1991) postula que se deben cumplir ciertos requisitos para pasar a ser una emoción básica, los que serían:

- Tener un sustrato neural específico y distintivo.
- Tener una expresión o configuración facial específica y distintiva.
- Poseer sentimientos específicos y distintivos.
- Derivar de procesos biológicos evolutivos.
- Manifestar propiedades motivacionales y



NANCY LORENZ

organizativas de funciones adaptativas.

A su vez, guiado por sus requisitos, ve en ocho emociones que cumplen sus postulados:

PLACER/ INTERÉS/ SORPRESA/ TRISTEZA/ IRA/ ASCO/ MIEDO/ DESPRECIO.

Ekman⁵, otro autor relevante en el estudio de las emociones, identifica seis emociones que considera básicas:

IRA/ ALEGRÍA/ ASCO/ TRISTEZA/ SORPRESA Y MIEDO (LUEGO AGREGARÍA DESPRECIO).

De todas formas, se puede detectar en algunas emociones patrones distintivos, generalizados y con características comunes en todos los seres humanos, se tratan de las siguientes emociones:

FELICIDAD/ TRISTEZA/ IRA/ SORPRESA/ MIEDO Y ASCO⁶.

2.1.4 Reacción Afectiva

Una reacción no es inmóvil, dependerá del estímulo que la genere; si está presente o no. Así, el profesor Chóliz destaca dos modelos complementarios:

5 Defiende la existencia de emociones básicas a nivel fisiológico corroborado por la existencia de una serie de universales en la expresión emocional, demostrados transculturalmente, así como un patrón fisiológico que caracterizaría a cada una de ellas. Aun así, no existe consenso que asegure que sea cierto.

6 Ver ANEXO 1, Pág. 150. Es un compilado propuesto por Mariano Chóliz Montañés, en su libro Psicología de la emoción: el proceso emocional. Señala que éste grupo es el que más consentimiento posee, dentro del estudiosos de las emociones.

a. Teoría motivacional del proceso oponente⁷
Asume que ante un instigador, la respuesta del organismo es de dos procesos afectivos: proceso-a y proceso-b, siendo el primero una respuesta primaria, natural, de reacción ante el instigador; y el segundo la oponente, le sigue y tiene cualidad afectiva opuesta a la del proceso-a. (TABLA 2)

Esta teoría explica cómo la reacción afectiva se habitúa en las personas, por lo que para poder producir una emoción de la misma intensidad que la primera vez, se deben recurrir a estímulos de mayor magnitud en las próximas ocasiones.

Aun con lo anterior, puede que no funcione para todos los seres humanos de la misma manera, ya que muchos de los estímulos son reacciones psicológicas (más que físicas) lo que hace que sea difícil determinar cuando desaparecen las emociones en el individuo.

b. Teoría de la transferencia de la excitación⁸
Un estímulo produce un estado difuso de activación en el ser humano, el cual irá disminuyendo paulatinamente. Si antes de que desaparezca por completo, se produce un nuevo estímulo, se enlazarán ambas respuestas y permitirán al individuo aprender a reaccionar con mayor intensidad ante este nuevo estímulo.

2.1.5 Teorías sobre la emoción

Existen muchos modelos teóricos acerca de las emociones, pero sucede que de la misma forma,

7 Solomon (1977) y Corbit (1974).

8 Zillman (1983).

MOTIVOS	CARACTERÍSTICAS	
	PROCESO-A	PROCESO-B
TIEMPO DE REACCIÓN	Corto	Largo
ESTABLECIMIENTO DE AMPLITUD MÁXIMA	Rápido	Lento
REACCIÓN ANTE AUSENCIA DEL INSTIGADOR	Decaimiento rápido	Decaimiento lento

TABLA 2: Tabla teoría motivacional del proceso oponente.



JEOVANNA PÉREZ

ETAPA	ESTADIO	EDAD
SENSORIOMOTORA	A) De los mecanismos reflejos congénitos	0-1 mes
	B) De las reacciones circulares primarias	1-4 meses
	C) De las reacciones circulares secundarias	4-8 meses
	D) De la coordinación de los esquemas de conducta previos	8-12 meses
	E) De los nuevos descubrimientos por experimentación	12-18 meses
	F) De las nuevas representaciones mentales	12-24 meses
PREOPERACIONAL	A) Pre conceptual	2-4 años
	B) Intuitivo	4-7 años
OPERACIONES CONCRETAS		7-11 años
OPERACIONES FORMALES		11 años adelante

TABLA 3: Tabla estadios de desarrollos cognitivos de la mente, Piaget.

CONCEPTOS	EXPLICACIÓN
PROCESOS PSICOLÓGICOS ELEMENTALES (PPE)	Son comunes al hombre y otros animales superiores. Se refiere a la MEMORIA y a la ATENCIÓN.
PROCESOS PSICOLÓGICOS SUPERIORES (PPS)	Son específicamente humanos. Se desarrollan en los niños a partir de la incorporación de la cultura e interacciones sociales.
ZONA DE DESARROLLO PRÓXIMO (ZDP)	Distancia entre las habilidades que posee un niño con las que puede llegar a aprender a través de un guía o apoyo de un adulto o un par competente.

TABLA 4: Tabla explicación conceptos, Vigotsky.

no todos se centran en los mismos aspectos, por lo que se llega a tener un sinnúmero de teorías que rescatan ciertos aspectos de las emociones. Hay quienes defienden una u otra teoría, por lo que no se obtiene un solo referente a seguir, así que por esto ha continuado se rescata a las más importantes para la investigación⁹.

2.1.5.1 Teoría de Piaget/Vigotsky/Ausubel¹⁰

Las personas construirán en su mente sentimientos/lugares cuando:

a. Cuando el sujeto interactúa con el objeto del conocimiento (Piaget)

Piaget ve a los seres humanos como seres vivos que vienen con una herencia biológica la cual afecta a la inteligencia de éste. Así, su teoría se basa en que la inteligencia humana posee "organización y adaptación".

La mente está organizada coherentemente con lo que somos y preparada para enfrentarse a distintas circunstancias que presente el entorno en que nos encontremos. Luego de que esto suceda, viene lo que llama como "asimilación" que es la forma en como se actúa ante determinada situación; y si hay alguna modificación en la forma de acción estamos frente al proceso de "acomodación". Con estos mecanismos estamos continuamente reestructurando lo que aprendemos y vamos formándonos como

⁹ Las teorías: evolucionista, psicofisiológica, neurológica, conductista, cognitiva fueron basadas del libro de Mariano Chóiz (2005): Psicología de la emoción: el proceso emocional www.uv.es/=cholz.

¹⁰ El autor ha reunido estas tres teorías que poseen puntos en común y que sirven entenderse en conjunto.

individuos diferentes.

Su teoría demuestra que el desarrollo intelectual está íntimamente relacionado con el desarrollo biológico, en el cual las etapas de crecimiento de una persona son fundamentales para poder comprender su forma de ser, y pensar.

Piaget da cuenta de estadios de desarrollos cognitivos de la mente, que va desde la infancia hacia la adolescencia, evidenciando un proceso de la evolución de la inteligencia lento y cualitativo.

(TABLA 3)

b. Cuando esto lo realiza en interacción con otros (Vigotsky)

Vigotsky cree en que los seres humanos son capaces de aprender por medio de interacciones sociales/culturales. A diferencia de Piaget, él defiende la idea de que el individuo aprende a través de acciones sociales por imitación, y es en primera instancia social y en segunda se internaliza como conocimiento individual. (TABLA 4)

c. Cuando es significativo para el sujeto (Ausubel)

Para Ausubel el aprendizaje sólo es significativo cuando el material aprendido tenga un propio significado y que signifique algo para el individuo, que posea conocimiento que lo una con lo que desea aprender. Debe existir un puente cognitivo entre el nuevo concepto con la mente de la persona (con lo que ya sabe).

Con lo anterior, se produce una mejor retención de la información, la cual es guardada en la memoria a largo plazo; además, es personal de cada individuo ya que dependerá de cada persona y sus conocimientos

la forma de aprender y retener los contenidos.

Para finalizar, Piaget se centra en cómo se construye el conocimiento partiendo desde la interacción con el medio. Por el contrario, Vigostky se centra en cómo el medio social permite una reconstrucción interna y Ausubel cree que el aprendizaje se da sólo si es significativo para el sujeto.



<http://gerardoqueipo.blogspot.es/>

2.1.5.2 Teoría evolucionista¹¹

Apoya a la función adaptativa de las emociones, que facilita la respuesta apropiada ante las exigencias ambientales, como inductoras de la expresión de la reacción afectiva a otros individuos. También postula la existencia de las emociones básicas, necesarias para la supervivencia. Aunque el mayor interés se centra en la expresión facial de las emociones.

La universalidad de la expresión y el reconocimiento facial de las emociones se toma como indicador de la existencia de patrones innatos de respuesta emocional, evidencia de la continuidad filogenética de las emociones y como constatación de la existencia de una serie de emociones básicas, cuyo reconocimiento sería universal en la especie humana y fruto de las cuales derivarían el resto de las reacciones afectivas.

Se asumen los siguientes postulados darwinistas:

a. Las emociones cumplen un papel fundamental

¹¹ Darwin es el principal referente de esta teoría. El basó su estudio en niños y ciegos de nacimiento, de diferentes culturas, para poder demostrar la relación entre la expresión y el reconocimiento de las emociones.

en la evolución, facilitando las respuestas adaptativas que exigen las condiciones ambientales.

b. Existen una serie de emociones fundamentales de las que derivan el resto de las emociones secundarias.

c. Las emociones aparecen en todos los seres humanos y tanto la expresión como el reconocimiento de las mismas, es innato y universal.

2.1.5.3 Teoría psicofisiológica¹²

La emoción aparece como consecuencia de la percepción de los cambios fisiológicos producidos por un determinado evento. Además, las emociones similares se caracterizarían por un patrón visceral y fisiológico similar dando pie a cierta especificidad individual.

Aunque el postulado principal es que cada reacción emocional se podría identificar por un patrón fisiológico diferenciado, o al menos algunos caracterizarían a las emociones similares entre sí. Esto se fundamenta con el fraccionamiento direccional que consiste que al estar ante una reacción determinada, unas variables autonómicas manifiestan los efectos de activación simpática, mientras que la reacción de otras, se distinguen por una respuesta parasimpática, favoreciendo la aparición de patrones de respuesta diferenciados para cada reacción afectiva¹³.

¹² Seguidora de las ideas de James.

¹³ Por ejemplo, la frecuencia cardíaca con las emociones negativas (miedo e ira) producen incrementos mayores en la misma que las positivas, como la alegría. O en la temperatura

2.1.5.4 Teoría neurológica¹⁴

Acá las reacciones fisiológicas y viscerales no definen la cualidad de la reacción emocional, sino la intensidad de la misma, preparando al organismo para una eventual respuesta que requiera un gasto energético de importancia. Para todas las emociones la respuesta se daría en forma similar, lo único que variará es la intensidad de la reacción, pero no en un patrón de respuesta diferenciado.

Se explica, que lo importante en la génesis de la emoción es la actividad del sistema nervioso central (la regulación que establece el tálamo), tanto sobre la corteza, en la génesis de la experiencia cualitativa de la emoción, como sobre el sistema nervioso periférico, para la movilización de energía.

2.1.5.5 Teoría conductista¹⁵

Las emociones se entienden como respuestas condicionadas que a través de un estímulo, hacen posible una respuesta emocional intensa. Con esto puede establecerse predicciones acerca de los efectos de dicha reacción emocional en la conducta operante, cómo la reacción emocional puede fortalecer o debilitar la conducta establecida previamente.

El hecho de poder predecir cómo puede verse afectada la operante, en función de la reacción

digital; la ira es la que suele generar incrementos más elevados, mientras que el miedo se caracteriza por un descenso en esta respuesta.

¹⁴ Ideas a partir de Cannon.

¹⁵ Basada principalmente en Watson (1925).

emocional, hace que las emociones pierdan la consideración de causas internas, ficticias e imaginarias de la conducta, para convertirse en un proceso digno de estudio por sus efectos en el comportamiento.

2.1.5.6 Teoría cognitiva¹⁶

Ve a la emoción como consecuencia de los procesos cognitivos. Surge como consecuencia de la activación e interpretación cognitiva. La magnitud de la reacción fisiológica determinaría la intensidad de la reacción emocional, mientras que los procesos cognitivos darían razón de la cualidad misma.

De todos los procesos cognitivos, los más destacables son:

a. Valoración cognitiva

Según los estudios de Lazarus (1977, 1993), ante una situación determinada se evalúan las consecuencias positivas o negativas que pudiesen suceder para luego analizar los recursos que se poseen para hacer frente a dicha situación.

La cualidad de la reacción emocional es consecuencia directa de los procesos de valoración cognitiva y cada evaluación conduce a un tipo de emoción, manifestada por una tendencia a acción y expresión características.

La relación es bidireccional y ambas están intrínsecamente unidas, ya que la cognición es una parte fundamental de la emoción, que le proporciona la evaluación del significado.

¹⁶ Desarrollada a partir de los experimentos de Scrahter, es una de las teorías más aceptadas en la actualidad.

b. Atribución de causalidad

Weiner analiza la reacción emocional siguiendo la secuencia atribución-emoción-acción. Después de la ejecución conductual acontece una valoración primaria ceñida a las consecuencias agradables o desagradables de la misma.

Entonces, al principio existe una emoción preliminar que analiza la causa de los resultados, donde emerge la emoción más elaborada, que será la que ejerza un papel motivacional en la conducta posterior.

Determina las atribuciones causales más importantes y el estado emocional evocado en función de la consecución, o no, del objetivo de la conducta.

(TABLA 5-6)

c. Control de evaluación de los estímulos

Según Scherer, los estímulos internos o externos se evalúan jerárquica y organizadamente, en una serie de pasos o fases. Como consecuencia emergen las emociones correspondientes.

Se sigue la siguiente secuencia:

1º Novedad del estímulo (supone una primera valoración de la peligrosidad del evento).

2º Dimensión placentera-displacentera.

3º Si propicia la consecución de una meta o una necesidad.

4º Capacidad de enfrentarse a la situación y consecuencias sobre el organismo.

5º La compatibilidad con las normas sociales o

personales.

d. Imágenes mentales

Lang postula que las imágenes mentales pueden entenderse como una estructura proposicional que incluye componentes perceptivos y semánticos.

Induce las reacciones fisiológicas que acompañan a las emociones, de forma que puede utilizarse el entrenamiento en imaginación para el control de diferentes procesos o alteraciones emocionales.

e. Procesamiento de información emocionalmente relevante

Mathews y MacLeod (1994) ven que los estados emocionales, están relacionados con patrones característicos de procesamiento de la información emocionalmente relevante. Así, por ejemplo, la excesiva atención a la información amenazante puede generar reacciones de ansiedad, de la misma forma que la incapacidad para eliminar los pensamientos intrusivos negativos autorreferentes, generando episodios depresivos.

ÉXITO	
ATRIBUCIÓN CAUSAL	ESTADO EMOCIONAL EVOCADO
Esfuerzo	Relajación
Habilidad	Sentirse orgulloso
Suerte	Sorpresa
Éxito es responsabilidad de otros	Gratitud
Dificultad de la tarea	Sentirse orgulloso

TABLA 5: Tabla atribuciones causales, éxito.

FRACASO	
ATRIBUCIÓN CAUSAL	ESTADO EMOCIONAL EVOCADO
Esfuerzo	Vergüenza, culpa.
Habilidad	Incompetencia
Suerte	Sorpresa
Fracaso es responsabilidad de otros	Ira
Dificultad de la tarea	Resignación

TABLA 6: Tabla atribuciones causales, fracaso.

2.2 Las emociones en el diseño¹⁷

“El aspecto emocional del diseño puede acabar siendo mucho más decisivo en el éxito de un producto que sus elementos prácticos”¹⁸.

2.2.1 Emoción más diseño

Quando se diseña, no todos se dan cuenta de un aspecto que puede marcar una diferencia tremenda, y es que para las personas las cosas que adquieren pueden llegar a ser mucho más que simples artefactos, pueden pasar a formar parte de sus vidas y contenedores de sus emociones. Por esto, para poder comprender la atracción emocional que se genera, existen tres aspectos: el afecto, la conducta y la cognición.

La emoción y el afecto no deben separarse de la cognición, ni tampoco del comportamiento, la motivación y la personalidad; todo esto es esencial para funcionar de manera efectiva en el mundo. Las cosas pueden guardar los recuerdos de un ser humano, por esto es importante el saber diseñar para las personas y no para el diseñador.

Se puede decir que la emoción es caliente, animal e irracional; y la cognición fría, humana y lógica. Estos nuevos conceptos les otorgan otras cualidades que pueden guiar la confección de un diseño. Con el diseño se pueden generar símbolos que establecen

un marco positivo de referencia mental, un memento de recuerdos gratos o una expresión de la propia identidad, sólo hay que saber la manera de lograrlo.

La emoción es la experiencia consciente del afecto, ambas cumplen un papel significativo en el ser humano, pueden hacer cambiar la forma de ver las cosas, permitir la toma de decisiones. Así, si estamos en un estado positivo es probable que el individuo se fije más en el conjunto de las cosas, que en los detalles; y por lo mismo, si se está en un estado negativo, sucede lo inverso.

Las emociones duran períodos de tiempo cortos (minutos/horas) y pueden cambiar la conducta también en fracciones de tiempo cortos, debido a que reaccionan ante hechos inmediatos.

En el mundo del diseño, se acostumbra a asociar la emoción con la belleza. Se producen diseños “bonitos” y atractivos, pero se olvida que en realidad las emociones son capaces de reflejar experiencias, asociaciones y recuerdos de los individuos.

Los recuerdos reflejan las experiencias vitales de las personas, lo que una persona se compra refleja su identidad, lo que quiere proyectar es su personalidad; y de la misma forma las cosas diseñadas poseen una identidad creada por el diseñador, lo que no se debe olvidar es que lo que se crea debe tener estrecha relación con el individuo. (FIG. 1)

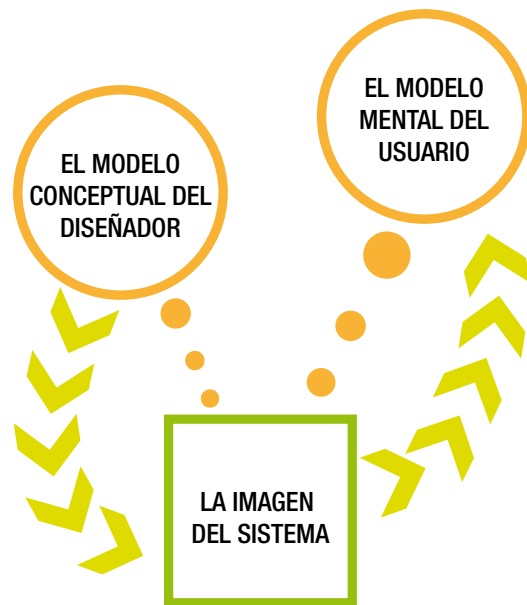


FIGURA 1: Modelo conceptual.

¹⁷ Capítulo basado en el libro “El diseño emocional” Donald A. Norman, editorial Paidós.

¹⁸ “El diseño emocional” Donald A. Norman, editorial Paidós, pág. 20.

“Para que un diseño llegue a ser rico y complejo, debe ser capaz de intercambiar diversos elementos; el que observe tendrá el tiempo necesario para poder ver la totalidad de la obra y analizar cada punto de la pieza y tarea del diseñador consistirá que dicho diseño de placer por largo tiempo, teniendo en claro que deberá producir una experiencia intensa y rica para el público que haya escogido.

Atracción, relación y cumplimiento: hacer una promesa emocional, cumplirla y producir una experiencia memorable”¹⁹.

2.2.2 Niveles del diseño

Según lo que se postula²⁰, existirían tres dimensiones diferentes, que se enlazan a través del deseo y no se podría diseñar sin ellas, se habla de los niveles: viscerales, conductuales y reflexivos. Además, se mezclan con las emociones y la cognición.

a. Nivel visceral

Se preocupa de las APARIENCIAS, de las primeras impresiones que se generan. Es la capa automática de sistemas de disposiciones determinadas genéticamente.

En este nivel, se puede decir que todos los seres humanos coinciden, debido a que las respuestas viscerales son en gran medida iguales para todo el mundo.

En este nivel para diseñar, se debe tener en cuenta que los seres humanos están hechos para habitar un

ambiente, y como tal, también a relacionarse con su medio, por lo que se está en constante sintonía con las diferentes señales emocionales del lugar en que se vive, y se aprenden a interpretar y a reaccionar ante éstas.

El diseño visceral trata del impacto visual que produce, su apariencia, tacto y sensaciones que puede llegar a transmitir. A su vez, los seres humanos prefieren los cuerpos simétricos y seleccionan en función del tamaño, color y aspecto; y ante un diseño visceral deberían responder de la siguiente forma:

1º ¡ME LO QUEDO!

2º ¿PARA QUÉ SIRVE?

3º ¿CUÁNTO VALE?

Aspectos importantes al momento de diseñar visceralmente, son la figura-forma, el tacto, la textura de los materiales, se debe crear un impacto visual inmediato, a la vez resultar apetecible y de apariencia agradable, factores que también ayudarán son la sensualidad y sexualidad en los diseños.

b. Nivel conductual

Tiene que ver con el PLACER y la EFECTIVIDAD DEL USO. Es la parte que contiene los procesos cerebrales que controlan el comportamiento cotidiano, tratando la experiencia de las cosas (función-rendimiento-usabilidad)

Así bien, el diseño conductual posee cuatro componentes; función, comprensibilidad, usabilidad y sensación física. Se debe entender como el usuario potencial utilizaría el producto o diseño elaborado.

Un buen diseñador debe preocuparse de que lo diseñado se acerque a la imagen del grupo objetivo

¹⁹ Interpretación del autor del libro de Donald A. Norman, El diseño emocional, editorial Paidós, pág. 135-137.

²⁰ Ortony, Norman y Reville, 2004.

y para esto, la única manera es confeccionando maquetas, prototipos, pruebas que mediante la observación a la propias personas, se evidencie cómo es que se utilizan en verdad las cosas diseñadas.

Todo se debe centrar en el individuo, ellos deben entenderlo y sentirse satisfechos de usarlos.

c. Nivel reflexivo

Trata sobre la IMAGEN DE SÍ MISMO, la SATISFACCIÓN PERSONAL y los RECUERDOS.

Es la zona contemplativa del cerebro, cuando se interpreta, comprende, entiende, o razona se sabe que se está en el nivel reflexivo.

Puede ser el más vulnerable de los tres niveles, por la variabilidad cultural, la experiencia, la educación y las diferencias individuales, aunque a su vez puede anular a los otros niveles.

El diseño reflexivo se basa en el mensaje, en la cultura y en el significado de una cosa o su uso. Es el significado de las cosas, recuerdos que se pueden venir a la cabeza. Todos los aspectos culturales, con respuestas convencionales aprendidas en cada sociedad, así que dependerá de la mente de quien vea los diseños, porque todo puede ser visto de maneras diferentes.

Quando existe una atracción por algo se está frente al nivel visceral, pero si le encontramos “belleza” a lo que se observa, se está bajo el nivel reflexivo. Se suman los calificativos como el prestigio, lo innovador, lo exclusivo, todos presentes en éste nivel de diseño.

Al estar presente ante muchos factores, las personas

pueden obviar las deficiencias y solo ver lo bueno, hasta exaltar solo las cualidades que tornan virtuoso un diseño. Para esto se deberá crear diseños que no presten ninguna confusión ni frustración a sus usuarios, para que estos sientan que llevan el control de la situación.

Estos tres niveles señalados tienen funciones diferentes, pero de todas formas interactúan entre sí. (FIG. 2)

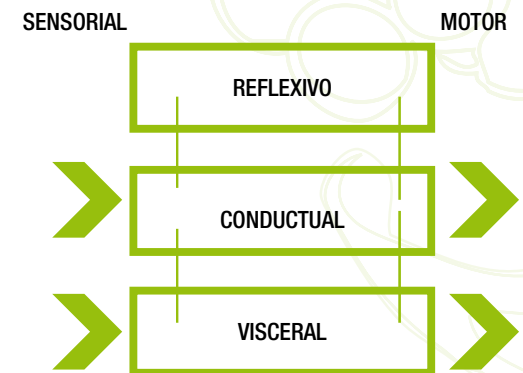
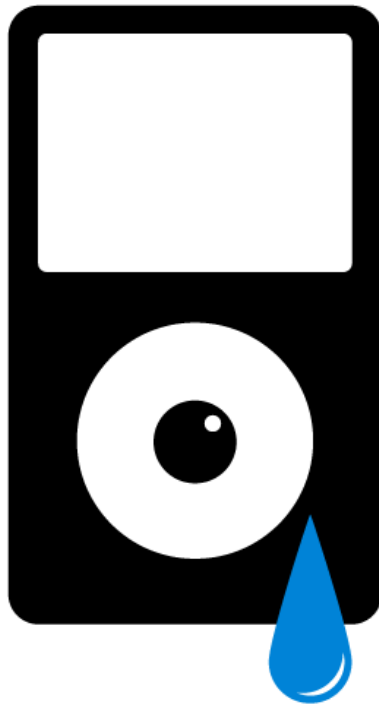


FIGURA 2: modelo niveles de procesamiento.



JAVIER JAEN

2.3 La idiosincrasia chilena

IDIOSINCRASIA²¹

(Del gr. ἰδιοςΥΓΚΡΑΣία, temperamento particular).

1. f. Rasgos, temperamento, carácter, etc., distintivos y propios de un individuo o de una colectividad.

2.3.1 Identidad chilena

El hablar de una identidad, y más específicamente de la chilena, se torna complicado debido a que existen diferentes puntos de vistas acerca de lo que se considera propio de la sociedad chilena.

Aun por lo anterior, existen quienes han intentado definir las características y rasgos que se presentan en Chile, es así como el sociólogo Jorge Larraín, realiza un análisis muy interesante acerca de la identidad chilena, definiéndola y, lo que sirve para este estudio, analizando a la identidad actual del país²².

En el libro de Larraín se determinan ocho grupos de rasgos, presentes en la identidad chilena actual²³:

a. El clientelismo, tradicionalismo y la sociedad civil débil

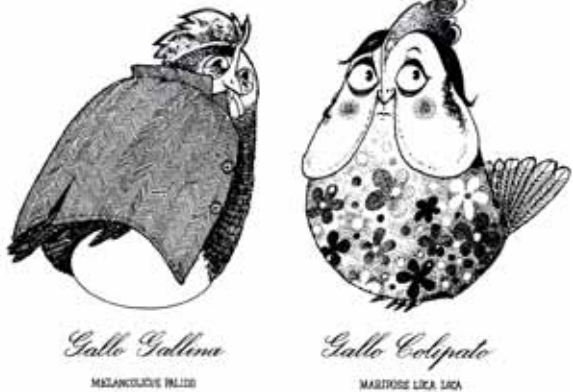
CLIENTELISMO²⁴

1. m. Sistema de protección y amparo con que los poderosos patrocinan a quienes se acogen a ellos a cambio de su sumisión y de sus servicios.

Lo que dice Larraín, es que en Chile se manejan redes clientelísticas para la admisión de nuevos miembros del Estado, universidades, y medios de comunicación. En donde los que tienen el poder, escogen a quienes ellos desean para algún cargo, provocando a la vez, que quede todo “entre amigos” y que casi no se utilicen procesos de concursos públicos para poder optar a dichos cargos.

Sobre el tradicionalismo, destaca como algunos grupos dirigentes defienden ciertas ideas, pero no de una forma consecuente, ya que al momento de aceptar ideas que están ligadas a la inicial, se oponen contradiciéndose descaradamente. Cabe destacar, que aquí cumple un rol importante el poder de la iglesia católica más tradicional, ya que influencia a las personas en las decisiones de carácter político-sociales. Además, sucede que las elites que manejan los canales culturales, discriminan a los que no piensan igual que ellos, dejándolos sin oportunidad de expresarse y lo que es peor sólo muestran ciertos tipos de contenidos acordes a su ideología. Esto también se puede ver en lo referente al consumo, en donde los más acomodados, no aceptan el compartir su exclusividad con otros sectores de menor escala social.

Por último, se menciona la debilidad de la sociedad civil, la cual no se desarrolla y siempre está



LUKAS

21 Real Academia Española © Diccionario de la lengua española - Vigésima segunda edición.

22 “Identidad chilena” Jorge Larraín, Lom ediciones, 2001.

23 “Identidad chilena” Jorge Larraín, Lom ediciones, 2001. Capítulo 7, pág. 215.

24 Real Academia Española © Diccionario de la lengua española - Vigésima segunda edición.

dependiendo de lo que dice el Estado y la política.

b. Despolitización, democracia y derechos humanos

Es evidente que el país sufre una baja adhesión en temas políticos, y es conocido además, que los jóvenes no se interesan por este tema.

Sobre la democracia, desde la dictadura que se acrecentaron las ganas de libertad, de que todos pudieran tener las mismas oportunidades, y gracias a la mediatización de la cultura chilena, más específicamente a la televisión, es que se logró ayudar a la obtención de la democracia. Con esto, se unen los derechos humanos, con el tema de los detenidos desaparecidos, que será un tema clave en la identidad chilena.

c. Autoritarismo, machismo, legalismo y racismo oculto

En el país se demuestra una gran consideración hacia el rol de la autoridad y al respeto por la autoridad en todos los ámbitos. Además, aun existe el machismo, característica que viene desde la llegada de los españoles que dejaron a sus mujeres y consideraron a las indígenas como un derecho de conquista. Producto de esto, nacieron muchos niños que vieron a sus padres como hombres ausentes, con gran poder y valentía, pero que siempre ocuparon la violencia, lo que es similar a lo que dedujo Freud en su mecanismo de defensa, en donde los niños considerados como “huachos” se identificaron con sus agresores. Aun esto permanece en Chile, ya son conocidos los casos de femicidios, y en que una de cada cuatro familias tiene a una mujer maltratada, sin importar el grupo social.

Se podría decir que los chilenos frente al legalismo, se comportan de forma muy convenenciera; se aceptan las leyes y normas, pero en muchos de los casos no se ejecutan, siendo un rasgo característico y evidenciado por quienes ven desde afuera la sociedad, que creen que los chilenos no son capaces de decir las cosas de frente o que no dicen lo que piensan.

También existe el racismo, aunque encubierto, en donde se prefieren las pieles blancas, y se rechazan a los de pieles mas oscuras, como son los indios o negros.

Se llega a creer que, mientras más oscura es el color de la piel, se es de una más baja situación económica, siendo un aspecto preocupante, debido a que en el propio territorio existen comunidades con características diferentes, como son los aimaras, los mapuches y los rapa nui, y que consciente o inconscientemente han sido excluidos.

d. Fatalismo, exclusión y solidaridad

Estos aspectos se ven sobre todo en los sectores populares. Es así, como también se mesclan, cuando las personas llegan a sentirse excluidas o marginadas, ven como todo lo que les rodea se convierte en hostilidad y negatividad, lo que lleva a ver la vida con fatalismo y desesperanza. Pero de todas formas pueden mantener un grado de solidaridad, con el fin de ayudarse mutuamente.

e. Religiosidad

Existen dos fuentes religiosas en Chile, la vertiente cristiana y la indígena. Para el país, el catolicismo comenzó como una imposición, lo cual le da un carácter amenazador a Dios, aunque se supo

instaurar en su tiempo, ahora con la modernidad a ocurrido un retroceso en cuanto a sus seguidores.

Lo que sí se sigue manteniendo, son las tradiciones que se mezclan con las tradiciones de culturas indígenas, por ejemplo el culto a los muertos que practicaban los indios; ahora son las llamadas “animitas” o el culto a la virgen y a los santos, que se asocian con fiestas exuberantes y mandas que se asemejan a prácticas indígenas.

f. Mediatización de la cultura y eclecticismo

En cuanto a la mediatización de la cultura, uno de los medios que más han ayudado ha sido la televisión, con su poder en imágenes y facilidad de acceso, es la primera fuente de información y entretenimiento del Chile actual, marcando pautas para la identidad nacional.

En cuanto al eclecticismo:

ECLECTICISMO²⁵

(De ecléctico).

1. m. Modo de juzgar u obrar que adopta una postura intermedia, en vez de seguir soluciones extremas o bien definidas.

2. m. Escuela filosófica que procura conciliar las doctrinas que parecen mejores o más verosímiles, aunque procedan de diversos sistemas.

Chile sabe absorber e imitar fuentes culturales extranjeras, en el arte, las ciencias sociales y la filosofía. Como la definición lo dice, se tiende a adoptar una postura neutral, y a tomar las ideas que

25 Real Academia Española © Diccionario de la lengua española - Vigésima segunda edición.

son mejores sin importar de donde vienen, pero esto resta de originalidad y refuerza un carácter conformista y pasivo.

g. Consumismo, ostentación y fascinación con lo extranjero

En la actualidad, existe una cultura de consumo, siendo la adquisición de bienes una preocupación y prioridad de vida para muchos. Además, se suma el cómo la apariencia personal se ha convertido a ser un eje central, que puede llegar a transformarse en un medio para ostentar, tan propio de los sectores más acomodados, aunque también se puede ver en otros sectores.

Con lo anterior, se suma el gran valor que se le otorga a todo lo proveniente del extranjero, que en un comienzo pudo ser para demostrar que a pesar de ser un país aislado y distante, es un país civilizado y sofisticado.

h. El malestar de la cultura

Es un malestar que surge como respuesta al crecimiento económico, que si bien convierte al país en una nación ganadora, trae consigo una serie de problemas a sus habitantes, como el estrés, el endeudamiento, la congestión y contaminación en las ciudades, y mayores índices de delincuencia. Todo esto provoca que los chilenos se sientan menos felices, además de sumarle el carácter competitivo e individualista, junto con el egoísmo y la violencia que cada vez están más presentes.

Por último, es interesante destacar el capítulo final de Jorge Larraín²⁶, en donde propone tres referentes

26 “Identidad chilena” Jorge Larraín, Lom ediciones, 2001. Capítulo 8, pág. 257.

socioculturales y materiales de la identidad chilena actual:

1. Aspectos formales definitorios de la chilenidad

En este punto se hace referencia a como Chile es el país latinoamericano con mejor expectativas en cuanto al desarrollo, considerándose éste, no solo como riqueza, sino también como se vence a la pobreza.

Existe una proyección en los objetos materiales, por parte de las personas. Pero además se puede hacer la misma relación con el país, asociándose los objetos con la geografía, paisajes, olores que hacen identificar una nación y en donde las personas también forman parte.

Otra manera de definir el territorio específicamente de Santiago, es evidenciando que hay dos clases, un barrio alto, el de los ricos; y un barrio bajo, el de los pobres.

Sobre los elementos materiales, esta el físico del país, aquí se ve su forma, sus variedades geográficas, en donde todos sus aspectos dan cuenta de la esencia de Chile.

Se debe tomar en cuenta a su vez, que en Santiago se presentan altos grados de estrés y problemas mentales, todo por el ritmo de vida de la ciudad.

Es reconocido que en Chile se toman en cuenta aspectos del extranjero y así ha sido con el tiempo, por ejemplo de España que en algún momento se le consideró como la madre patria, hoy en día se le rechaza. De Inglaterra se tomó la imagen que proyectaba en las elites del siglo XIX, aunque en la

actualidad aun se puede ver. De Francia se tomó la cultura y las letras. De Alemania, se influyó el ejército, y profesores alemanes formaron a intelectuales chilenos del siglo XX. Estados Unidos, el más vigente, se copia la cultura, su economía y sociedad, el estilo de vida americano y su modelo económico.

Así como se asumen rasgos de otros países, también se rechazan otros, así se puede ver como se niega al pueblo mapuche y existen una constante y actual pugna entre el país y su comunidad. Y como se mencionó antes, España, que si bien en un inicio se le considera un referente a seguir, actualmente no se comparte ninguna idea con este país, sumándose este sentimiento hacia Perú y Bolivia, pero con estos últimos se cree ser superiores. Otro país es Argentina, que se les cree arrogantes y ampulosos. O dentro del mismo territorio, se ve como la clase media se le considera "cuica".

2. Los ritos de la identidad chilena

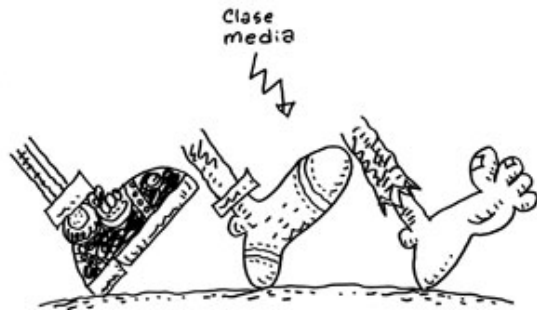
Este punto da cuenta como existen ritos que identifican a la sociedad, y que no son necesariamente símbolos, como lo son la bandera o la canción nacional; sino que son por ejemplo, conmemoraciones de combates, o las celebraciones del 18, con las ramadas que también dan cuenta como es una celebración más popular, debido a que las clases altas ven oportunidades de salir de Santiago, como vacaciones.

Otras celebraciones que identifican a los chilenos, son la de los partidos de fútbol de la selección chilena, en donde se ven sentimientos de patriotismo, y se unen gritos especiales, movimientos.

De todas maneras con estas celebraciones se evidencia un carácter machista, porque por ejemplo en el 18 predominan actividades solo para hombres, o en el fútbol que también predominan los hombres, aunque también, en la actualidad cada vez están incorporándose más las mujeres en diferentes actividades.

3. La globalización

Con la modernidad y la globalización se puede pensar que lo tradicional y rural tiende a desaparecer. Como el espacio para la música chilena, que cada vez es menos, llegando a tener que hacer una ley que promueva un porcentaje mínimo que las radioemisoras deberán reproducir con solo música chilena. O los símbolos patrios que pierden valoración, o hábitos alimentarios que se guían por comidas de otros países, tal como el abuso de nombres de locales, actividades, utilizando lengua inglesa. Los juegos tradicionales se dejan atrás, pasando adelante los juegos electrónicos y el computador.



DOUGLAS WRIGHT

Quizá lo que se debe entender por identidad es esta capacidad que se tiene para modificar a la conveniencia propia los diferentes aspectos, provenientes de diferentes partes del extranjero, siendo esta la principal cualidad identitaria, que siempre va transformándose mientras pasa el tiempo.

Por esto, quizá haya que tener consideración, que si bien hay cosas que llevan años arraigadas en el país como propias, en algún momento no lo fueron, es como lo explica Larráin:

“[...] la lengua española y la religión católica. Sin duda que llegaron a ser propias de la mayoría de los chilenos, pero en sus orígenes

fueron ajenas, en cuanto vinieron desde Europa. El vino, las empanadas, la guitarra, los caballos, los volantines y el fútbol, han llegado a representar aspectos importantes de la chilenidad en determinados momentos, pero todos ellos tienen orígenes europeos. Si quisiéramos imponer una medida estricta de lo propio y lo ajeno, deberíamos estar jugando chueca y no fútbol, así como hablando una lengua distinta y creyendo en otra religión”²⁷.

2.3.2 Grupos sociales en Chile

Para poder analizar una sociedad, un país, se requiere la confección de una asertiva segmentación de mercado, así es posible conocer las diferentes realidades que se presentan dentro de un mercado.

Numerosos son los tipos de segmentación, pero no todos son eficaces de la misma manera, quizá por esto siempre se están estudiando nuevos métodos.

En Chile, se considera el método desarrollado por la Asociación de Investigadores de Mercado (AIM) por mediados de los años 80, en donde se dividen los grupos sociales en los conocidos: ABC1-C2-C3-D-E.

Si bien, este sistema es de los más efectivos, un grupo de expertos a desarrollado una nueva visión de todo lo referente a la clasificación en Chile, en su libro “el arte de clasificar a los chilenos”²⁸.

²⁷ “Identidad chilena” Jorge Larráin, Lom ediciones, 2001. Capítulo 8, Pág. 273.

²⁸ “El arte de clasificar a los chilenos, enfoques sobre los modelos de estratificación en Chile” Alfredo Joignant, Pedro Güell (coordinadores), Ediciones Universidad Diego Portales, 2009.

Específicamente en su primer capítulo²⁹ enuncian una nueva propuesta para el clásico método, pero con arreglos que ameritan los cambios producidos en el país:

NUEVA PROPUESTA

ESTRATO 1 (ABC1=15%)

Anteriormente este estrato correspondía al 10%, pero debido a la mejora económica por movilidad social, a la bonanza económica y al aumento de profesionales derivó al 15% en la actualidad.

En cuanto a la ocupación, al sector pertenecen los capitalistas, ejecutivos, profesionales, técnicos, y pequeña burguesía.

a. Elite (5%)

Son de colegios tradicionales, poseen grandes redes sociales y son dueños de algún medio de producción o bienes inmuebles distintos al hogar en que viven, podrían sobrevivir sin tener que trabajar.

b. Grupos altos no miembros de la elite (10%)

Profesionales independientes, o ejecutivos de grandes y medianas empresas, hasta algunos comerciantes. Deben producir sus ingresos, solo con eso mantienen su lugar.

ESTRATO 2 (C2=15%)

Son los grupos medios-medios, en donde dependen de su trabajo, pero por tener capital humano están asegurados en ocupaciones que les otorga

buenas remuneraciones, capaces de separarlos definitivamente de la pobreza, además de permitirles endeudarse en bienes durables como la vivienda y el automóvil.

ESTRATO 3 (C3=30%)

Grupos medios bajos, se amplió debido a la bonanza económica. Se caracterizan por no tener gran capital humano y el ingreso se debe a su trabajo, que por ser estable les permite ir acumulando bienes, son capaces de costear problemas de salud y cesantía, sin llegar a ser vulnerables, por sus ahorros y bienes acumulados.

ESTRATO 4 (D=25%)

Son los denominados “vulnerables a la pobreza” debido a que han salido o entrado al sector de la pobreza, o también por problemas de salud o cesantía han caído en esta situación.

Este grupo ha disminuido con los años debido a la reducción de la pobreza, están entre los niveles medios y la pobreza, teniendo aun capacidad de compra aunque depende de las familias, ya que la principal carencia es la inestabilidad laboral que presentan.

a. Vulnerabilidad eventual (15%)

Sus ocupaciones laborales presentan inestabilidad por los ciclos económicos, sin estos problemas pueden tener un trabajo estable y con remuneraciones continuas (como es el caso de los obreros).

b. Vulnerabilidad crónica

No tienen habilidades laborales requeridas por el mercado, lo que les produce dificultad para mantener un trabajo. Recaen constantemente en la pobreza, ya



QUINO

²⁹ “El arte de clasificar a los chilenos” capítulo 1, transformaciones económicas y socioculturales: ¿Cómo segmentar a los chilenos hoy? Alejandra Rasse, Rodrigo Salcedo y Juan Pardo, página 17.

ETAPAS DEL CICLO DE VIDA FAMILIAR	
ETAPA DE SOLTERÍA	GENERALMENTE COINCIDE CON LA ENTRADA EN EL MERCADO LABORAL
PAREJAS RECIEN CASADAS, SIN HIJOS	
NIDO LLENO I	MATRIMONIO CON HIJOS MENORES DE SEIS AÑOS
NIDO LLENO II	MATRIMONIO CON EL HIJO MÁS JOVEN MAYOR DE SEIS AÑOS
NIDO LLENO III	MATRIMONIOS MAYORES CON HIJOS DEPENDIENTES/ADOLESCENTES O JÓVENES
NIDO VACÍO I	MATRIMONIOS CON HIJOS INDEPENDIENTES QUE ACCEDEN AL MERCADO LABORAL
NIDO VACÍO II	MATRIMONIOS CON EL JEFE DE FAMILIA JUBILADO SIN HIJOS EN LA CASA
SUPERVIVIENTE SOLITARIO QUE AÚN CONSERVA SU EMPLEO	
SUPERVIVIENTE SOLITARIO JUBILADO	

TABLA 7: ETAPAS DEL CICLO DE VIDA FAMILIAR

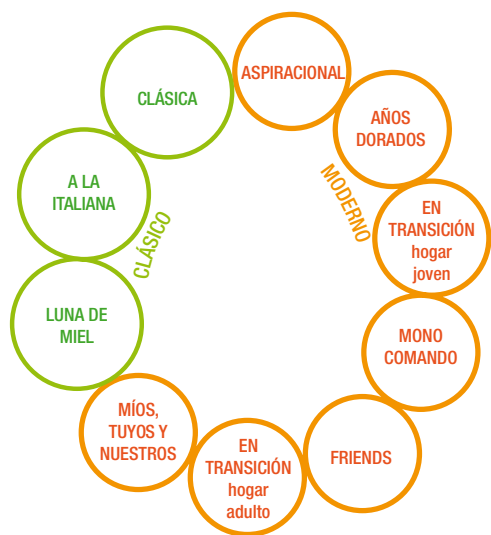


FIGURA 3: 10 TIPOS DE FAMILIA

sea por problemas de la economía o por salud.

ESTRATO 5 (E=15%)

Pertenecen a este grupo los hogares en situación de pobreza. Hay precariedad en sus vínculos laborales; con ingresos bajos, con mucho integrantes en la familia en donde la mayoría son niños con pocos adultos, además de contar con muchas jefas de hogar, y por problemas de salud no pueden ahorrar ni acumular bienes.

a. Pobres no indigentes (10%)

Poseen ingresos para costear al menos una canasta básica para cada integrante (lo básico son dos canastas por persona), aunque hay que considerar que una parte de los ingresos es a través de transferencias del estado.

No tienen capacidad de compra ni mucho menos a vivienda, algunos la pueden adquirir por asignaciones de vivienda social básica.

b. Indigentes (5%)

Sus ingresos no alcanzan para una canasta básica, si tienen ingresos serán por transferencias del Estado, sin bienes durables ni vivienda propia, pueden ser allegados o vivir en asentamiento precario.

2.3.3 El ciclo de vida familiar

Otro tipo de segmentación es el del ciclo de vida familiar en donde las necesidades de las familias y su forma de consumo dependen de su estructura y de la fase en que se encuentren. Es así como se encuentra en el libro Fundamentos De Marketing³⁰ las diversas

etapas en que se puede encontrar una familia y sus respectivas características. (TABLA 7)

Ahora también, según el estudio reciente de la OMD research del 2008³¹ en que establecen diez tipos de familias: (FIG. 3)

- Clásica: familia "típica", nuclear, con los dos padres, con hijos y con una dueña de casa que no trabaja.
- A la italiana: familia extendida, con varias generaciones, a un núcleo conyugal se le suman otros parientes.
- Luna de miel: similar a la clásica, la pareja conyugal sin hijos.
- Aspiracional: es más similar a la clásica, pero la dueña de casa trabaja.
- Años dorados: núcleo familiar conformado por la pareja conyugal de adultos mayores sin hijos.
- En transición: hogares unipersonales, jóvenes o adultos ubicados en distintas posiciones del ciclo de vida familiar.
- Monocomando: familia nuclear monoparental, con hijos y sin presencia de otros familiares.
- Friends: hogares sin núcleo conyugal, son varios amigos viviendo juntos.
- Míos, tuyos y nuestros: familia compuesta, puede tener una unidad conyugal o sólo uno de los padres, pudiendo tener otros familiares y otros miembros no parientes.

31 Estudio sacado del libro "El arte de clasificar a los chilenos" capítulo 2, Consumo y segmentación; algunas consideraciones conceptuales y empíricas, Carlos Catalán, pág. 49-51.

2. MARCO DE REFERENCIA

Segunda parte
COMUNICACIÓN VISUAL



2.4 La percepción; visualizaciones de las formas

2.4.1 La percepción

La percepción, en un proceso cognitivo, con el cual los seres humanos configuran la información sensible captada en objetos significativos. Esto es posible, en el momento en que se toma la atención a ciertos estímulos que por algún motivo se seleccionan dentro de todos los estímulos, que una persona puede estar expuesta en su vida, así que cuando se produce esta selección comienza a trabajar las sensaciones, proceso por el que los receptores sensoriales captan el estímulo y lo decodifican, traduciéndolo, para luego poder transmitir la información al cerebro.

Se puede decir que³²:

a. La sensación no se da aislada.

Lo que se percibe en un todo, no elementos separados, estos se discriminan después.

b. Las distintas modalidades sensoriales se interrelacionan.

Cuando se está en un entorno se percibe por medio de la vista, el oído, el olfato, entre otros.

c. Es todo el ser psíquico el que percibe.

La percepción de algo, implica volcar toda la atención a ese algo.

La actividad perceptual es³³: (FIG. 4)

32 Puntos sacados del libro "Léxico de diseño" Blanca Hilda Quiroga, Editorial EDIUNC, pág. 49-50.

33 Puntos sacados del libro "Léxico de diseño" Blanca Hilda Quiroga, Editorial EDIUNC, pág. 51-53.

a. Estructural

Son estímulos unificados.

b. Flexible

Los mismos elementos sensoriales pueden dar lugar a distintas organizaciones transitorias.

c. Selectiva

Se percibe con limitaciones, o también se puede decir que las experiencias de una persona determinan como percibirá ciertas cosas.

d. Transportable

El todo posee independencia de las partes constituyentes; los elementos pueden cambiar y la forma se mantendrá.

2.4.2 La psicología de la Gestalt

La Gestalt nace a finales del siglo XIX para combatir al asociacionismo³⁴. Y es que dice que el ser humano no percibe las cosas aisladas, sino que la mente es capaz de percibir un todo, una estructura principal en un comienzo, para esto desarrollan series de experimentos para comprobar sus postulados.

Así, se obtienen los Principios gestálticos de organización (bidimensional)³⁵, que son una serie de leyes que se presentan a continuación: (FIG. 5)

34 Asociacionismo: Explica como el ser humano es un receptor pasivo de estímulos del medio, y que primero que todo, capta sensaciones aisladas, sólo después de esto el cerebro es capaz de asociar un todo y traduce la percepción global de lo que se ha observado.

35 Puntos sacados del libro "Léxico de diseño" Blanca Hilda Quiroga, Editorial EDIUNC, pág. 60-66.

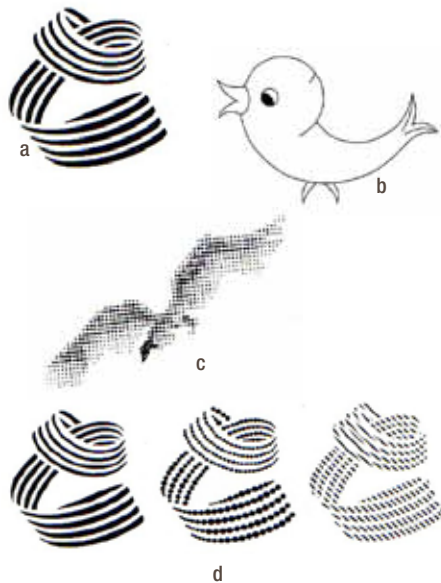


FIGURA 4: ACTIVIDAD PERCEPTUAL

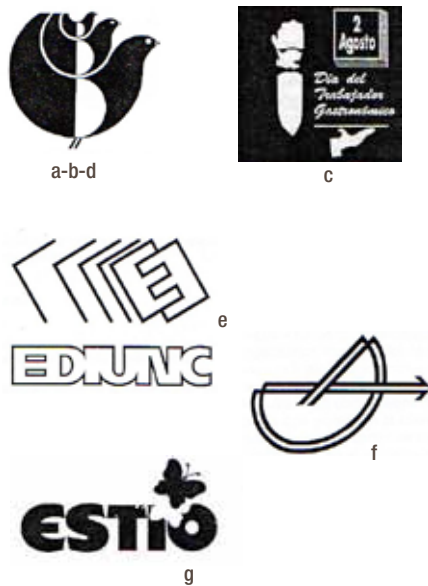


FIGURA 5: PRINCIPIOS GESTÁLTICOS DE ORGANIZACIÓN (BIDIMENSIONAL)

a. Ley de la proximidad

Los elementos se agrupan en función de la menor distancia.

b. Ley de la igualdad o semejanza

Se agrupan elementos iguales o similares, puede que exija cierta proximidad.

c. Ley del cierre

Se apoya en el ser psíquico al completamiento de la figura incompleta. Se pueden señalar ciertos rasgos de una figura, o emplear contornos subjetivos, y a su vez ayudarse con fondos que contrasten a la figura.

d. Ley de totalidad

Una forma inconclusa puede ser vista como un elemento completo.

e. Ley de la buena continuación

Permite que las partes de las figuras en superposición, se perfilen como tales, sin confundirse. Y también, a los elementos continuos que se perciban como figura.

f. Ley del movimiento común

Unificación de los elementos que se “mueven” en una misma dirección; implica proximidad y semejanza.

g. Ley de la experiencia

Se utiliza cuando el estímulo es deficiente para la estructuración de la forma.

2.4.3 Percepción social

La percepción es social, y cada medio social percibe de distinta manera. Es que si todo el comportamiento

es social podría decirse que³⁶:

a. La percepción es social, por ende esta institucionalizada.

Existen pautas culturales diferentes, que dan a los individuos de distintas culturas enfoques diferentes de la realidad.

b. El hombre vive en un mundo de hechos y cosas significativas.

Todas las cosas que rodean al individuo nunca están separadas de los significados aprendidos, ni de las creencias. La percepción es significativa y nos entrega un tipo de información cultural.

c. El ser humano no percibe pasivamente.

Éste ejerce una actividad que constituye un verdadero avance sobre la realidad.

d. La percepción es selectiva.

Dependiendo de las necesidades, tensiones, aspiraciones del sujeto, es una selectividad motivada, en que no habría selección sin motivación.

³⁶ Puntos sacados del libro “Léxico de diseño”, Blanca Hilda Quiroga, Editorial EDIUNC, pág. 79-80.

2.5 Sobre la forma, el color y la luz

y espesor se transforma en una forma, por lo que una forma puede tener diferentes figuras. (FIG. 6)



FIGURA 6: una forma con distintas figuras.

2.5.1 Principios de la forma³⁷

La forma puede definirse como:

“Es todo lo que se puede ver -todo lo que tiene contorno, tamaño, color y textura [...] Las formas son contornos compactos y positivos que ocupan un espacio y se diferencian del fondo”³⁸.

Todo lo que se ve presenta diversos aspectos; además la forma sigue una función, y si ésta se caracteriza por su simplicidad tendrá que cumplir con más funciones de las que se pretendía cumplir, ya que permite más eficiencia en las relaciones de las formas.

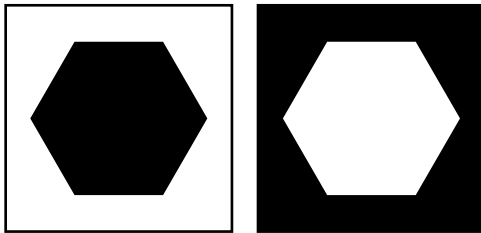


FIGURA 7: espacio positivo y espacio negativo.

Cuando un espacio es ocupado, se está frente a un espacio positivo, que corresponde a la forma propiamente tal; y el espacio que no se ocupa pasa a ser el espacio negativo. (FIG. 7)

Cuando una figura se hace superponer con otra, o se crean pliegues en ella, se pueden crear efectos de profundidad que varían según el grado en que se utilicen. (FIG. 8)

Además, una forma se crea con técnicas que le puede otorgar diferentes efectos visuales. (TABLA 8)



FIGURA 8: formas en diferentes grados de profundidad.

Forma, figura y espacio

Existen formas tri-dimensionales en las cuales el sujeto puede interactuar, puede acercarse, alejarse, rodear, tocar, coger el entorno. A su vez existen formas bi-dimensionales que constan de puntos, líneas y planos sobre superficies planas.

Lo anterior se menciona, ya que todas las experiencias que se tienen por medio de la visión tridimensional, influyen en la visión bidimensional de las cosas. Así pues, una figura es una extensión delimitada con una línea y si a ésta se le da volumen

TÉCNICA EMPLEADA	EFECTO VISUAL PRODUCIDO	EJEMPLO
LÍNEAS	Fácil visualización. Impacto visual, dependiendo del grosor. Formas ligeras.	
SUPERFICIES LISAS	Carece de detalles. Formas pesadas.	
LÍNEAS+ SUPERFICIES PLANAS	Coexistencia de áreas ligeras y pesadas en una figura. Inclusión de detalles. Da volumen (luz/sombra).	
PUNTOS	Delimitan un contorno. Producen textura.	
TEXTURA	Añade variaciones visuales Añade características superficiales. Dar volumen (claros/oscuros)	

TABLA 8: técnicas en la creación de formas y su efecto visual.

³⁷ Basado en el libro “Fundamentos del diseño” Wucius Wong, Editorial Gustavo Gili.

³⁸ “Fundamentos del diseño” Wucius Wong, Editorial Gustavo Gili, pág. 138.

2.5.1.1 Clasificación de la forma (y figuras)

La forma se clasifica según su contenido en figurativa, y ésta puede ser natural, artificial o verbal; y en no figurativa o abstracta. A su vez, una misma forma puede expresarse con figuras diferentes: caligráficas, orgánicas y geométricas. (TABLAS 9-10)

FORMA FIGURATIVA	FORMA FIGURATIVA NATURAL	FORMA FIGURATIVA ARTIFICIAL	FORMA FIGURATIVA VERBAL	FORMA NO FIGURATIVA O ABSTRACTA
Realismo fotográfico u no tan detallado. Con volumen y espacio suficiente para denotar realismo de la forma.	Organismos de la naturaleza (vivos o inanimados)	Objetos y entornos del ser humano.	Caracteres, letras, palabras y cifras.	Forma sin identificación.
				

TABLA 9: clasificación de la forma.

FIGURAS CALIGRÁFICAS	FIGURAS ORGÁNICAS	FIGURAS GEOMÉTRICAS
Gesto de movimiento manual, con pluma, lápiz o pincel.	Cóncava o convexa, de curvas suaves.	Construida mecánicamente, construidas con precisión y definición.
		

TABLA 10: clasificación de la figura.

fuente luminosa o cuando la superficie que refleja la luz está manchada o revestida de un pigmento diferente.

2.5.2.1 Blanco y negro

El negro es el más oscuro de los colores concebibles, se aplica con suma eficacia a una superficie, porque borra aquello que la cubría originalmente. En contraste, está el blanco, que es el más claro de los colores concebibles, también es opaco, pero debe aplicarse en espesor, si se desea cubrir una superficie. Es ideal para recibir colores, porque puede mostrar las manchas más tenues y no distorsiona los colores, aunque los oscurece ligeramente.

Algunas características de ambos colores son:

-Ni el blanco ni el negro pueden producirse mediante una mezcla de otros pigmentos.

-Juntos, crean el contraste de tonos más acentuado, con un máximo de legibilidad y economía de medios. Son ideales para esbozar, dibujar, escribir e imprimir.

-En la mayor parte de los casos, el negro constituye la marca y el blanco la superficie (negro como espacio positivo/blanco como espacio negativo).

-Se está acostumbrado a las imágenes negras sobre fondos blancos, la inversión sugiere irrealidad, y crea a veces un diseño denso o pesado.

Tramas en blanco y negro:

Una textura uniforme puede realizarse con negro sobre blanco o blanco sobre negro, obteniéndose una trama que será oscura o clara, según la

2.5.2 Principios del color³⁹

La percepción del color esta asociada con la luz y con el modo en que ésta se refleja. Nuestra percepción del color cambia cuando se modifica una

³⁹ Capítulo basado del libro "Principios del diseño en color" Wucius Wong, Editorial Gustavo Gili.

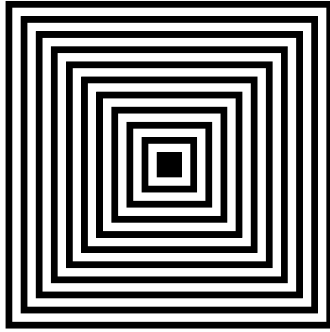


FIGURA 9: transiciones tonales con blanco y negro.

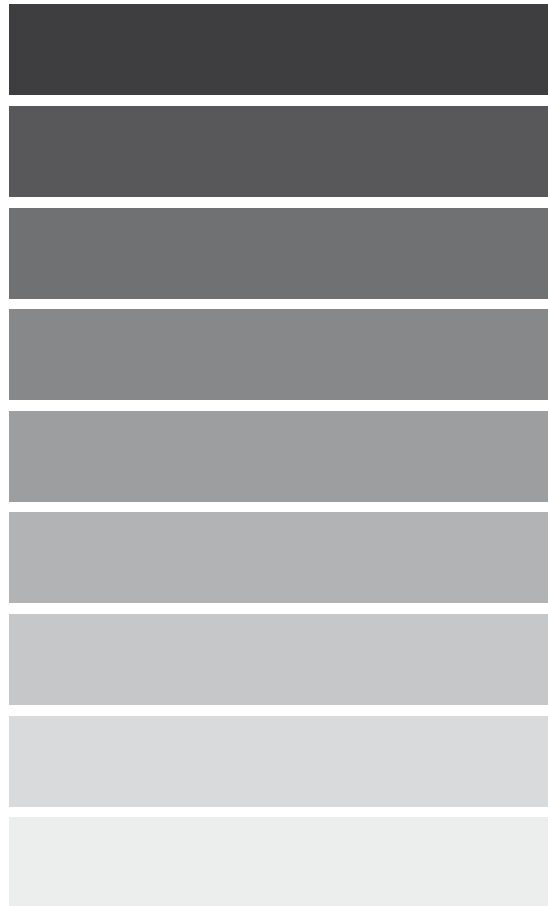


FIGURA 10: gradaciones de grises.

proporción de las áreas negras respecto a las blancas en la combinación.

También se puede hacer mediante finos trazos en negro y blanco consistente en ordenaciones regulares de planos, líneas o puntos, se puede lograr percibir el gris.

Transiciones tonales con negro y blanco: (FIG. 9)

Una retícula en negro y blanco, consistente en líneas o puntos, pueden mostrar un cambio gradual en la densidad, aclarando u oscureciendo sutilmente la retícula de una parte a otra.

Pueden lograrse ilusiones de volumen y profundidad con las tramas, pero es mucho mejor haciendo variar las densidades y creando áreas complicadas de transiciones tonales.

2.5.2.2 Colores neutros o acromáticos

Corresponden a los grises, negros y blancos. Los grises son mezcla de negro y blanco y pueden crearse numerosas gradaciones; pero es más sencillo crear sólo nueve tipos y ordenarlos en tres grupos: (FIG. 10)

A) GRIS OSCURO:

- 1.- EXTREMADAMENTE OSCURO (90% DE NEGRO)
- 2.- MUY OSCURO (80% N)
- 3.- OSCURO (70% N)

B) GRIS INTERMEDIO:

- 4.- INTERMEDIO OSCURO (60% N)
- 5.- INTERMEDIO (50% N)
- 6.- INTERMEDIO CLARO (40% N)

C) GRIS CLARO:

- 7.- CLARO (30% N)
- 8.- MUY CLARO (20% N)
- 9.- EXTREMADAMENTE CLARO (10% N)

Un plano que ocupe estas gradaciones se denomina: ESCALA DE GRIS. En ella no figuran el negro y el blanco, porque la escala proporciona comparaciones en claro y en oscuro para diversos colores, y no hay ningún color tan oscuro como el negro; ni tan claro como el blanco.

Las claves específicas de los colores neutros; son más eficaces para sugerir la profundidad y el volumen que el blanco/negro. Se pueden realizar los siguientes efectos:

Clave alta: claridad general, el diseño con éstas gradaciones crea una sensación de brumosis y de suavidad general.

Clave intermedia: el diseño carece de chispa, con una pequeña cantidad de gris claro y oscuro puede añadir variedad.

Clave baja: puede incluir transiciones entre los grises, así como el negro.

2.5.2.3 Colores cromáticos

Todo color puede describirse de tres modos:

a. Tono:

Es el atributo que permite clasificar a los colores como "rojo, amarillo, azul...". Los diferentes sistemas de color utilizan códigos diferentes para describir los colores, recurriendo a letras, números o a una combinación de ambas cosas. Se confunde con "color" pero se diferencia porque las variaciones de un único tono producen colores diferentes.

El rojo, amarillo y azul son los tres colores primarios, y

el naranja (rojo+amarillo), el verde (azul+amarillo), el púrpura (azul+rojo) son los tonos secundarios. Estos son los seis tonos básicos.

Para mantener la intensidad en las gradaciones de tono se debe elegir un tono (de los seis) como punto de partida, y otro como punto terminal, en el círculo de color. Para mantener una intensidad fuerte, los dos tonos no deben mezclarse directamente: cada uno debe mezclarse con un tono adyacente que se acerque gradualmente al otro en el círculo de color.

Si ahora bien, se quiere cambiar la intensidad, se puede debilitar mezclando dos tonos secundarios o un tono primario o con el tono secundario opuesto a él en el círculo de color; los dos tonos se neutralizan recíprocamente y se convierten en un gris.

b. Valor:

Se refiere al grado de claridad o de oscuridad de un color. Los valores contrastados, en un diseño, establecen formas distintivas. Sin embargo, los cambios graduales en el valor se utilizan para expresar ilusiones de planos curvos y de bordes de formas que se disuelven en ritmos ondulantes.

Se puede manipular el valor, de manera que los cambios se logran mezclando con blanco u negro.

Las gradaciones de valor con intensidad máxima hacen que los colores parezcan disolverse cuando cambian gradualmente sobre una superficie. El color más intenso puede extenderse en grados de colores más claros o más oscuros; los grados claros pueden suceder a grados oscuros o los oscuros a los claros, para introducir contraste. A veces el color más intenso produce en un diseño, un impacto tan fuerte como

los grados más claros o más oscuros.

Las gradaciones de valor con intensidad mínima pueden utilizarse para conseguir efectos más sutiles. La expansión gradual de los valores crea un lustre perlino, y pequeñas áreas de luz tienden a brillar entre áreas oscuras más amplias.

c. Intensidad:

Indica la pureza de un color. Los colores de fuerte intensidad son los más brillantes y vivos que pueden obtenerse, los de intensidad débil son apagados; contienen una alta proporción de gris.

El valor es la clave para comprender a la intensidad, porque el equivalente de valor de un tono ha de quedar determinado antes de que la intensidad sea manipulada con eficacia. Además, la intensidad se puede manipular, de forma que el valor de un tono se mantenga relativamente constante. Se puede lograr cambiando la intensidad a un solo grado de valor. Por ejemplo, un tono que no se mezcla con gris tendrá una intensidad mayor y con más gradaciones; el tono con valor ajustado tendrá una intensidad más débil y con menos gradaciones.

2.5.2.4 El sólido de color (FIG. 11)

Los tres aspectos del color (valor, intensidad y tono) pueden describirse como las dimensiones del color y representarse por un sólido de color.

Se representa con una esfera; la cual tiene seis segmentos correspondientes a los seis tonos básicos: rojo, anaranjado, amarillo, verde, azul y púrpura. En la parte superior se encuentra el blanco y en el inferior el negro (como el polo norte y el polo sur). Entre

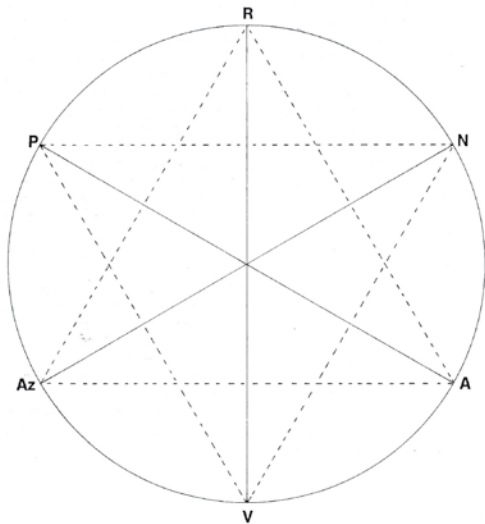


FIGURA 11: sólido de color.

ambos se trazan ocho líneas paralelas de latitud, creándose nueve zonas de valor.

2.5.2.5 Tonos complementarios

Corresponden a los tonos opuestos en el círculo de color, en donde el círculo de seis tiene tres pares: rojo-verde/amarillo-púrpura/azul-naranja. Cuando un tono y su complemento se mezclan, se neutralizan recíprocamente, obteniéndose un gris fangoso o un color pardusco.

La mezcla de los tres tonos primarios produce un color neutro (N):

$$\begin{aligned} n &= r + a \\ v &= a + aZ \\ P &= aZ + r \\ n &= r + a + aZ \\ r + v &= r + a + aZ = n \\ a + P &= a + aZ + r = n \\ aZ + na &= aZ + r + a = n \end{aligned}$$

También puede expandirse el círculo de color de seis en uno de doce, añadiéndose: rojo anaranjado y verde azulado/amarillo anaranjado y azul púrpuro/ amarillo verdoso y púrpura rojizo. (FIG. 12)

Siempre existirá contraste entre dos tonos cualquiera; pero los complementarios muestran el mayor contraste de tono posible, aumentando si son del mismo valor.

2.5.2.6 Armonía de color

Son combinaciones de color afortunadas, que halagan a la vista con colores análogos, o la excitan

con contrastes. La analogía y el contraste son las dos vías para el logro de la armonía de color.

La armonía de tono se puede lograr utilizando tonos análogos de una porción (por ejemplo de los 60° y 90°) y juxtaponerse al azar o usarse en gradación en un diseño. En la armonía de valor, éste se puede contrastar, obteniéndose acentos muy oscuros o muy claros. Y por último, en la armonía de intensidad, los colores de intensidad plena, en todo diseño ponen énfasis con el contraste de tono, y una intensidad débil neutraliza los tonos y disminuye el contraste de tono.

2.5.2.7 Contraste simultáneo

Este puede afectar el modo en que se perciben los colores. Consiste en los cambios aparentes de tono, valor y/o intensidad que son creados por colores adyacentes. El estímulo visual hace que el ojo genere una segunda imagen que se sitúa en el tono complementario de la imagen original. Ocurre cuando un color envuelve a otro; y el color envuelto es alterado por el color envolvente.

Un cambio de tono en el contraste simultáneo se da cuando un color circundado muestra un cambio de tono porque se funde ópticamente con la segunda imagen del color circundante, que tiene un tono diferente. (FIG. 13)

Un cambio de valor es cuando el color circundado es mucho más claro o mucho más oscuro; si el color circundante es claro, el color circundante parecerá más oscuro; y si el color circundante es oscuro, el color circundado parecerá más claro. (FIG. 14)

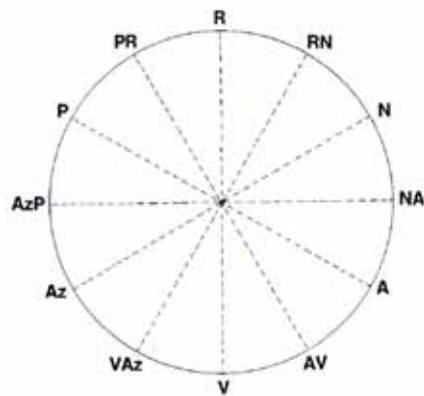


FIGURA 12: círculo de color de doce.



FIGURA 13: cambio de tono en contraste simultáneo.



FIGURA 14: cambio de valor en contraste simultáneo.

Finalmente un cambio de intensidad podrá detectarse cuando parezca aumentar el brillo del color o sea más apagado; si un color está circunscrito por otro que está situado en su tono complementario, la intensidad de ese color se ve fortalecida porque la segunda imagen del color circundante tiene el mismo tono que el color circundado, y si dos colores relacionados están a 90 o menos grados entre sí, en el círculo de color, el contraste simultáneo debilitará la intensidad. (FIG. 15)

2.5.2.8 El color en diseño

El color es un elemento presente y de gran importancia en el diseño, a su vez, posee cualidades que pueden ser aprovechadas a la hora de crear una gráfica:



FIGURA 15: cambio de intensidad en contraste simultáneo.

a. Diseños con gradaciones de valor

- Un leve tinte de color en diseños con intensidad mínima puede dar una sensación de calidez o de frialdad a una composición.

- Una intensidad máxima subraya el tono; lo hace más prominente.

- Las gradaciones de valor son eficaces para la creación de ilusiones espaciales. Los valores bajos sobre un fondo muy oscuro se difuminan en la distancia, los valores altos parecen moverse hacia adelante. Los valores oscuros, sobre un fondo muy claro, parecen moverse hacia adelante y los valores claros se difuminan en el fondo.

- Las gradaciones pueden hacerse en una secuencia de puntos, dispuestos en líneas y si se superponen incrementan la sensación de profundidad; si se

disponen en líneas adyacentes forman planos.

b. Diseños con gradaciones de intensidad

- Las diferencias de intensidad entre colores del mismo tono se expresan óptimamente con variaciones de valor mínimas.

- Los diseños no deben ser demasiado complicados, y las gradaciones de intensidad deben escalonarse de modo visible y de acuerdo con ritmos simples. Un fondo oscuro resulta eficaz porque los colores resaltan por contraste y parecen más luminosos.

- No pueden manipularse fácilmente para crear ilusiones de profundidad; la intensidad más fuerte avanza y la más débil retrocede en el espacio. Pero si el fondo es oscuro puede ocurrir lo contrario. Se puede crear un efecto tubular con la intensidad en el centro.

- Se pueden crear retículas en gradaciones de intensidad; produciendo una ilusión de profundidad escasa.

c. Diseños con gradaciones de tono

- Se introduce un solo tono con la intensidad en su expresión máxima o mínima. Una mayor variedad de tonos permite una expresión más plena del color.

d. Diseños con mezclas de tonos

- Dos tonos pueden mezclarse para constituir una serie de gradaciones de tono. Si su tendencia está correctamente establecida, las gradaciones de tono resultante mantienen una intensidad establecida, las gradaciones de tono resultante mantienen una intensidad considerable. Si no son análogos y/o su tendencia no es correcta,

el resultado mostrara una intensidad más débil en las mezclas. Cuando se mezclan tonos complementarios, la intensidad se debilita en un grado significativo.

- Pueden producir sensaciones cálidas o frías
- Una sensación cálida se crea con la presencia del tono asociado con el fuego; el naranja (una mezcla de rojo y amarillo)
- Una sensación fría se logra con la presencia del tono asociado con el agua o el cielo; el azul.
- Las sensaciones cálidas/frías afectan también la ilusión espacial en un diseño. Los tonos cálidos parecen avanzar, los fríos parecen alejarse.
- El tono tiende a resaltar si hay un fuerte contraste con el fondo y tiende a desvanecerse cuando se funde con el.
- Una secuencia de planos superpuestos expresa una ilusión de profundidad, que se acentúa con gradaciones de tono.

e. Diseños con tonos complementarios

- Se encuentran en lados opuestos del círculo de color, son los que producen el máximo contraste de tono, y los diseños que atraen las miradas son los que se crean usando tonos complementarios o casi complementarios.
- Con los tonos complementarios escindidos se obtienen reemplazando uno de los tonos complementarios por los tonos adyacentes a él en el círculo de color. También puede, si a los complementos del rojo y el verde se les incluye

amarillo verdoso y azul verdoso, o rojo purpúreo y rojo anaranjado.

f. Diseños con tonos inconexos

- Se pueden escoger sistemáticamente tonos con ciertas relaciones; tonos análogos o complementarios. Tres tonos separados por 120° en el círculo de color se denominan ternos y a menudo se combinan en un esquema de color. También se puede elegir colores al azar, pero manejando adecuadamente el valor y la intensidad.
- Pueden resultar esquemas de color inusuales que a veces, son producto de una elección intuitiva entre los colores disponibles.
- Puede lograrse la unidad mediante la utilización de colores, ya sea cálidos o fríos y creándose un contraste de tonos más fuerte en el centro de interés.

2.5.2.9 Desarrollo de un esquema de color

Primero se debe escoger un tono dominante y estudiar las variaciones de valor e intensidad, así como los tonos adicionales. Se puede elegir también un tono subordinado que proporcione contrastes necesarios y acentos ocasionales que pueden tener complementariedad y pueden convertirse en complementarios escindidos. Luego, se verán los ajustes y variaciones de valor e intensidad, además de ver si es clave alta/intermedia/baja, valor uniforme e intensidad máxima o mínima.

Con tonos análogos, por lo general expresarán una suave armonía y subrayan las similitudes, antes que las diferencias, entre los tonos. Con tonos inconexos se obtendrá un esquema multicolor si la mayor parte

COLORES MÁS APRECIADOS		COLORES MENOS APRECIADOS	
AZUL	45%	MARRÓN	20%
VERDE	15%	ROSA	17%
ROJO	12%	GRIS	14%
NEGRO	10%	VIOLETA	10%
AMARILLO	6%	NARANJA	8%
VIOLETA	3%	AMARILLO	7%
NARANJA	3%	NEGRO	7%
BLANCO	2%	VERDE	7%
ROSA	2%	ROJO	4%
MARRÓN	1%	ORO	3%
ORO	1%	PLATA	2%
		BLANCO	1%
		AZUL	1%

TABLA 11: colores más y menos apreciados

MUJERES	14-25	26-49	50+	HOMBRES	14-25	26-49	50+
MARRÓN	10%	22%	20%	MARRÓN	16%	26%	25%
ROSA	25%	16%	8%	ROSA	29%	17%	7%
GRIS	10%	12%	20%	GRIS	9%	11%	20%
AMARILLO	8%	8%	4%	NEGRO	2%	8%	10%
NEGRO	3%	5%	12%	ORO	5%	2%	1%

TABLA 12: colores menos apreciados en el transcurso de la vida

MUJERES	14-25	26-49	50+	HOMBRES	14-25	26-49	50+
NEGRO	15%	8%	6%	NEGRO	20%	9%	0%
AZUL	52%	41%	38%	VERDE	12%	16%	20%
ROJO	8%	12%	20%	ROJO	8%	12%	17%
AMARILLO	4%	7%	7%	AMARILLO	5%	6%	8%
ROSA	1%	2%	5%	VIOLETA	2%	3%	5%

TABLA 13: modificación de las preferencias con la edad

de los tonos tienen una fuerte intensidad.

En última instancia, cada tono recibirá un valor acentuado o disminuido, una intensidad fortalecida o debilitada, siendo lo más importante la obtención de un esquema de color eficaz e interesante.

2.5.2.10 Psicología del color⁴⁰

Los colores pueden ejercer en las personas diferentes estímulos, los cuales estudia la psicología del color, si bien todo es subjetivo, se intenta llegar a un consenso, es como que los colores cálidos se consideren como estimulantes, alegres y hasta excitantes y los fríos como tranquilos, sedantes y en algunos casos deprimentes.

Así, se han determinado como colores psicológicamente contrarios, presentan a su vez, un contraste simbólico. O en el simbolismo chino, está presente el simbolismo cromático, que le da ciertas características a ciertos colores. También, Goethe confecciona una serie de categorías sensibles morales y las relaciona con la sociedad⁴¹.

Existen colores que son más o menos apreciados que otros. (TABLA 11)

A su vez, a lo largo de toda la vida hay colores que han sido los menos apreciados. (TABLA 12)

O también, que dependen de las preferencias según las edades y sexo. (TABLA 13)

2.5.3 Principios de iluminación en espacios⁴²

Para este estudio, es relevante como la iluminación convive con espacios; como puede cohabitar con elementos de diseño, así que solo aspectos relacionados con estos temas serán tratados en este punto.

La luz es una manifestación de energía en forma de ondas y posee tres propiedades; la primera es que propaga en el vacío, la segunda es que se propaga en todas las direcciones del espacio, y la tercera es que se transmite a distancia. A su vez, la visión se logra cuando las ondas luminosas entran en contacto con la retina del ojo, así se puede percibir el color, la forma, la distancia y las imágenes en tres dimensiones. Estas ondas tienen amplitudes diferentes que según su intensidad dependerá lo que los ojos podrán percibir de los objetos iluminados.



<http://www.ledinglab.com/>

40 Las tablas de este capítulo fueron sacadas del libro Psicología del color, Eva Heller, Editorial Gustavo Gili.

41 Ver ANEXO 2, Pág. 153, Las tablas del libro "Psicología del color" Eva Heller, Editorial Gustavo Gili.

42 Basado en el libro Eficiencia Lumínica en Arquitectura.

2.5.3.1 Iluminancia

La iluminancia de una superficie es la relación entre el flujo luminoso que recibe y su extensión.

La unidad de iluminancia más empleada es el lux⁴³, el cual es la iluminación de una superficie de un m² que recibe un flujo de un lumen. (FIG.

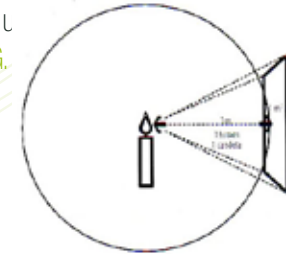


FIGURA 16: luminancia (lux).

Ahora, según el General Lighting Design⁴⁴, se determina la iluminancia en luxes, según el tipo de espacio arquitectónico.

		MÍNIMA	RECOMENDADA	ÓPTIMA
OFICINAS	Escaleras, ascensores y corredores	100	150	200
	Salones de conferencias	300	400	500
	Oficinas regulares: lectura y escritura	300	500	800
	Oficinas con computadores	500	750	1100
	Oficinas de diseño, dibujo y modelación	1000	1200	1600
ESCUELAS	Escaleras y corredores	100	150	200
	Auditorios	200	250	300
	Gimnasio	300	350	400
	Cafetería	300	400	500
	Biblioteca	300	500	800
	Salón de clases regulares	300	350	400
	Salón para dibujo y artes manuales	500	750	1100
	Salón especial para laboratorio y clases independientes	1000	1200	1600
FÁBRICAS	Baños y vestieros	200	250	300
	Bodegas inventario inactivo	80	90	100
	Bodegas inventario activo – cajas o piezas grandes	200	250	300
	Bodegas inventario activo – cajas o piezas pequeñas	500	750	1100
	Zonas de empaque	300	400	500
	Zonas de inspección – sencilla	300	400	500
	Zonas de inspección – compleja	1600	1900	2200
	Zonas de ensamble – sencillo	300	400	500
	Zonas de ensamble – complejo – electrónico	1600	1900	2200
	Trabajos de carpintería	500	750	1100
	Trabajos de impresión	1000	1200	1600
ALMACENES	Zonas de mercadeo	500	750	1100
	Exhibidores	1600	1900	2200
	Mercancías especiales o de colores poco reflectivos	1600	2000	3200
	Corredores de autoservicio	1600	2000	3200
BANCOS	Lobby de atención al público	300	400	500
	Zonas para escribir – clientes	1000	1200	1600
	Zonas de atención	1000	1200	1600
BIBLIOTECAS	Estanterías	200	250	300
	Zonas de lectura y chequeo	300	400	500
	Depósito de libros	500	750	1100
GALERÍAS DE ARTE	Áreas de circulación	200	250	300
	Pinturas	200	250	300
	Esculturas	500	750	1100
VIVIENDA	Dormitorios	100	150	200
	Baños	100	150	200
	Sala / comedor	300	400	500
	Cocina	100	150	200
	Estudio	300	500	800

TABLA 14: iluminancia en luxes, según el tipo de espacio arquitectónico.

2.5.3.2 Reflectancia

⁴³ Un lux es la iluminación producida por una candela o por una bujía decimal sobre una superficie de 1m² que se encuentra a 1 metro de distancia

$$1 \text{ lux} = 1 \text{ cd} = 1 \text{ lm} / \text{m}^2$$

m² m² (Por ejemplo un foco de 60 w equivale a 66 cd o lm, uno de 40 w, a 44 cd o lm, pues por cada watt hay una equivalencia de 1.1 bujías).

La ley de la iluminación, o ley inversa al cuadrado, es una consecuencia de la propagación en línea recta de la luz. Por ejemplo, al colocar un foco de 60 w a una distancia de un metro de la superficie de la mesa, se produce una cierta iluminación sobre ella; si después elevamos el foco a una distancia de 2 metro de la mesa, observaremos que la iluminación de la superficie de la mesa se ha reducido a la cuarta parte de la anterior; finalmente si triplicamos la distancia colocando el foco a 3 metros de la mesa, la iluminación que recibe equivale a la novena parte de la inicial, y por lo tanto podemos enunciar dicha ley de la siguiente manera: la iluminación que recibe una superficie es directamente proporcional al cuadrado de la distancia d que existe entre la fuente y la superficie; matemáticamente se expresa como:

$$E = I / d^2$$

E= iluminación en lx

I= intensidad de la fuente luminosa en cd

d= distancia entre la fuente luminosa y la superficie en m

⁴⁴ Large lamp department, General Electric Corp.

Es la capacidad que tiene una superficie de reflejar la luz y depende de su textura, color, acabado y brillo. Es un valor adimensional expresado en una fracción que puede ser interpretado como un porcentaje⁴⁵.

La cantidad y calidad de la luz que se requiere en un espacio deben estar de acuerdo al rendimiento o eficacia visual, al confort y placer visual, y a la economía⁴⁶.

Nuevamente, según el General Lighting Design, desarrolla un análisis con ciertos colores y materiales con su índice de reflectancia. (TABLA 17)

2.5.3.3 Aspecto cromático

Las fuentes artificiales de luz blanca se pueden dividir en tres grupos según su aspecto cromático o temperatura del color.

Se mide en grados °K, los cuales expresan la temperatura a la cual se debe calentar un cuerpo negro para que ponga del color que emite la luminaria:

45 Cuando la reflectancia es igual a 1 la superficie refleja el 100% de la luz incidente. Cuando la reflectancia es igual a 0.80, el caso de una pared blanca y brillante, la superficie refleja el 80% de la luz incidente.

46 El valor óptimo de la iluminancia vertical para las paredes es de 500 a 2000 luxes. Para conseguir estos valores hay dos maneras: con luminarias de 500 la reflectancia de la pared debe estar entre 0.5 y 0.8; para luminarias de 1000 luxes, la reflectancia debe estar entre 0.4 y 0.6; la otra forma es tomar el valor de la luminancia vertical generado por la luminaria dimensionarla para conseguir el valor deseado sin tener en cuenta la reflectancia de la pared.

- Frío (blanco azulado), mayores a 5000 °K, ondas cortas
- Intermedio (blanco), 3300 a 5000 °K
- Cálido (blanco rojizo), menores a 3300 °K, ondas largas

Para tener buenos resultados con la iluminación de un espacio hay que tener en cuenta la temperatura del color, entre mas iluminancia se requiera mayor debe ser la temperatura de la fuente y viceversa.

ILUMINANCIA (LUX)	ASPECTO CROMÁTICO DE LA LUZ		
	CÁLIDO <3300°K	INTERMEDIO 3300-5000°K	FRÍO >5000°K
500	Acogedor	frío	Neutro
500 – 1000			
1000 – 2000	Estimulante	Neutro	Acogedor
2000 – 3000			
3000	No natural	Acogedor	Estimulante

TABLA 18: variación de la impresión con el aspecto cromático y la luminancia

Es importante para un espacio y para el confort visual el saber que esquema de color utilizar. Por ejemplo, para áreas importantes es necesario trabajar con colores claros para lograr un buen rendimiento en el alumbrado utilizado.

Estas son algunas de las condicionantes para tener en cuenta en los esquemas de color para interiores:

-Los colores cálidos dan mejor resultado si se combina con una luz de color cálido, y los colores fríos se combinan mejor con una luz fría.

-Si no se tiene bien definido el tipo de efecto que se quiere dar con la iluminación lo mejor es usar lámparas con temperatura intermedia, ya que estas son más neutras.

COLOR	ÍNDICE DE REFLECTANCIA	MATERIAL	ÍNDICE DE REFLECTANCIA
BLANCO	0.70 – 0.75	PAÑETE CLARO	0.35 – 0.55
CREMA CLARO	0.70 – 0.80	PAÑETE OSCURO	0.20 – 0.30
AMARILLO CLARO	0.50 – 0.70	CONCRETO BLANCO	0.40 – 0.50
VERDE CLARO	0.45 – 0.70	CONCRETO OCRE	0.30 – 0.40
GRIS CLARO	0.45 – 0.70	CONCRETO GRIS	0.15 – 0.25
AZUL CLARO	0.50 – 0.70	LADRILLO ARENA	0.30 – 0.40
ROSADO CLARO	0.45 – 0.70	LADRILLO COMÚN	0.15 – 0.25
CAFÉ CLARO	0.30 – 0.50	MÁRMOL BLANCO	0.60 – 0.70
NEGRO	0.04 – 0.06	GRANITO	0.15 – 0.25
GRIS OSCURO	0.10 – 0.20	MADERA CLARA	0.30 – 0.50
OCRE	0.40 – 0.50	MADERA OSCURA	0.10 – 0.25
VERDE OSCURO	0.10 – 0.20	ALUMINIO MATE	0.55 – 0.60
AZUL OSCURO	0.10 – 0.20	ALUMINIO PULIDO	0.80 – 0.90
ROJO OSCURO	0.10 – 0.20	ACERO PULIDO	0.55 – 0.65

TABLA 17: índices de reflectancia para diferentes materiales de construcción.

-Los colores mas adecuados para paredes de gran tamaño y techos son el blanco o colores pálidos con baja cromaticidad o colores pastel. Por el contrario, es aceptable colores muy oscuros, sin términos medios.

Es importante tener presente los índices de reflectancia de cada uno de los materiales y colores para tomar la decisión de los colores de estas grandes superficies.

Otro elemento que se debe tener en cuenta en la formulación del esquema de color de un espacio, es el contraste: las combinaciones más efectivas vienen de los colores primarios luz (RGB) sobre fondos blancos y negros: (FIG. 17)

- a. Negro sobre amarillo
- b. Rojo sobre blanco
- c. Blanco sobre azul
- d. Amarillo sobre negro
- e. Blanco sobre verde
- f. Verde sobre blanco
- g. Azul sobre blanco
- h. Negro sobre blanco
- i. Blanco sobre negro

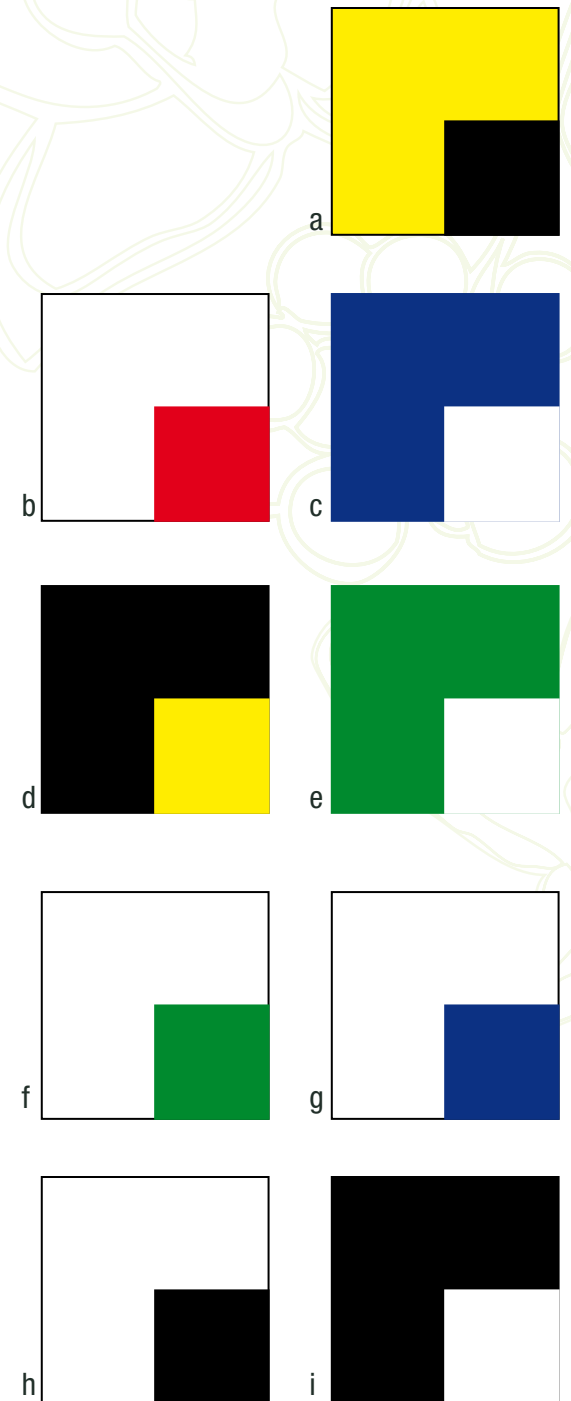


FIGURA 17: contrastes efectivos

2.6 La imagen y su unión con la comunicación

2.6.1 El signo

Con el fin de comprender el medio por el cuál se hace posible la transmisión de información, se recurre a dos grandes personajes que estudiaron este tema; como lo fueron Ferdinand de Saussure y Charles Sanders Peirce.

a. El signo según Saussure⁴⁷

Lingüista suizo, considerado el padre de la semiología lingüística, ve al signo como el que permite la transferencia de información.

El signo lingüístico, según Ferdinand de Saussure, es:

CONCEPTO	<->	SIGNIFICADO
IMAGEN ACÚSTICA		SIGNIFICANTE

Existen secciones dentro del signo lingüístico:

- Arbitrariedad del signo:

El lazo que une a significante/significado es arbitrario. Lo arbitrario es así porque no puede ser de otra manera, es una convencionalidad.

Debe ser arbitrario porque o sino aprender un idioma por ejemplo, sería un caos. Es algo que se acuerda por la comunidad lingüística para poder hablarlo, es cómo las palabras a lo largo del tiempo se van modificando y toma tiempo ser socializado.

La arbitrariedad se da, por uso, costumbre y servidumbre.

- Carácter lineal del significante:

Si el signo es la partícula fundamental para la transmisión de información, el signo es una estructura dual, en un comienzo era concepto/imagen acústica y más tarde se denomina como significado/significante.

En el habla hay una realización individual, porque la pronunciación es individual; la inflexión, la sonoridad, las pausas, acentos, etc. A esto se le agrega la semántica, sintaxis y además como se pragmatiza, como se gesticula.

Lo que el signo lingüístico une, no es una cosa con un nombre, sino que es un concepto más una imagen acústica. La imagen acústica no debiera entenderse solo como lo material, sino que la huella psíquica, la respuesta del testimonio de los sentidos, es una imagen sensorial. Estas dos cosas: concepto e imagen acústica están plenamente ligadas.

El signo es una combinación entre la imagen acústica y el concepto. Luego se mantiene el signo, pero se modifica al significante/significado, siendo ésta la forma lineal de acción.

b. El signo según Peirce⁴⁸

Filósofo, lógico y científico estadounidense; ve al signo como: $S = R (M, O, I)$, que es una matriz y no una fórmula, tampoco es la unión de un significado con un significante: es una RELACIÓN (dependencia entre los componentes) absolutamente recíproca,

⁴⁷ Apuntes personales curso "Teoría de la Comunicación", profesor Claudio Cortés López, 2007.

⁴⁸ Apuntes personales curso "Semiotica de la Imagen I", profesor Claudio Cortés López, 2008.

para que exista Medio necesita de Objeto e Interpretante.

El signo es mediador entre el mundo y la conciencia: objeto-sujeto-emisor-receptor.etc, y es importante entender al signo, para poder interpretar los mensajes que se presentan.

Si se compara y une el pensamiento de Charles Peirce con el de Max Bense, se obtiene un nuevo esquema en donde: (FIG. 18)

Volviendo a la matriz, se nota que se relaciona triádicamente, de la siguiente manera:

$$S = R (M, O, I)$$

DE M -> R.S.M. (CS, SS, LG)

DE O -> R.S.O. (IC, IN, SM)

DE I -> R.S.I (RR, DI, AR)

Entonces, estas matrices se interrelacionan en forma triádica.

En la morfología, muestra nueve posibilidades, creando esta híper matriz:

$$S = R [M (CS, SS, LS), O (IC, SM, IN), I (RE, DI, AR)]$$

1.1 1.2 1.3 2.1 2.2 2.3 3.1 3.2 3.3

a. Relación Signo-Medio (R.S.M.)

Se refiere a cómo se puede construir el medio, y para esto hay que conocerlo, ya que como decía Gadamer "pienso en la medida que tengo lenguaje".

Además, trata como un medio puede designar a un objeto, para lo cual es necesario entender primero lo particular y luego vincular a lo demás.

Esta relación contiene al cualisigno, sinsigno y legisigno:

-Cualisigno: es el nivel más básico, por lo que corresponde a lo que primero se observa. Es aquí donde arranca el conocimiento, debido a que no entendemos lo que vemos solo se pueden ver las cualidades de lo observado. En cuanto a diseño, estamos presente a las ideas generales de una pieza gráfica.

-Sinsigno: nace de un cualisigno, pero es más evolucionado que este, pero no tanto como el siguiente nivel (legisigno). Es singular e individual, dependiendo del espacio/tiempo; por lo cual el elemento en el área del diseño, puede ser una determinada palabra, el tipo de tipografía, cuantos colores se usan, entre otros.

-Legisigno: es el signo que se usa siguiendo reglas de forma convencional, y como es un nivel avanzado permiten interpretar. Son herméticos y crípticos, por lo que se evidencian en el diseño de piezas, por ejemplo como los códigos tipográficos, o el pantone utilizado.

b. Relación Signo-Objeto (R.S.O.)

Es la manera en que un medio designa a un objeto, en donde el objeto de diseño debe tener una intencionalidad clara y precisa.

Hace referencia a la categoría de medios: índice, iconos y símbolos:

-Índice o Index: se relaciona con el objeto de tal forma que lo apunta y señala explícitamente; así que se evidencia cuando se ven imágenes que apuntan,

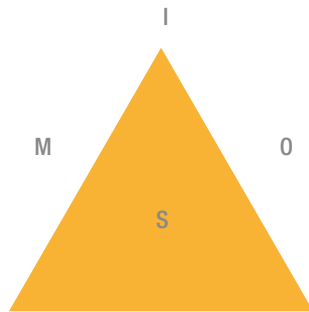


FIGURA 18: esquema Peirce+Bense.

tal como lo hace una flecha.

-Icono: indica una cualidad o propiedad de un objeto, que reproduce o imita. Es parcial e inmediatamente informan, gracias a su fácil reconocimiento. Se logran evidenciar como cuadros, dibujos, esquemas, entre otros.

-Símbolo: contiene mucha información en una sola imagen, y nacen con la capacidad de interpretar. De todas formas puede contener en su interior a varios iconos y aun así conformarse como símbolo. El símbolo representa, y dependerá del interpretante.



FIGURA 19: código cromático.

c. Relación Signo-Interpretante (R.S.I.)

Se constituye en el significado que una mente es capaz de interpretar.

Contiene al rema, dicent y argumento:

-Rema: es un signo simple, que no se puede determinar por lo que no es ni verdadero ni falso. Sucede que es un nivel inicial, en donde surgen preguntas. En una pieza gráfica se podría estar ante un rema cuando están construidos en un idioma que no se conoce.

-Dicent: permite realizar juicios que quizás no están cien por ciento fundados permiten decidirse por un punto de vista. Un dicent no permite evidenciar a los legisignos.

-Argumento: es completamente verdadero o falso, para el interpretante es un signo de ley. Posee un sentido que ha sido decodificado por el interprete, además se poseer legisignos. Ante el diseño, se ve cuando se logra argumentar y entender la idea central

de una pieza gráfica, con todos sus elementos.

2.6.2 El sistema de las imágenes

En los objetos gráficos hay una imagen (EIKÓN) y quien la inventa, es alguien que produce signos que otros pueden decodificar. Generalmente lo que mas hace es informar en donde el lector debe entender lo que se quiere decir y tendrá intenciones diferentes al estar frente a una pieza gráfica lo que también se le suma el grado de dificultad que puede presentársele para decodificarla.

La imagen esta compuesta por un conjunto de signos llamados "códigos" (cromático-morfológico-tipográfico lingüístico y el fotográfico); además forma parte del mundo de la percepción visual, salvo que la imagen este acompañada de sonido. En este caso se habla de espacio en donde el factor tiempo es menor que en el caso de lo audiovisual.

2.6.2.1 Tipos de códigos (presentes en una imagen)⁴⁹

Se encuentran cuatro tipos de códigos en una imagen:

1º Código cromático

Deben existir fundamentos en lo cromático, por lo que hay que tener como referentes a los sistemas existentes sobre el tema, por ejemplo el código pantone, o la parte simbólica del color, la psicología, y es que todo tiene una razón de ser. (FIG. 19)

49 Apuntes personales curso "Teoría de la Comunicación", profesor Claudio Cortés López, 2007.

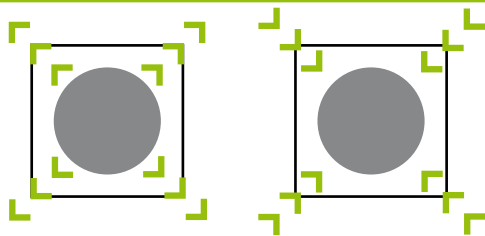


FIGURA 20: código morfológico; composición localizada.

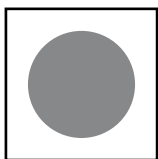


FIGURA 21: código morfológico; construcción axial.



FIGURA 22: código tipográfico; cambios convencionales de dimensiones.



FIGURA 23: código tipográfico; cambios de familias tipográficas.

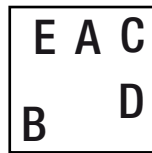
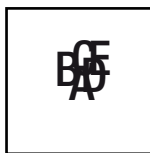


FIGURA 24: código tipográfico; aislamiento espacial.



FIGURA 25: código tipográfico; aposicionamiento de rasgo distintivo.

2º Código morfológico

Se preocupa de ver el cómo está hecha una imagen, ya que toda imagen tiene patrones que pueden ser susceptibles de ser decodificadas por quienes la reciben.

Una imagen cuando es decodificada, puede haber sido de la siguiente manera:

a. Composición localizada (FIG. 20)

Los elementos están organizados de modo que el conjunto de ellas se organizan por líneas de fuerza convergentes que llevan la mirada a un determinado punto; que es en donde se coloca el objeto más importante.

Por ejemplo, está lo centrípeto y centrífugo, pero hay que tener en cuenta que se pueden generar las tensiones desde cualquier punto del soporte no sólo del centro.

b. Construcción axial (FIG. 21)

Tiene que ver con el centro mismo del formato, es este el foco de atención, y existen dos formas para lograrlo;

-La construcción en profundidad; es cuando lo que se esta promoviendo esta en escena, o esta en un decorado, es el objeto el que usa el sitio con mayor importancia, es el primerísimo primer plano.

-Y la construcción secuencial; se refiere al cinetismo visual, al arte óptico o cinético que ahora no es tan explotado.

3º Código tipográfico

Este código contiene la siguiente misión: la "ruptura

gráfica", pero porque? Para desarmar la linealidad de los mensajes, por ejemplo en los libros la ruptura permite descansos que no rompen la continuidad, permiten al lector tener tramos para no aburrirse.

Así que para facilitar la lectura visual, se puede recurrir a:

a) Cambios convencionales de dimensiones (tamaños en las tipografías) (FIG. 22)

b) Cambios de familias tipográficas. (FIG. 23)

c) Aislamiento espacial (FIG. 24)

Este puede ser de dos maneras; el centrípeto o el centrífugo. En donde el centrípeto es cuando los elementos tienden hacia un centro, en cambio el centrífugo es todo lo contrario haciendo que los elementos parezcan que van hacia afuera del soporte.

d) Aposicionamiento de rasgo distintivo (FIG. 25)

El aposicionar consiste en encuadrar, jerarquizar un texto o encuadrarlo. Y el aposicionar el contenido consiste en los englobamientos, subrayados, tickets y recuadros.

Con estos aposicionamientos se logra jerarquizar las imágenes tipográficas, y darle orden a los elementos. Así el código tipográfico otorga un aporte como sistema ordenado e inserto, es parte fundamental de la imagen visual. No hay que olvidar que para que exista el a posicionamiento de rasgo distintivo este debe estar explicito en el soporte.

4º código fotográfico (FIG. 26)

(analógico y/o digital)

Se basan en dos técnicas, las fáticas de los planos



FIGURA 26: código fotográfico.

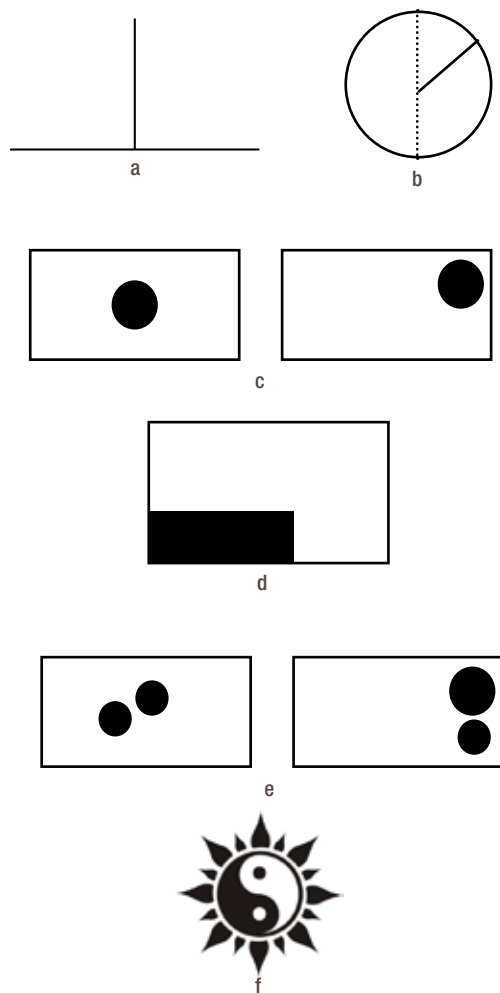


FIGURA 27: sintaxis de la imagen

y la selectiva de los planos. Así la técnica selectiva es aquella técnica fotográfica que realza al objeto y difumina al resto, es la profundidad de campo.

Como ejemplo esta el hiperrealismo o realismo de los objetos. Y la técnica fática es la que manipula la escala volumétrica o dimensional de los objetos.

2.6.2.2 Sintaxis de la imagen⁵⁰

En el contexto de la alfabetidad visual; sintaxis, es la disposición ordenada de partes, en que hay que saber abordar el proceso de composición con inteligencia y prever como afectaran las decisiones compositivas al resultado final.

Para construir una composición habrá que tener presente: (FIG. 27)

a. Equilibrio

Es la referencia visual más fuerte y firme del hombre, es su base consciente e inconsciente para la formulación de juicios visuales.

El mejor cálculo es la sensación intuitiva de equilibrio que tienen los seres humanos. El constructo horizontal-vertical es la relación básica del hombre con su entorno. El equilibrio es tan fundamental en la naturaleza como el hombre; es el estado opuesto al colapso.

b. Tensión

Las opciones visuales son polaridades de regularidad y sencillez por un lado, y de complejidad y variación inesperada por otro. La elección entre estas opciones

rige la respuesta relativa que la del reposo y la relajación a la tensión.

La tensión o la ausencia de ella, es el primer factor compositivo que se puede usar sintácticamente; se provoca cuando algo se desajusta del "eje visual" desviando la mirada hacia él. Independientemente de la disposición de los elementos, el eje busca el eje sentido en cualquier hecho visual y busca el equilibrio relativo.

c. Nivelación y aguzamiento

La nivelación no ofrece sorpresa visual; es totalmente armoniosa, en cambio el aguzamiento es lo contrario.

Se puede llegar a la ambigüedad, que oscurece la intención compositiva y del significado.

d. Preferencia por el ángulo inferior izquierdo

La tensión visual puede maximizarse de otras dos maneras; el ojo favorece la zona inferior izquierda de cualquier campo visual.

Cuando el material visual se ajusta a las expectativas de las personas, en lo relativo al eje sentido, a la base estabilizadora horizontal, al predominio del área izquierda del campo sobre la derecha, y al de la mitad inferior del campo visual sobre la mitad superior, se tiene una composición nivelada y de tensión mínima. Cuando se dan las condiciones opuestas, se obtiene una composición visual de tensión máxima.

Los elementos visuales situados en áreas de tensión, tienen mas peso (fuerza de atracción) que los elementos nivelados. Además, la complejidad, la inestabilidad y la irregularidad incrementan la tensión

⁵⁰ Basado en el libro "Sintaxis de la imagen; introducción al alfabeto visual" D.A. Dondis, Editorial Gustavo Gili.

visual y atraen la mirada.

Existen dos tipos de composiciones; la equilibrada, racional y armoniosa o la exagerada, distorsionada y emocional.

e. Atracción y agrupamiento

Es la fuerza de atracción en las relaciones visuales. Los puntos armonizan y, por tanto, se atraen. Cuanto más próximos están, más fuerte es su atracción.

En el acto espontáneo de ver, las unidades visuales individuales crean otros contornos distintos. Cuanto más se aproximan las marcas, más complicadas son las formas que definen.

El hombre, a través de sus percepciones, siente la necesidad de construir conjuntos de unidades; de conectar los puntos en concordancia con su atracción (por ejemplo con las constelaciones).

Los opuestos se repelen y los semejantes se atraen. Por eso, el ojo pone las conexiones que faltan y relacionan automáticamente las unidades semejantes con mayor fuerza.

f. Positivo y negativo

Lo que domina la mirada es un elemento positivo; y negativo es lo que actúa con mayor pasividad. Esta visión puede engañar al ojo, como es el caso de las ilusiones ópticas, en donde el ojo busca una solución simple a lo que ve.

2.6.2.3 El poder de la imagen en el tiempo⁵¹

⁵¹ Basado en el libro "Casos de comunicación y cosas de diseño", Néstor Sexe, Editorial Paidós.

Se pueden distinguir cuatro medios masivos, que son: gráfica, cine, televisión e internet que son los elegidos como soportes de imágenes⁵². (TABLA 19)

Cada época que ha transcurrido posee características identificadoras en la forma de expresar su gráfica y la elección de medios masivos de comunicación. Pero, es la época actual la importante para este estudio, por lo que se puede decir es que coincide con el cambio de siglo y de milenio, donde la imagen se ha digitalizado, con un soporte que ya no es plano y continuo, es destellante, se le agrega el bit, permitiendo la digitalización y manipulación.

Es la época capitalista, donde hay una hipercomunicatividad de la globalización. La marca desplaza a la gran tienda: las tiendas ofrecen una multiplicidad de marcas, o son marcas propiamente tal.

El signo se constituye como una clave de reconocimiento de la identidad del usuario a través de la marca. También se ve a la moda como un modo de ser, en donde se cultiva una vida sana.

2.6.3 Comunicación visual

Para introducirse en este tema, es necesario entender el significado de la comunicación, así se puede decir que es:

“El acto por el cual una persona que conoce un hecho perceptible asociado a un cierto estado de conciencia a saber un deseo de colaboración, realiza este hecho para que otra

⁵² Del libro Casos de comunicación y cosas de diseño, Néstor Sexe, Editorial Paidós, pág. 126.

IMAGEN	AÑOS 20	AÑOS 50	AÑOS 70	AÑOS "2000"
FIJA	Gráfica	Gráfica	Gráfica	Gráfica
MÓVIL		Cine	Cine	Cine
ELECTRÓNICA			TV	TV
DIGITAL				Internet

TABLA 19: medios masivos en el tiempo

persona reconstituya en su propia conciencia el deseo de la primera persona”⁵³.

ACTO DE COMUNICACIÓN

-UNA PERSONA:

CONOCE UN
HECHO PERCEPTIVO
ASOCIADO AL
ESTADO DE CONCIENCIA
(UN DESEO DE COLABORACION)
Y REALIZA EL HECHO
PARA

-OTRA PERSONA:

QUE RECONSTITUYE EN
SU CONCIENCIA
EL DESEO



PABLO BERNASCONI

Entonces, para que haya comunicación debe haber un “acto” un acto que tenga componentes, por ejemplo la información, y para este acto deben existir personas, debe haber una direccionalidad, una intención sino no es posible la comunicación. Además, debe conocerse un hecho perceptible, el cual es un hecho que tiene un vínculo estrechísimo con algo material, por ejemplo, con colores, formas.

Para entender mejor lo anterior, queda más claro el pensar que la palabra oral es un hecho perceptivo y la materialidad de ésta es el sonido, así también se da la relación del papel y la tinta, y es que un cuerpo material es capaz de transmitir información.

Los hechos perceptivos son convencionales, es que

⁵³ Síntesis tomada de Erick Buyssens, Ensayo de lingüística funcional en el marco de la semiología, Apuntes personales curso “Teoría de la comunicación”, profesor Claudio Cortés López, 2007.

existe una convención que con tal o cual material se puede informar o no, se debe utilizar ya que es la mejor forma para que el público pueda entender sin complicaciones. A su vez los hechos perceptivos deben estar ligados a un estado de conciencia, que es el estado de la mente de las personas, es en donde ocurre todo y si no se liga a ella se estaría presente ante un vacío, y bueno siempre detrás de los materiales hay un significado.

Todo esto se realiza a sabiendas de que alguien escuchará, o recibirá de alguna manera el mensaje, es lo que todos esperan al momento de realizar un acto de comunicación, es transmitir a otros lo que se desea y realizar un hecho perceptible cuando conoce el medio, sabiendo lo que se va a decir y que por lo menos escuchará alguien, para que otra persona reconstituya en su propia conciencia el deseo de la primera persona.

Hay que tener en cuenta que el receptor es vital para la comunicación, y así como lo menciona Gadamer “el arte de escuchar es un acto de comunicación” es arte el saber escuchar al otro.

La transferencia de signos entre los sujetos es además un acto de supervivencia; como también decía Gadamer “el otro puede tener la razón” y estas ideas son tan asertivas en la actualidad, en que ha cambiado la forma de comunicarse, se debe pensar que el otro puede tener también la razón y saber sobrellevarlo.

Según Max Bense, el acto de comunicación puede informar, interrogar, interpolar y ordenar. Éstas cuatro funciones van intercalándose, dependiendo de dónde se desenvuelva la comunicación. Cuando se

articula una imagen gráfica, claramente se utilizan estas cuatro funciones, en donde el orden lo pone el emiteante (cada persona).

2.6.3.1 El código visual en la comunicación⁵⁴

Basándose en la Teoría de la Comunicación, se encuentra con un concepto importante de analizar, el código visual, el cual posee su propia teoría, que en este capítulo se aplicara desde la perspectiva de la información y la comunicación, empezando por la siguiente definición:

“En sentido estricto constituye la regla de emparejamiento de elementos de la expresión con elementos del contenido, después de haber organizado en sistema formal ambos planos o de haberlos tomado ya organizados por otros códigos”⁵⁵.

Pues bien, ¿Qué es un código? El código constituye una regla de emparejamiento; en la que la regla o norma se denomina a una proposición que enuncia una determinación conforme al pensamiento humano, una representación de una actuación real, en la cual las reglas están escrituradas o tacitas. Y lo que se empareja son los elementos de la expresión y del contenido, después de haber organizado el sistema formal, es cuando se diseña y para eso se debe organizar.

Ahora según, el diccionario de semiótica, dice: “el

54 Apuntes personales curso “Teoría de la Comunicación”, profesor Claudio Cortés López, 2007.

55 Libro Signo, Umberto Eco, pág. 172. Apuntes personales curso “Teoría de la comunicación”, profesor Claudio Cortés López, 2007.

código presenta dos áreas que hay que distinguir, que hay que precisar”. La primera: un conjunto limitado de signos o de unidades dependientes de una morfología. Y la segunda área: relación con los procedimientos de su disposición u organización sintáctica. La articulación del primero con el segundo permite la producción de mensajes. Así concluyen los autores que articular A con B que permite a los humanos diseñar mensajes; a producir mensajes visuales.

Otra definición es:

“Como sistemas de signos con reglas definidas operan esencialmente para los miembros de una cultura determinada ratifican aquel principio semiótico según el cual el significado nace del acuerdo de los usuarios de tal modo que es transmitible entre los usuarios”⁵⁶.

El código es un sistema de signos con reglas definidas; y estas reglas que son definidas operan especialmente o específicamente para los miembros de una sociedad y al mismo tiempo dan cuenta de significado semiótico, que se vea en el interior mismos. Y de esta forma, al interior de la cultura se pueda transmitir por los medios de esta cultura.

Existen códigos que se penetran fuertemente en las costumbres y se implantan en los individuos. Se puede regir la vida a códigos: Endoculturación; que es tomar la cultura desde adentro, o a la Exoculturación que se toma la cultura desde afuera.

56 Libro Teoría Literaria y Semiótica, M. Jofré, pág. 165. Apuntes personales curso “Teoría de la Comunicación”, profesor Claudio Cortés López, 2007.

Los códigos no son sistemas cerrados o fosilizados, sino que son estructuras que se articulan y rearticulan constantemente en una automecánica que a no ser sistemas de articulación o rearticulación, si hay un destino para ese se vuelve a rearticular.

El examen de cada código demanda:

- 1.- establecer las reglas definidas que permiten ligar los componentes del código.
- 2.- establecer como operan esas reglas para los miembros de una cultura determinada. (Hay un acuerdo entre los usuarios)
- 3.- entender que el código es una convención social. (Por eso esta restringido a sociedades)
- 4.- los códigos poseen una autodinámica; esta provoca los procesos diacrónicos (los cambios)
- 5.- establecer el origen como convenciones y relaciones entre signos
- 6.- la constelación del código y su forma

2.6.3.2 Modelos en la Teoría de la Comunicación

Todos los fenómenos de la comunicación ya han sido pensados en los “tiempos antiguos”, los griegos de la “retórica aristotélica”.

La mayoría de los modelos pertenecen al siglo XX, que inscritos en la estructura, permiten identificar procesos y decodificar un fenómeno informativo. Para entenderlos hay que tener claro el acto de comunicación, códigos, conceptos, entre otros. Es necesidad del acto de comunicación para que el

modelo tenga sentido.

En todo acto de comunicación existen tres categorías: FUENTE/MENSAJE/DESTINATARIO.

Fuente: es de donde proviene (una persona) y ya parte con códigos. Esta persona puede hacer las cuatro funciones del acto de comunicación: informar-interpolar-ordenar-interrogar. Puede hablar, gesticular, y ocupar los medios actuales.

Mensaje: tiene que ver con lo que se dice, lo que se hace, lo que se interpola.

Destinatario: tienen que ver con los que prestan la atención a aquello que se presenta como “mensaje”.

O como Aristóteles lo plantea en su libro “Retórica”: EL CREADOR/EL DISCURSO/EL AUDITORIO.

El creador: es el que habla; el que tienen “algo” para hacer participar a los demás.

El discurso: lo que se dice; esa alma que se desea participar.

El auditorio: quienes escuchan, y pasan a formar parte. Contienen un hecho perceptivo, un estado de conciencia y un deseo de colaboración.

O como Umberto Eco: INTENTIO AUCTORIS/ INTENTIO OPERIS/INTENTIO LECTORIS⁵⁷.

Intentio auctoris: lo que el autor quiere transmitir, la intención.

57 “Interpretación y sobre interpretación” Umberto Eco; Gran Bretaña, Cambridge University Press, 1995.

Intentio operis: la obra independiente, sus códigos, colores.

Intentio lectoris: todas las interpretaciones

2.6.3.3 Nuevos modelos

A partir de las ideas hechas por Aristóteles, en el siglo XX comienzan a aparecer nuevos modelos en la Teoría de la Comunicación, entre algunos de éstos esta el modelo Shannon y el modelo Berló.

a. Modelo Shannon (FIG. 28)

Este modelo se refiere a como una imagen puede ser decodificada por el usuario.

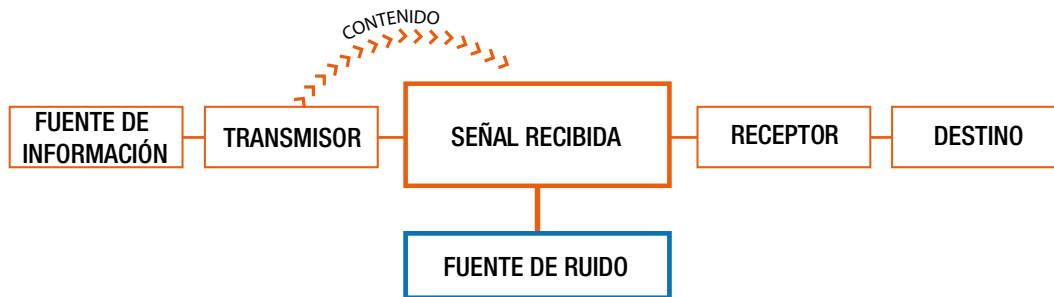


FIGURA 28: modelo Shannon.

- Fuente de información

Puede presentarse o no el sujeto, es el elemento inicial del proceso de comunicación, que determina el mensaje a transmitirse.

- Transmisor

Es el emisor técnico que transforma el mensaje en códigos.

- Señal recibida

Es la señal apta codificada, pero pueden presentarse "ruidos".

- Fuente de ruido

Existen lugares de indeterminación, de disturbios. Si la tasa de ruido o disturbio es baja, obviamente la información llega.

Esta tasa de ruido se puede producir en todo, no solo en la señal recibida, por ejemplo la señal puede estar dañada desde la "fuente de información".

- Receptor

Es el receptor técnico que decodifica y vehiculiza el mensaje.

- Destino

Es el verdadero receptor, a quien se le dirige finalmente el mensaje.

b. Modelo Berló (FIG. 29)

- Fuente y Codificador

Son básicamente la estructura del "EMISOR"; siempre habrá alguien que quiere informar. La fuente es el origen de la información de donde en relación con el codificador nace el MENSAJE.

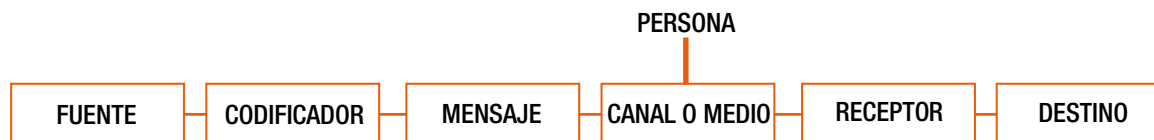


FIGURA 29: modelo Berló.

- Canal
Por el medio o canal hay una persona

- Decodificador y Receptor
Se deben decodificar, desarticular los códigos que rigen los signos para poder saber que es lo que contienen como información; y para esto el receptor deberá manejar los repertorios.

2.6.4 Estética de la Recepción

La estética como disciplina, se dedica a la reflexión metodológica de los siguientes temas⁵⁸:

- La obra de arte
- La naturaleza de la obra
- Los juicios entorno a la obra
- Los constructos en torno a las categorías estéticas: bello/feo
- El fenómeno artístico
- Teorías sobre la imagen

Ahora bien, la Estética tiene tres grandes áreas:

- 1- Estética de la producción
- 2- Estética de la presentación
- 3- Estética de la recepción

La última área, es la que interesa para analizar el cómo se recibe, por parte del público, una obra o diseño.

La Estética de la Recepción se centra en el lector, es lo que ocurre en el momento de lectura. Se refiere al sujeto que es capaz, al momento de recibir una

información, de interpretarla en alguna medida, produciendo una reacción (causa/efecto).

En el diseño, se debe preocupar por el efecto que se quiere generar al público antes de lo que puede provocar al propio diseñador, porque no es una obra de arte.



<http://www.flickr.com/photos/ortizmj12/>

⁵⁸ Estos son sólo algunos de los campos de trabajo de la estética.

2.7 Decisiones formales del diseño

2.7.1 Principios del diseño

El diseño es entre varias cosas, un sistema de creación visual que contiene un objetivo a seguir, éste debe lograr un impacto en quien lo observe y por sobre todo transmitir un mensaje. Es importante saber que el lenguaje visual es con el cual se simienta la creación de un diseño.

2.7.1.1 Los elementos de diseño

a. Elementos conceptuales

Estos no son visibles, y corresponden a los siguientes elementos: PUNTO, LINEA, PLANO Y VOLUMEN. (FIG. 30)

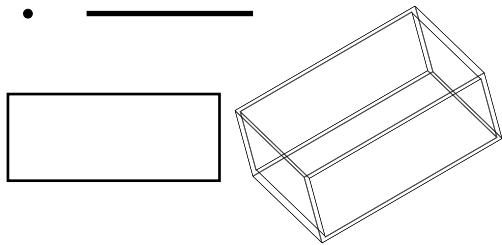


FIGURA 30: elementos conceptuales.

b. Elementos visuales

Cuando los elementos conceptuales se hacen visibles, tienen: FORMA, MEDIDA, COLOR Y TEXTURA. (FIG. 31)

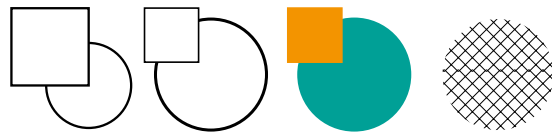


FIGURA 31: elementos visuales.

c. Elementos de relación

Gobierna la ubicación y la interrelación de las formas en un diseño, utilizando: DIRECCIÓN, POSICIÓN, ESPACIO Y GRAVEDAD. (FIG. 32)

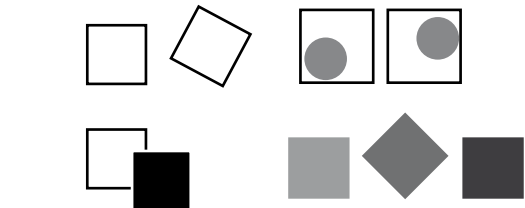


FIGURA 32: elementos de relación.

d. Elementos prácticos

Subyacen el contenido y el alcance de un diseño, mediante: REPRESENTACIÓN, SIGNIFICADO Y FUNCIÓN.

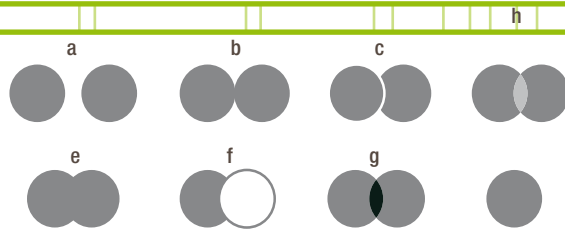


FIGURA 33: interrelación de formas.

e. Marco de referencia

Los elementos existen dentro de límites, definen la zona en que se desarrolla un diseño.

f. Plano de la imagen

Es la superficie plana (del papel) en el que el diseño se crea.

g. Forma y estructura

Todos los elementos visuales pueden considerarse como forma, y la manera en que una forma es creada junto con otras es lo que se llama como estructura.

2.7.1.2 Otros elementos de importancia en el diseño

1. Forma⁵⁹

Una forma puede interrelacionarse con otras de diferentes maneras, siendo un aspecto interesante de tomar en cuenta al momento de diseñar, puesto que permite realizar diferentes juegos entre estas.

Existen ocho maneras distintas en que se pueden relacionar las formas y son: (FIG. 33)

a) Distanciamiento: las formas quedan separadas entre si, no importa el grado de distanciamiento.

b) Toque: las formas se tocan en sus contornos.

c) Superposición: las formas se cruzan, y una pasa por sobre la otra.

d) Penetración: las formas se traspasan, pero quedan transparentes.

e) Unión: las formas se cruzan y unen entre si.

f) Sustracción: una forma saca parte de la otra al

⁵⁹ Fue abordada anteriormente en 2.5 – Sobre la forma, el color y la luz – pág. 35.

momento de interceptarse.

g) Intersección: las formas se penetran, quedando visible la sección que se cruzo.

h) Coincidencia: las formas coinciden en el espacio, viéndose como una misma.

2. Repetición⁶⁰

Se utilizan las repeticiones de motivos para unificar el diseño, el cual puede contener mas de un conjunto de modulo en su interior.

3. Estructura: Casi todo diseño posee una estructura que lo ordena y jerarquiza.

4. Similitud: Cuando las formas presentan rasgos parecidos, sin llegar a ser idénticas. (como en el caso de la naturaleza)

5. Gradación: Es el efecto que produce un cambio gradual de las cosas, se llega a producir ilusiones ópticas y sensaciones de progresión.

6. Radiación: Es cuando un objeto se gira alrededor de un eje común, por esta cualidad puede ser un caso especial de las repeticiones.

7. Anomalía: Es la irregularidad que puede presentar un diseño regular en alguno de sus elementos.

8. Contraste: Es un tipo de comparación, por lo cual siempre está presente en las composiciones, solo que a veces puede ser evidenciado y otras no.

9. Concentración: Corresponde a la distribución de los elementos de diseño; pueden estar reunidos o dispersos dentro de la composición según como el diseñador lo encuentre conveniente.

10. Textura: Se refiere a la superficie de una figura, otorgando cualidades visuales o táctiles.

11. Espacio: Es donde ocurre el diseño, puede ser positivo u negativo, liso o ilusorio, ambiguo u conflictivo.

2.7.2 Diseño de una forma

Cuando se diseña se confecciona una composición que esta conformada por diversas formas. El proceso de diseño de la forma afecta a la composición por lo que es conveniente entender el diseño de una forma aisladamente para luego pasar a interrelacionar las diversas formas.

2.7.2.1 Tipos de formas para diseñar (FIG. 34)

a) Formas simples: es solo una forma, sin ningún otro elemento a su alrededor.

b) Formas múltiples: son las cuales participan mas de una forma en el diseño, deben estar relacionadas de tal forma que parezcan solo una; así que se deben superponer, entrelazar o unir.

c) Formas compuestas: se mezclan diferentes tipos de formas para convertirse en una misma. (Una forma múltiple puede llegar a ser una compuesta si se le agrega un elemento nuevo y distinto).

d) formas unitarias: es una forma individual, utilizada

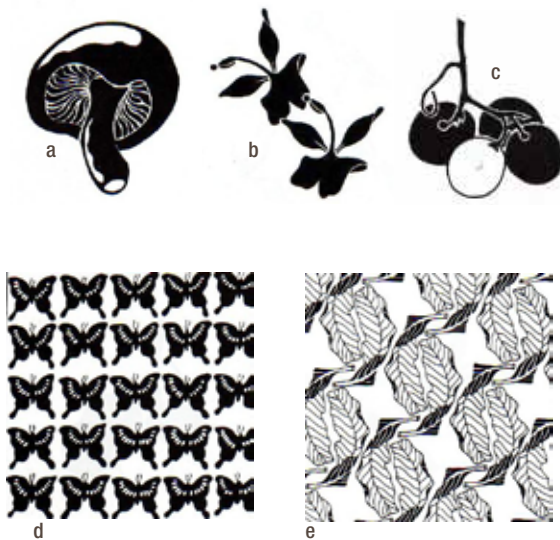


FIGURA 34: tipos de formas para diseñar.

⁶⁰ Será abordada más adelante en 2.9 – Los patrones gráficos de repetición – pág. 63.

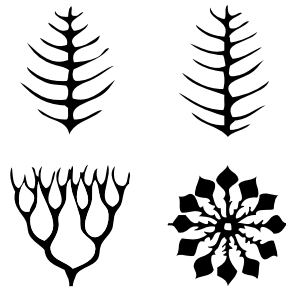


FIGURA 35: formas naturales.

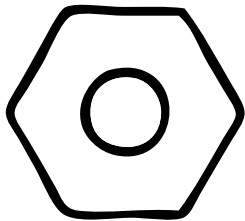


FIGURA 36: formas artificiales.



FIGURA 37: formas simples (lisas-con detalles-líneas-combinación de líneas y superficies y texturadas).

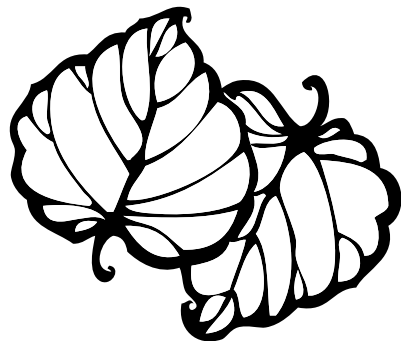


FIGURA 38: formas múltiples

repetidamente sin ser parte de una forma mayor.

e) formas superunitarias: cuando dos o más formas unitarias se unen para ser repetidas.

2.7.2.2 Diseño de formas figurativas

Es recomendable si se van a diseñar formas sobre alguna cosa es especial, el estudiar primero en conjunto un colectivo de especímenes del tema, y a partir de esto analizar y comparar los rasgos mas significativos para poder extraer las características generales, se debe dibujar a lo menos uno o dos especímenes para poder comprender de lleno el tema.

a. Observación de formas naturales (FIG. 35)

En primera instancia, se debe tener en cuenta que las formas naturales poseen las mismas leyes naturales de crecimiento, así que se deben evidenciar los puntos fuertes de cada forma. Por ejemplo, una característica muy común de la estructura de las plantas y animales es la existencia de una columna vertebral o eje central por donde se ramifican los demás elementos. También, se pueden dar formas de C que conforman especies de espirales; o formas de S que producen ondulaciones amplias o estrechas.

De todas formas los elementos de una forma natural contendrán afinidad y unidad en sus formas, debido a que juntas forman la figura y estructura final.

b. Observación de formas artificiales (FIG. 36)

Son confeccionadas con herramientas y/o maquinas que permiten un acabado perfecto, por lo general geométrico. Por estas cualidades, se debe observar y analizar los materiales utilizados, y el conjunto de las

partes de la forma artificial, desde variados puntos de vista. Así que se debe tener en consideración para análisis de la forma artificial a las uniones de las piezas, a las diferentes vistas que se puede someter a la forma; como son las frontales, laterales, y también la perspectiva en que se observa.

2.7.2.3 Creación de formas figurativas simples, múltiples y compuestas

a. Formas simples (FIG. 37)

Se deben estudiar en primera fase los dibujos y croquis de la forma escogida, luego de esto se identifican los rasgos estéticos que comunican, con esto se puede confeccionar una forma en plano liso, con detalles, líneas, combinación de líneas y superficies o una figura texturada.

b. Formas múltiples (FIG. 38)

Consisten en la repeticiones de formas simples, que ahora pueden ofrecer mas juegos gráficos entre si. Además, puede utilizársela traslación, el giro, la reflexión y la dilatación como elementos de disposición de las formas.

c. Formas compuestas (FIG. 39)

Se confecciona con elementos diferentes o similares. Puede haber formas singulares o compuestas con diseños intrincados.

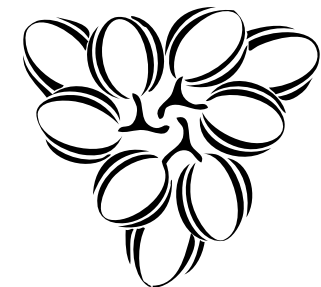


FIGURA 39: formas compuestas

2. MARCO DE REFERENCIA

Tercera parte
EL PAPEL MURAL, LOS PATRONES DE REPETICIÓN Y
LOS FRACTALES



2.8 El papel mural

2.8.1 Historia

También se le puede llamar “papel pintado” y es un tipo de revestimiento mural especial para interiores, con diversos diseños y materiales se encarga de dar armonía a espacios cerrados.

Se destaca, junto con el papel mural, la utilización de patrones o motivos, muchas veces utilizados en los diseños de estos revestimientos⁶¹.

Desde la edad media hubo una preocupación por arreglar los interiores, primero por una necesidad de calefacción para las grandes habitaciones, que estaban construidas en piedra, comenzado así a utilizarse grandes tapices que cubrían los muros. Si bien estaban pensados para ser pegados a las paredes, en la práctica solo se colgaban. (FIG. 40)

Con el desarrollo de esta técnica, Inglaterra y Francia pasaron a ser los líderes en la confección de papeles, y así también se comenzaron a utilizar nuevos materiales, por ejemplo se usaba la seda y la tapicería para dar un carácter más sutil y elegante.

Ya en 1813, gran Bretaña desarrolla la impresión a vapor-accionada con la cual logra insertarse en el mercado de la impresión de papeles en masa, así que se convierten en una nueva opción mas barata y con más colorido.

61 En el capítulo 2.9, pág. 63, Los patrones gráficos de repetición se habla de su historia y también se hace referencia a su vinculación con los papeles murales o decorativos.

En el siglo XX surge el auge de los papeles murales, pero más en el siglo XX el papel de la moda comienza a incluirse en los diseños, utilizándose motivos florales y geométricos.

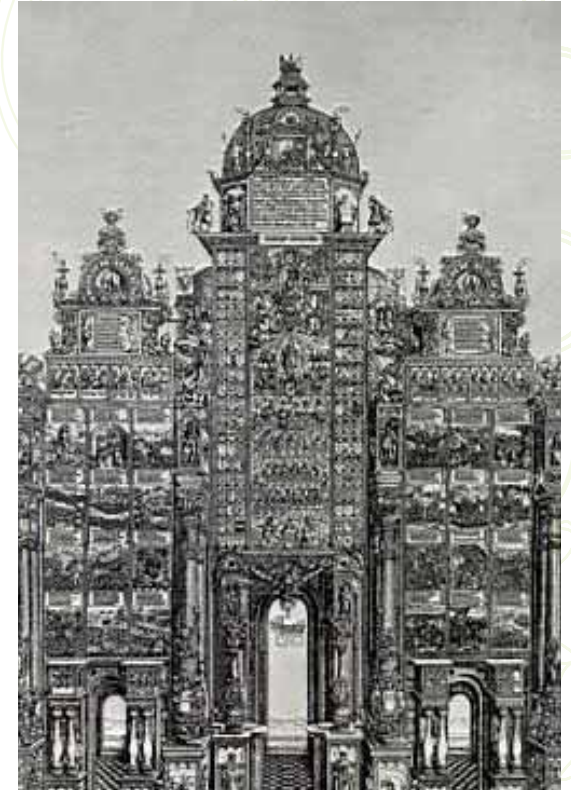


FIGURA 40: El arco de Triumphal, Alberto Durero, 1515.

2.8.2 Características del papel mural actual⁶²

En la actualidad existen diversos tipos y tendencias en cuanto a papeles murales, pero a grandes rasgos podría decirse que en cuanto a estilos o tendencias existen tres:

62 Vease http://es.wikipedia.org/wiki/Papel_pintado



FIGURA 41: papel digitalizado.

1- Papeles con imágenes digitalizadas; los diversos diseños se utilizan para generar impacto en una sola pared. (FIG. 41)

2- Estampados retro, reproduce diseños que estuvieron en boga en los años 70. (FIG. 42)

3- Papel pintable; papel con relieve que permite pintar encima, según el gusto del decorador, otorgando variedad y exclusividad al diseño. (FIG. 43)

En cuanto a los tipos de papel existen:

a. Papel pintado gofrado

Consta de una sola capa de papel y se coloca en la pared con la ayuda de cola.

b. Papel vinílico

Tiene una capa de plástico cubriendo el papel que le protege de la humedad y hace que pueda limpiarse fácilmente con un trapo húmedo.

Este tipo de papel es muy recomendable para lugares expuestos a la humedad, como cocinas y baños. También es muy útil para los cuartos de niños por la comodidad de poder limpiarlos fácilmente.

c. Papel vinilizado

Son papeles con una capa de barniz que los protege, pudiendo lavarse, pero no tan fácilmente como los vinílicos.

d. Papel texturado

Se utiliza para dar una textura a la pared antes de pintarlo. Es muy útil para tapar imperfecciones de la superficie.

e. Papel con base textil

Es un papel muy decorativo pero menos práctico que los anteriores, ya que son difíciles de limpiar y para colocarlos hace falta un pegamento especial.

f. Papel autoadhesivo

Este es el más cómodo de colocar, ya que lleva el pegamento incluido en el papel, evitándose así la parte más complicada del proceso.



FIGURA 43: papel pintable.



FIGURA 42: papel retro.

2.9 Los patrones gráficos de repetición

“El efecto pattern, consiste en la repetición de elementos gráficos que a través de un conjunto y juego de volúmenes, conforman una imagen armoniosa. para realizar este tipo de toma, es preciso tener mucha atención y visualizar atentamente, tanto el encuadre como a la iluminación. las repeticiones de formas se encuentran en la propia naturaleza, animales, árboles, objetos, etc. donde se encuentra una repetición de elementos pattern, es en el campo de la arquitectura, en ventanas, tejados, ladrillos...”⁶³.

2.9.1 ¿Qué es un patrón gráfico?

Es un conjunto de formas dentro de un diseño; también se les llama “módulos”, que se identifican cuando éstos son repetidos y visualizados más de una vez en el diseño.

Su forma debe ser simple y por lo general se utilizan para lograr una unión en el diseño final, ya que tienden a hacer que la composición sea armoniosa.

“Cuando los módulos son utilizados en gran tamaño y pequeñas cantidades, el diseño puede parecer simple y audaz; cuando son infinitamente pequeños y se utilizan en grandes cantidades, el diseño puede parecer un ejemplo de textura uniforme, compuesto de diminutos

63 Definición sacada del sitio Foto Nostra: Fotografía y diseño gráfico digital, <http://www.fotonostra.com>, sección fotografía; pattern y textura, © FotoNostra.

elementos”⁶⁴.

La cita anterior, pertenece a Wucius Wong, de su libro Fundamentos del Diseño, en donde a su vez señala que para producir una repetición se pueden lograr diferentes efectos teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

a. La figura

Es el elemento principal, es el que se repetirá en el diseño.

b. El tamaño

Será posible solo si las figuras se repiten o son muy parecidas entre sí.

c. El color

Las formas pueden tener el mismo color; las figuras y tamaños pueden variar.

d. La textura

Las formas pueden tener la misma textura; pero variar en su conformación, medidas o colores.

e. La dirección

Si las formas tienen un sentido definido de dirección, sin ambigüedades.

f. La posición

Según una estructura regular se disponen los módulos.

g. El espacio

Todas las formas ocupan un espacio de la misma forma, ya sea negativo u positivo.

64 Fundamentos del diseño, Wucius Wong, Editorial Gustavo Gili, pág. 51.

h. La gravedad

De difícil control, no se puede afirmar que las formas tengan el mismo peso o sean estables solo cuando los demás elementos estén estrictamente repetidos.

También, hace mención a las variaciones que se pueden realizar en los motivos de repetición, para hacer menos monótonas las repeticiones:

1- Variaciones direccionales: todas las formas pueden variar de dirección aunque el círculo solo en conjunto de otros puede crear una direccionalidad. Pueden ser direcciones repetidas, indefinidas, alternadas, en gradación o similares.

2- Variaciones espaciales: se pueden reunir a las formas en una cantidad de interrelaciones, utilizando superposiciones, penetraciones, uniones, combinaciones o negativos para lograr efectos sorprendentes.

Por último, señala que existen submódulos que son los elementos pequeños utilizados para la repetición; y si estos se organizan y se agrupan en una forma mayor pasan a ser supermódulos.

En una formación de supermódulos se pueden usar las siguientes disposiciones:

- a) Disposición lineal
- b) Disposición cuadrada o rectangular
- c) Disposición en rombo
- d) Disposición triangular
- e) Disposición circular

2.9.1.1 Historia⁶⁵

Uno de los motivos más duraderos es el conocido como el “diseño de Paisley”, es el que ha unido las culturas de los hemisferios oriental y occidental. Originado en tiempos prehistóricos como una representación de una forma de planta, se ha utilizado continuamente, en diversas formas, durante más de dos milenios. Se introdujo en Europa a mediados del siglo XVIII, considerado como un dibujo exótico, fue copiado por muchos diseñadores, y usado con gran resultado en las industrias textiles de Inglaterra y Francia. (FIG. 44)

Los diseños de repetición se han utilizado en la ornamentación, la decoración y el diseño desde la antigüedad. Se pueden detectar desde los tiempos antiguos y clásicos a través de los periodos gótico y victoriano para culminar en los diseños “high-tech” actuales asistidos por ordenador.

Un diseño puede definirse como un diseño compuesto por uno o más motivos, multiplicados y dispuestos en una secuencia ordenada, y un motivo singular como una unidad con la cual el diseñador compone un dibujo repitiéndola a intervalos regulares sobre una superficie. El motivo en si mismo no es un diseño, pero se usa para crear diseños. Que serán diferentes según como se organice el motivo. Por ejemplo, las vasijas áticas.

La composición puede estar oculta o dominar la estructura tal como en la ornamentación china, donde la composición es a la vez absoluta y evidente.



FIGURA 44: Paisley.

⁶⁵ Historia basada en antecedentes del Capítulo Diseños antiguos y modernos del libro Diseños de Repetición, Petter Phillips y Gillian Bunce.



Andy Warhol THE WORLD'S COLLECTION
 FIGURA 45: Latas de sopa Campbell, Andy Warhol.

Las composiciones permiten que un diseño se extienda en cualquier dirección para crear un dibujo ininterrumpido.

El diseño es potencialmente infinito, y un motivo bien diseñado siempre gana con la repetición. Debe poseer tres cualidades esenciales: belleza, imaginación y orden. Se usan los principios y formas geométricas por el valor del equilibrio, la armonía, la precisión geométrica y la simetría.

Muchos artistas plásticos y gráficos han sentido preocupación por los principios de armonía y orden; desde Leonardo DaVinci y Alberto Durero hasta M.C. Escher.

La era victoriana incremento el uso de ornamentación de superficie en la decoración domestica y diseño textil. Los estampados de mobiliario de los años 20 tenían una fuerte dirección horizontal, usando repeticiones alineadas o con desplazamiento solo horizontal.

A partir de 1830, con las escuelas de diseño se estudio más el tema y los referentes gracias a las mejoras de las técnicas de impresión. Los textiles estampados se hacían con plancha de madera en que el tamaño de la repetición venia limitado por las medidas de la plancha. Los vestidos se cortaban al bias para producir un efecto "flotante" y las telas eran en muchos casos diseños forales sueltos, dispuestos con salto vertical de media altura para dar la impresión de flores esparcidas al azar. También podían usarse para reforzar la direccionalidad.

En los años 60' los diseños geométricos y "étnicos" se basaban en la repetición alineada para definir su

estructura regular, así también destacaban: Víctor Vasarely, Andy Warhol (FIG. 45), Bridget Riley; que usaron la repetición como medio para transmitir mensajes determinados a través de sus imágenes.

Se intenta que las formas se mantengan vivas a pesar de su inacabable repetición. Es el caso de las pautas numéricas que han sido importantes para muchas culturas primitivas y a menudo han tenido una poderosa influencia en su desarrollo artístico, en el campo de la ornamentación.

Así, dos series numéricas muy conocidas han tenido una gran influencia en el diseño; el cuadrado védico y la serie de fibonacci.

El arte del Islam ve al concepto, el número y el dibujo relacionados y han tenido una importante influencia en el mutuo desarrollo. Hay una interrelación entre lo bidimensional y lo tridimensional, estableciéndose un sentido del orden a través de la integración del espacio, la forma y el dibujo.

En el mundo occidental las nervaduras de las bóvedas y los mejores monumentos góticos son ejemplos de cómo la construcción y repetición pueden crear un impacto dinámico y armónico, como son la catedral de Durham (FIG. 46) y la sala capitular de la catedral de Wells, en Inglaterra.

Las naves del siglo XVIII de las catedrales de Reims, Amiens y Colonia, bóvedas de la catedral de Chartres, muestran como los conceptos de forma y diseño se desarrollaron hasta un alto nivel de complejidad y riqueza estética. Walter Gropius, fundador del movimiento del siglo XX, la Bauhaus, pensaba en términos de producción estandarizada con

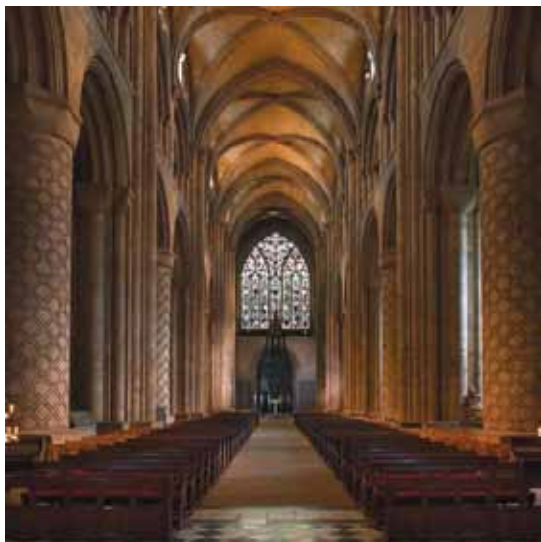


FIGURA 46: Catedral de Durham.



Figura 47: diseño textil japonés, siglos XII al XIV.



Figura 48: textil estampado con rodillo estilo Paisley, mediados del siglo XIX.

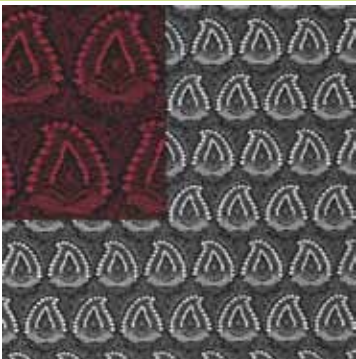


Figura 49: diseño de chal Paisley inglés, mediados del siglo XIX.

consideraciones funcionales y matemáticas.

La Unité d'Habitation de Marsella, en Francia, de LeCorbusier, es uno de los mejores ejemplos arquitectónicos del uso de unidades modulares estándar repetidas.

El muelle de China; por Piers Gough, muestra como los arquitectos pueden romper con la monotonía de las formas repetitivas; crea una complejidad a partir de estructuras sencillas, construyendo ilusiones de espacio y dimensión.

El movimiento moderno considera que la ornamentación y la decoración son corruptas y carentes de significado, más aun cuando son repetitivas. A principio del siglo XX, el arquitecto austriaco Adolf Loos escribió "Ornamento y Delito" en que daba por hipótesis: cuanto mas adelantada y civilizada se vuelve una sociedad, mas disminuyen las razones psicológicas para poseer decoración".

El diseño "New Age" ha fomentado un resurgir internacional del interés por las artes decorativas. El diseño conecta a todas las culturas, sin embargo, existe el peligro real de que cuando el arte se transmite de una cultura a otra, al no poderse establecer las referencias sociales significativas necesarias para darle integridad y relevancia, pierda su verdadero significado.

Es que durante los últimos 40 años, con el uso de la tecnología existen programas de diseño y fabricación por ordenador, que permiten realizar diseños mayores, en donde para el diseño textil, sólo por fines económicos, se debe diseñar de manera tal, que se aproveche el máximo de tela.

2.9.1.2 Tipos de repeticiones

a. Repeticiones de bloques alineados (FIG. 47)

De salto vertical y horizontal. Es la más fundamental de las organizaciones de repetición, ya que permite la más completa gama de variaciones.

El bloque se puede reflejar acentuando con ello la naturaleza estática de la repetición, o girar, lo cual ayuda a crear un diseño más dinámico, o un diseño intrincado y laxamente estructurado.

b. Repeticiones con salto vertical (FIG. 48)

Con salto de media altura es quizás el más frecuente para recubrimiento de paredes, ya que ayuda a aumentar visualmente el ancho del dibujo. Se consigue colocando cada unidad a mitad de altura por debajo de la contigua. Funciona verticalmente.

Se pueden conseguir efectos adamascados, diagonales marcadas, apariencia relativamente espontanea, zigzagueante o serpenteante.

c. Repeticiones en enladrillado (FIG. 49)

Son aquellas repeticiones con salto horizontal de media altura, por esto se le llama de enladrillado; y funciona horizontalmente.

Crema un movimiento diagonal, pudiendo ser reforzado o amortiguado mediante la aplicación controlada del color y tonalidad, que se usan para relacionar visualmente los elementos individuales dentro del diseño de repetición. Si se usa la estructura de rejilla como un elemento dentro del diseño, crea un dibujo más estable y sólido al repetirse. La variación más común es la de las bandas horizontales con imágenes reflejadas horizontalmente.



Figura 50: dibujo óptico años setenta.

d. Repeticiones irregulares (FIG. 50)

O con saltos en escalón o deslizantes. Las unidades consecutivas no siempre se desplazan en la misma fracción de la unidad; se puede combinar. El salto no siempre sigue una secuencia regular, se pueden aplicar cambios de sentido; de orientación.

Se pueden producir efectos zigzagueantes, donde los sistemas irregulares producen la sensación de lo irracional y crean un efecto más impredecible.

e. Repeticiones compuestas (FIG. 51)

Se crea a partir de tres o más unidades de diseño, utilizando las técnicas de giro o imágenes reflejadas. Se puede repetir usando cualquiera de las técnicas de repetición.

Se usan en textiles, azulejos, decoración.

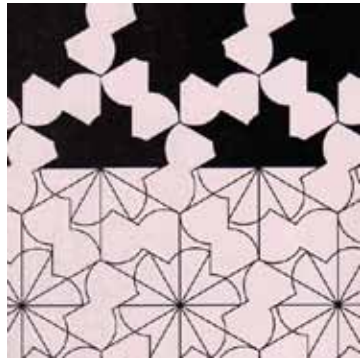


Figura 51: dibujo de azulejo italiano, siglos V al XI.

f. Repeticiones tipo moteado (FIG. 52)

Dan un aspecto no direccional, con una distribución libre de los motivos y fluido en el diseño.

Las ventajas; menos bandas horizontales, un diseño más efectivo porque se da más movimiento al dibujo, se evita mejor la repetición real del dibujo.

Se usan como base de diseños textiles, en muebles domésticos, estampados de moda, es más eficiente y económica la disposición del espacio.

Tener en cuenta las marcas de repetición, separaciones, vacíos, agrupaciones, limitar escala de los motivos, las masas pequeñas dan mejores resultados.



Figura 52: dibujos Art Nouveau, basado en un moteado de cinco puntos, 1900.

g. Bandas y orlas (FIG. 53)

Se consiguen variadas gamas de diseños por los bordes, centros y ángulos. Se usan en kimonos japoneses, piezas de hierro forjado, alfombras de pueblos caucásicos, estucos decorativos y porcelana de Meissen.

Sus formas son el cuadrado, y otros polígonos regulares, el círculo, la elipse, el rombo y el triángulo. Utilizando las diferentes formas de repetición se logran los diseños deseados, se deben tener en cuenta las alternativas de proporción y variaciones de escala.

Las tendencias contemporáneas la usan en el mercado de la moda como el diseño de interiores. Las orlas para crear ilusiones de longitud, anchura, altura y profundidad cuando se aplican a superficies.

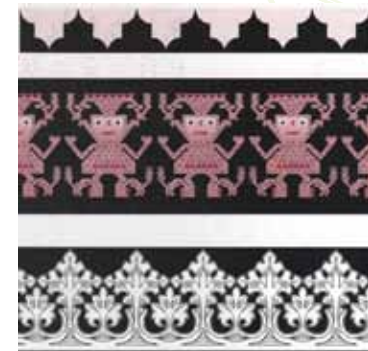


Figura 53: ejemplos de bandas.

h. Superposiciones compuestas (FIG. 54)

Se crean cuando un sistema de repetición se superpone a otro. Produce variaciones de dibujos inesperados y atractivos. Lo más sencillo es superponer un diseño sobre una copia del mismo diseño que está desplazada horizontal y vertical.

Se puede conseguir la creación de un tercer color



Figura 54: acuarela holandesa, años treinta.

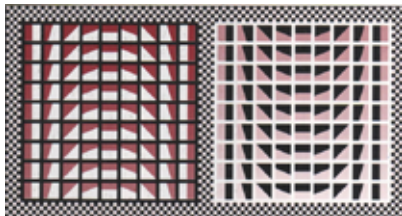


Figura 55: diseño de papel de pared, años setenta.



Figura 56: pinturas de techos de antiguas tumbas egipcias.



Figura 57: diseño con cambio de escala.

sobreimprimiendo dos colores originales en ciertas zonas. También, puede ser una imagen reflejada o un giro y proporcionadas, o con dos estructuras y diseños diferentes.

i. Repeticiones trocadas: o negativo-positivo. (FIG. 55)

Se aplica a diseños en los cuales la forma y el color intercambian posiciones, en los cuales hay que considerar ambas formas, las negativas y las positivas.

Se da un aumento al tamaño de la repetición, creando efectos ópticos y cambiando el énfasis del motivo.

j. Repeticiones tipo bloques de madera (FIG. 56)

Parte de dos estructuras en lazadas principales: parqué y adamsacado. A menudos geométricos y formas lineales que se acentúan con giros de 90°.

Interesante para motivos pequeños y ayuda a ampliar el tamaño de la repetición.

k. Cambios de escala y gradaciones (FIG. 57)

Exige un cambio gradual de forma ordenada. Genera ilusiones ópticas y crea un sentido de la progresión que conduce a un punto focal explosivo. O a una serie de puntos focales.

El cambio de escala y el movimiento producen la irradiación que puede tener el efecto de la vibración óptica, que es útil si se quiere un diseño poderoso e impactante.

l. Texturas (FIG. 58)

Puede crear un movimiento y dibujos inesperados, puede ayudar a difuminar y suavizar las formas básicas, sombra o efectos de realce, puede ser visual

o táctil.

m. Ilusiones-fenómenos ópticos (FIG. 59)

Son herramientas para la investigación del proceso básico involucrado en la visión de la realidad exterior.

Se ve el efecto muaré, creación de ilusiones mediante el engaño visual con la imagen/fondo. O también con la yuxtaposición de contraste claro/oscuro; creando ilusiones de variación tonal y sensaciones de diferentes colocaciones en el espacio.



Figura 58: diseño con textura en forma de nube.

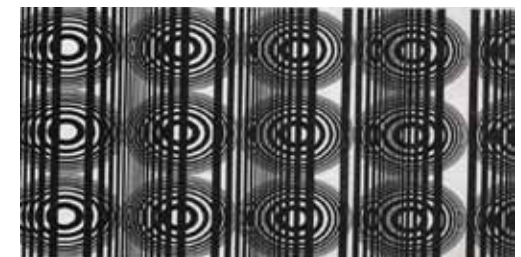


Figura 59: ejemplo de efecto muaré.

2.10 Los fractales

2.10.1 ¿Qué es un fractal?

La geometría de los fractales es un punto intermedio entre las dimensiones. Exactamente un “fractal” ni siquiera es una “cosa” en absoluto, sino más bien es una unidad de medida o una característica de las matemáticas. Por ejemplo cada fractal tiene una “dimensión fractal”, que es su grado de regularidad y la repetición.

con una estrella, a un arrugado copo de nieve. Esto también ilustra una propiedad fundamental de los fractales: los límites infinitos. Pueden encerrar un área finita con una larga y compleja línea, infinitamente o de frontera.

Para terminar de entender a los fractales, quizás el tipo mas evidente y fácil, son los que se dan en los arboles, pues es un crecimiento natural de auto-similitud; en donde lo único que se hace es repetir el tronco base, en los siguientes vértices variando los tamaños de las ramificaciones. También existe el árbol Pitagórico, que se confecciona geoméricamente mediante un triángulo inicial, el cual por sus catetos e hipotenusa surgen cuadrados. Con esta forma inicial, desde el cuadrado resultante de la hipotenusa, se crea un nuevo rectángulo, con los mismos ángulos que el inicial, y de esta forma se puede repetir infinitamente la operación, creando arboles, o ramificaciones. (FIG. 62)

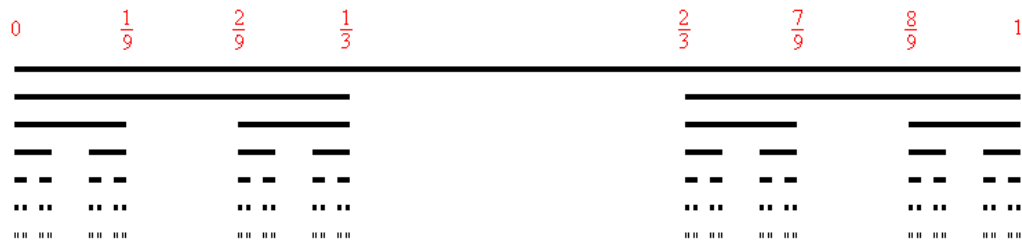


FIGURA 60: Conjunto de Cantor.

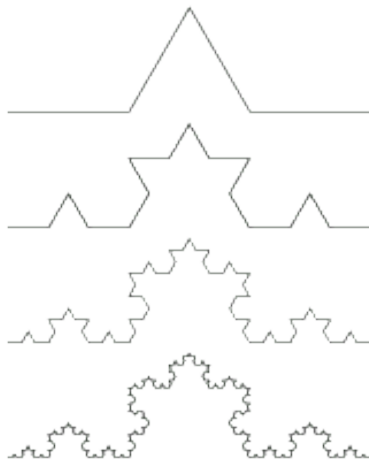


FIGURA 61: Copo de nieve KOCH.

Una forma muy simple de entender los fractales y el significado de “repetición” es examinar una operación recursiva simple que produce un patrón fractal conocido como conjunto de Cantor (FIG. 60). Se opta por una línea de longitud arbitraria y se elimina el tercio medio; siendo este el primer paso o “iteración”, para luego tomar las otras dos líneas y repetir el procedimiento de recorte. Finalmente después de 5 o 10 iteraciones se haya decenas de pequeñas líneas que ocupan sólo el espacio de los dos originales del primer paso.

Otra manera es con el copo de nieve KOCH (FIG. 61) en lugar de restar la mitad de la línea en cada paso o iteración, se añade una protuberancia triangular para cada línea, y luego sucesivamente a cada línea de resultado, hasta que la frontera pasa de un triángulo

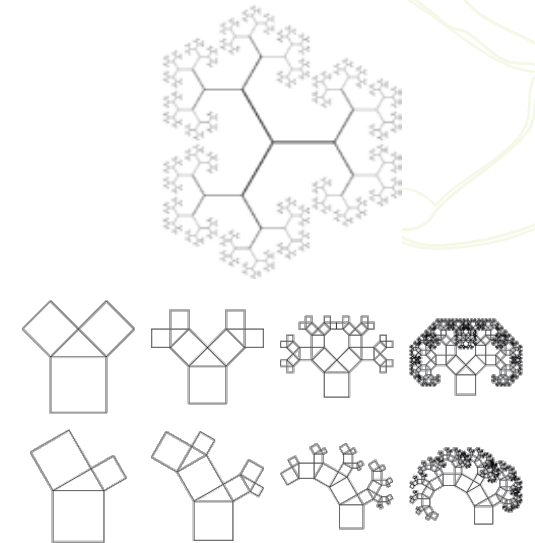


FIGURA 62: ramificaciones y árbol Pitagórico.

3. INVESTIGACIÓN DE CAMPO



Efectos en las personas	Significado FELICIDAD	sinónimos
Recepción POSITIVA ESTABLE y DURADERA Logro y ÉXITO AUMENTA la frecuencia cardiaca y respiratoria EMPATÍA y ALTRUISMO RENDIMIENTO COGNITIVO SOLUCION de problemas CREATIVIDAD Favorece el APRENDIZAJE y la MEMORIA DISFRUTAR la vida Establece NEXOS FAVORECE LAS RELACIONES interpersonales VIGOROCIDAD COMPETENCIA TRASCEDENCIA LIBERTAD CURIOSIDAD y FLEXIBILIDAD MENTAL PLACENTERO y DESEABLE BIENESTAR AUTOESTIMA y AUTOCONFIANZA	(Del lat. felicitas, -ātis). 1. f. Estado del ánimo que se complace en la posesión de un bien. 2. f. SATISFACCIÓN, GUSTO, CONTENTO. Las felicidades del mundo 3. f. Suerte FELIZ. Viajar con felicidad	DICHA BIENESTAR SUERTE PROSPERIDAD VENTURA FORTUNA CONTENTO ALEGRÍA BONANZA SATISFACCIÓN

TABLA 20

Efectos en las personas	Significado TRISTEZA	sinónimos
DISPLACENTERA NO SIEMPRE ES NEGATIVA VARIABILIDAD CULTURAL PÉRDIDA o FRACASO DECEPCION INDEFENSION AUSENCIA DE PREDICCIÓN y CONTROL DOLOR LIGERO AUMENTO frecuencia cardiaca, presión sanguínea VALORACION DE PERDIDA o DAÑO DEPRESION CONEXIÓN CON OTRAS PERSONAS DISMINUCION RITMO de actividad DASANIMO MELANCOLIA DESALIENTO PERDIDA DE ENERGIA	(Del lat. tristitia). 1. f. Cualidad de triste. 2. f. germ. Sentencia de muerte. TRISTE. (Del lat. tristis) 1. adj. AFLIGIDO, APESADUMBRADO. Juan está, vino, se fue triste. 2. adj. De carácter o genio MELANCÓLICO. Antonia es mujer muy triste. 3. adj. Que denota PESADUMBRE o melancolía. Cara triste. 4. adj. Que ocasiona pesadumbre o melancolía. Noticia triste. 5. adj. Pasado o hecho con pesadumbre o melancolía. Día, vida, plática, ceremonia triste. 6. adj. FUNESTO, DEPLORABLE. Todos le habíamos pronosticado su triste fin. 7. adj. DOLOROSO, ENOJOSO, DIFÍCIL DE SOPORTAR. Es triste haber trabajado toda la vida y encontrarse a la vejez sin pan. 8. adj. INSIGNIFICANTE, INSUFICIENTE, INEFICAZ. Triste consuelo. Triste recurso. 9. m. Canción popular de la Argentina, el Perú y otros países suramericanos, por lo general amorosa y triste, que se acompaña con la guitarra.	PENA DESCONSUELO AFLICCIÓN AMARGURA MELANCOLÍA PESADUMBRE PESAR QUEBRANTO TRIBULACIÓN DESDICHA NOSTALGIA

TABLA 21

3.1 Sobre emociones y su relación con otras temáticas

3.1.1 Dos emociones a investigar: felicidad/tristeza

Se decide investigar más a fondo estas dos emociones, debido a que son capaces de mostrar dos versiones completamente diferentes.

Por lo anterior, se encuentran conceptos que se han destacado en mayúscula, que relacionan a las emociones de felicidad y tristeza, respectivamente, con efectos que provocan en las personas⁶⁶ y características simples de sus significados⁶⁷, que ejemplifican los rasgos y aptitudes de cada emoción. Además, se amplía el concepto por otros similares, correspondientes a sus sinónimos⁶⁸. (TABLAS 20-21)

66 Conceptos rescatados de ANEXO 1, Pág. 150.

67 Real Academia Española © Diccionario de la lengua española - Vigésima segunda edición.

68 Diccionario de sinónimos y antónimos © 2005 Espasa-Calpe, Copyright © 2010 WordReference.com.

Felicidad	
Significado	Símbolos (banderas)
FLOR NACIONAL El copihue, de variados colores, el rojo es el más reconocido y se dice que representa al amor.	
ESCUDO PATRIO Muestra al huemul y el cóndor como animales nobles, representantes del país.	
BANDERA NACIONAL El color azul simboliza al cielo y el mar, el blanco a la nieve de la Cordillera de los Andes y el rojo a la sangre vertida en las batallas para la Independencia.	
CONDORITO Simboliza la picardía del chileno	
FORMA DEL PAÍS Al ser un país largo y angosto, y estar entre el mar y la cordillera, existe gran variedad de paisajes, colores, animales.	

TABLA 22

Tristeza (Melancolía, por los pueblos originarios)	
Significado	Símbolos (banderas)
BANDERA MAPUCHE Azul Kalfü: Vida, Orden, Abundancia. Símbolo del universo Blanco Ayon-lig: Limpieza, Curación, Longevidad. Símbolo de la sabiduría y la prosperidad Amarillo Choz: Renovación. Símbolo del sol Rojo Kelü: Fuerza, Poder. Símbolo de la historia Verde Karü: Tierra (naturaleza), Sabiduría, Fertilidad, Poder de Curación. Símbolo de la machi Kultrún: Los cuatro puntos cardinales. Símbolo de la sabiduría universal Gemil: El arte de la manufactura, La ciencia, El Conocimiento. El sistema de escritura	
BANDERA RAPANUI Conocida en su idioma local como Reimiro. El nombre de la bandera se refiere a un adorno pectoral que utilizaban los jefes tribales durante ceremonias religiosas, consistente en una figura de forma lunar en cuyos extremos sobresalen dos rostros humanos que se miran frente a frente.	
BANDERA AYMARA Los cuatro lados de la Whipala conmemoran a los Cuatro Hermanos Míticos; Ayar-kachi, Ayar-uchu, Ayar-laq'a y Ayar-k'allku, precursores de los Cuatro Estados originales del Tawantinsuyu; así como simbolizan al calendario Cósmico de los Aymará Quishwa. Los Siete Colores del Arco Iris ROJO; representa al planeta Tierra, y al conocimiento de los AMAWTAS. NARANJA; la sociedad; la preservación y procreación de la especie; la salud y los conocimientos de la medicina; también a la educación y juventud. AMARILLO; Energía y fuerza, doctrina del Pacha-kama y Pacha-mama; dualidad; leyes y normas de la práctica colectiva. BLANCO; el tiempo y su dialéctica, transformación; el arte y el trabajo, reciprocidad. VERDE; economía, producción andina; riquezas naturales, Tierra y territorialidad, flora y fauna. AZUL; expresión de los sistemas estelares y de los fenómenos naturales. VIOLETA; el pueblo y el poder comunitario; estado, organizaciones sociales, intercambio.	

TABLA 23

3.1.1.1 La felicidad y la tristeza, presentes en la simbología e imagen chilena

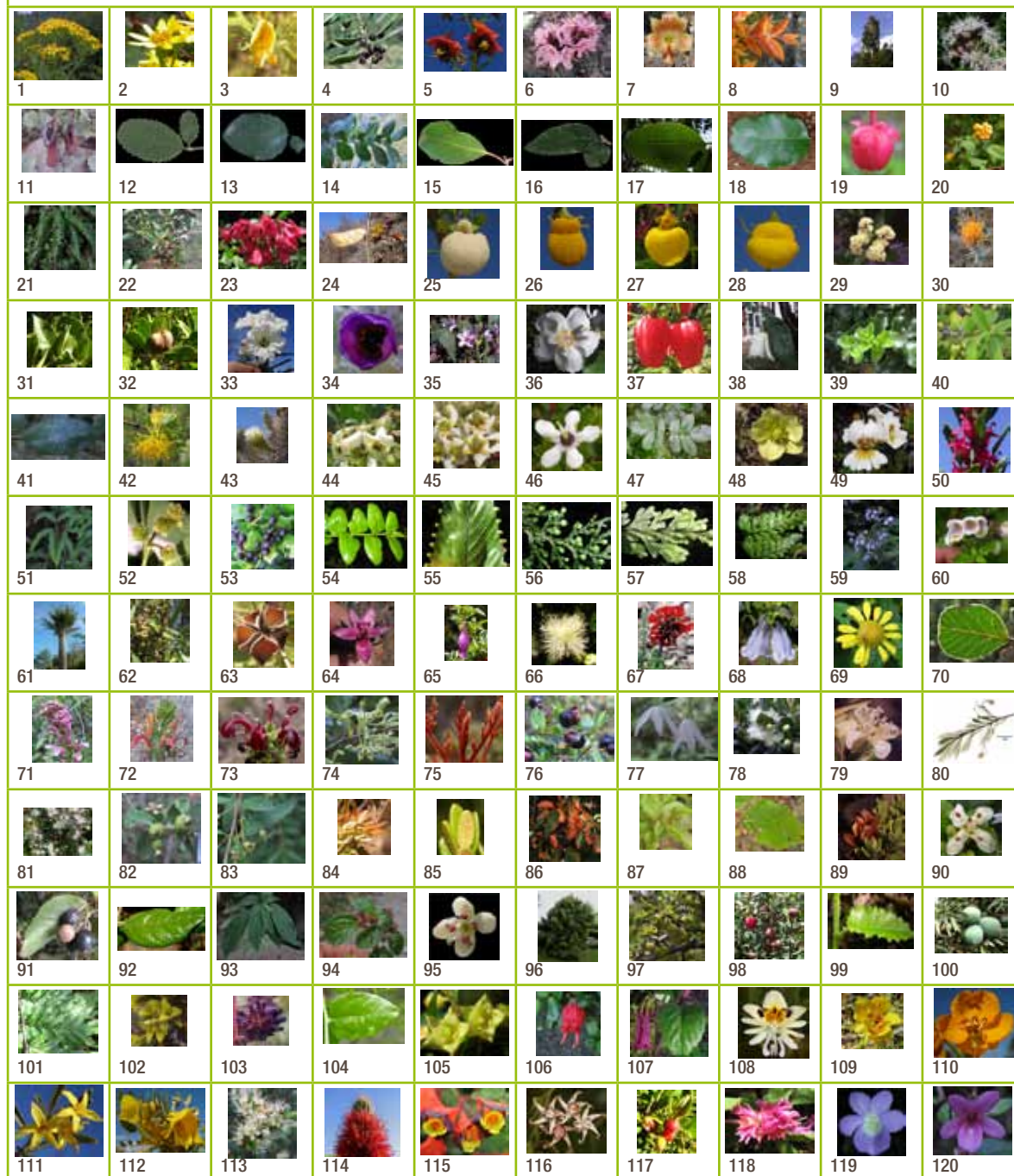
A partir de la búsqueda de elementos que identifiquen las emociones de felicidad y tristeza, dentro del país, se identifican como símbolos de felicidad a la Flor Nacional, al Escudo Patrio, a la Bandera Nacional, a Condorito y por último a la forma del país. (TABLA 22)

Los símbolos utilizados marcan la tendencia patriota del blanco, azul y rojo como colores identificables de lo chileno, junto con la estrella. Además, el colorido se hace presente a lo largo de todo el territorio, lo que marca las diferencias entre sectores.

Todo lo anterior, marca el estilo alegre del país, lleno de vida, en donde la flora y la fauna están presentes como símbolos llenos de frescura y prosperidad.

La tristeza se aborda por la melancolía y nostalgia que el país tiene por sus pueblos originarios. El pueblo mapuche, rapanui e aymara, constan de numerosos símbolos que identifican su cultura y traspasan sentimientos a los que no pertenecen a su comunidad. (TABLA 23)

FLORA ENDÉMICA DE CHILE



3.1.1.2 Flora endémica chilena⁶⁹

Endémico, ca.⁷⁰

1. adj. Pertenciente o relativo a la endemia.
2. adj. Biol. Propio y exclusivo de determinadas localidades o regiones.

Al analizarse aspectos propios del territorio, sale a la luz la flora endémica del país: (TABLA 24)

- | | | |
|---------------------------------------|--|----------------------------------|
| 1 <i>Acrisione cymosa</i> | 42 <i>Desmaria mutabilis</i> | 82 <i>Myrceugenia obtusa</i> |
| 2 <i>Acrisione denticulata</i> | 43 <i>Echinopsis chilensis</i> | 83 <i>Myrceugenia parvifolia</i> |
| 3 <i>Adesmia confusa</i> | 44 <i>Escallonia illinita</i> | 84 <i>Myrceugenia pinifolia</i> |
| 4 <i>Aextoxicon punctatum</i> | 45 <i>Escallonia revoluta</i> | 85 <i>Myrceugenia rufa</i> |
| 5 <i>Alonsoa meridionalis</i> | 46 <i>Escallonia serrata</i> | 86 <i>Nothofagus alessandrii</i> |
| 6 <i>Alstroemeria umbellata</i> | 47 <i>Eucryphia glutinosa</i> | 87 <i>Nothofagus alpina</i> |
| 7 <i>Alstroemeria versicolor</i> | 48 <i>Euphorbia lactiflua</i> | 88 <i>Nothofagus glauca</i> |
| 8 <i>Amomyrtus luma</i> | 49 <i>Euphrasia flavicans</i> | 89 <i>Orites myrtilloides</i> |
| 9 <i>Amomyrtus meli</i> | 50 <i>Fuchsia lycioides</i> | 90 <i>Ovidia pillopillo</i> |
| 10 <i>Aristeguietia salvia</i> | 51 <i>Gleichenia squamulosa</i> | 91 <i>Persea lingue</i> |
| 11 <i>Aristolochia chilensis</i> | 52 <i>Gomortega keule</i> | 92 <i>Peumus boldus</i> |
| 12 <i>Azara dentata</i> | 53 <i>Griselinia jodiniifolia</i> | 93 <i>Pilea elegans</i> |
| 13 <i>Azara celastrina</i> | 54 <i>Griselinia scandens</i> | 94 <i>Pilea elliptica</i> |
| 14 <i>Azara integrifolia</i> | 55 <i>Hymenoglossum cruentum</i> | 95 <i>Pitavia punctata</i> |
| 15 <i>Azara petiolaris</i> | 56 <i>Hymenophyllum caudiculatum</i> | 96 <i>Podocarpus salignus</i> |
| 16 <i>Azara serrata</i> | 57 <i>Hymenophyllum cuneatum</i> | 97 <i>Porlieria chilensis</i> |
| 17 <i>Beilschmiedia berteroaana</i> | 58 <i>Hymenophyllum dicranotrichum</i> | 98 <i>Pouteria splendens</i> |
| 18 <i>Beilschmiedia miersii</i> | 59 <i>Jovellana punctata</i> | 99 <i>Proustia pyrifolia</i> |
| 19 <i>Berberidopsis coralina</i> | 60 <i>Jovellana violacea</i> | 100 <i>Prumnopitys andina</i> |
| 20 <i>Berberis congestiflora</i> | 61 <i>Jubaea chilensis</i> | 101 <i>Pteris chilensis</i> |
| 21 <i>Blechnum blechnoides</i> | 62 <i>Kageneckia angustifolia</i> | 102 <i>Puya chilensis</i> |
| 22 <i>Blepharocalyx cruckshanksii</i> | 63 <i>Kageneckia oblonga</i> | 103 <i>Puya venusta</i> |
| 23 <i>Bomarea salsilla</i> | 64 <i>Krameria cistoidea</i> | 104 <i>Quillaja saponaria</i> |
| 24 <i>Caesalpinia angulata</i> | 65 <i>Latua pubiflora</i> | 105 <i>Rhamnus diffusus</i> |
| 25 <i>Calceolaria alba</i> | 66 <i>Legrandia concinna</i> | 106 <i>Sarmienta repens</i> |
| 26 <i>Calceolaria integrifolia</i> | 67 <i>Leontochir ovallei</i> | 107 <i>Satureja multiflora</i> |
| 27 <i>Calceolaria nudicaulis</i> | 68 <i>Lepechinia chamaedryoides</i> | 108 <i>Schizanthus pinnatus</i> |
| 28 <i>Calceolaria thysiflora</i> | 69 <i>Leptocarpha rivularis</i> | 109 <i>Scyphanthus elegans</i> |
| 29 <i>Caldcluvia paniculata</i> | 70 <i>Lithraea caustica</i> | 110 <i>Senna stipulacea</i> |
| 30 <i>Chuquiraga ulicina</i> | 71 <i>Lobelia bridgesii</i> | 111 <i>Skytanthus acutus</i> |
| 31 <i>Citronella mucronata</i> | 72 <i>Lobelia excelsa</i> | 112 <i>Sophora macrocarpa</i> |
| 32 <i>Colliguaja odorifera</i> | 73 <i>Lobelia polyphylla</i> | 113 <i>Tepualia stipularis</i> |
| 33 <i>Cordia decandra</i> | 74 <i>Lomatia dentata</i> | 114 <i>Tristerix aphyllus</i> |
| 34 <i>Corynabutilon ceratocarpum</i> | 75 <i>Lomatia ferruginea</i> | 115 <i>Tropaeolum tricolor</i> |
| 35 <i>Corynabutilon ochsenii</i> | 76 <i>Luma chequen</i> | 116 <i>Tweedia birostrata</i> |
| 36 <i>Corynabutilon vitifolium</i> | 77 <i>Luzuriaga polyphylla</i> | 117 <i>Ugni candollei</i> |
| 37 <i>Crinodendron hookerianum</i> | 78 <i>Myrceugenia colchaguensis</i> | 118 <i>Valdivia gayana</i> |
| 38 <i>Crinodendron patagua</i> | 79 <i>Myrceugenia correifolia</i> | 119 <i>Viola portalesia</i> |
| 39 <i>Cryptocarya alba</i> | 80 <i>Myrceugenia lanceolata</i> | 120 <i>Viola rubella</i> |
| 40 <i>Dasyphyllum diacanthoides</i> | 81 <i>Myrceugenia leptospermoides</i> | |

69 Fuente: Enciclopedia de la Flora Chilena; <http://www.florachilena.cl/>

70 Real Academia Española © Diccionario de la lengua española - Vigésima segunda edición.

TABLA 24



Felicidad	
Acrisione cymosa / PALPAL, PALPALÉN, MATICO, PARA NÁ	Forma lineal
	

TABLA 25


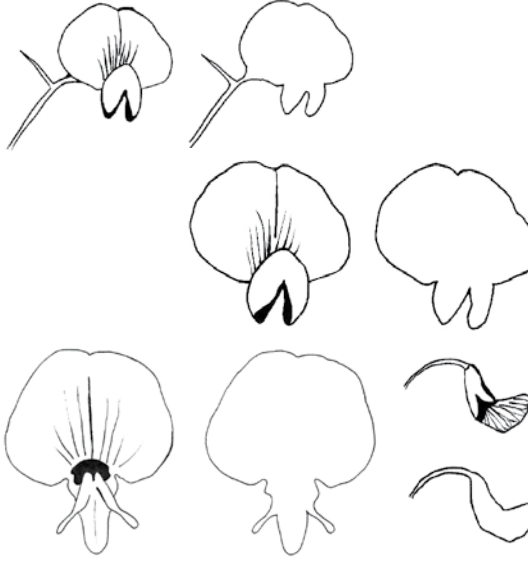
Felicidad	
Adesmia confusa / VARILLA BRAVA, ESPINILLO, PALHUÉN	Forma lineal
	

TABLA 26

3.1.1.3 Selección de ejemplares para análisis formal de acuerdo a las emociones de felicidad y tristeza⁷¹

De acuerdo a características y aspectos formales de la Flora Endémica chilena se consideran ciertas especies aptas de ser consideradas como alusivas a ciertas emociones, por lo cual se escogen ciertos ejemplares y se intenta dar cuenta de sus cualidades más evidentes.

FELICIDAD

a. *Acrisione cymosa* (TABLA 25)
 El Palpal crece entre Valdivia y Aysén (X a XI región), es un arbusto siempreverde que alcanza una altura de hasta 2,5m, de ramas débiles color rojizo-cenicienta. Hojas alternas, borde doblemente aserrado, de forma elíptica-lanceoladas con el ápice agudo. Flores hermafroditas reunidas en inflorescencias corimbosas terminales. El fruto es un aquenio.

b. *Adesmia confusa* (TABLA 26)
 La Varilla Brava crece entre Coquimbo y Colchagua (IV a VI región). Habita cerros y laderas asoleadas.

Es un arbusto siempreverde que alcanza una altura de hasta 1,5m; de ramas brillantes que terminan en espinas. Hojas compuestas, alternas, de 2cm de largo. Flores hermafroditas, amarillas, papilionadas, con un cáliz globoso. El fruto es una lomento cubierto de pelos.

⁷¹ Fuente: Enciclopedia de la Flora Chilena; <http://www.florachilena.cl/>


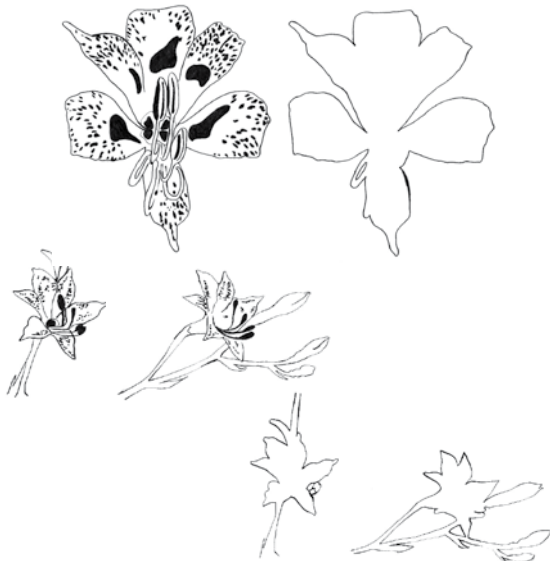
Felicidad	
Alstroemeria versicolor / TIGRINA	Forma lineal
	

TABLA 27

c. *Alstroemeria versicolor* (TABLA 27)

La Tigrina crece desde Pirque al Fundo los Alpes (RM a IX región). Habita en zonas abiertas o a semi-sombre, junto a rocas o arbustos.

Es una planta perenne de raíces gruesas, carnosas de color blanco. Alcanza una altura de hasta 40cm. Hojas simples, glabras, alternas, de borde entero.

Flores hermafroditas, café-cobrizo a amarillo pálido, formadas por 6 tépalos recurvos, todos ornamentados. Los 3 internos más angostos. El fruto es una cápsula que al estar madura, explota liberando semillas redondas.



Felicidad	
Chuquiraga ulicina / YERBA BLANCA, HIERBA DE LA YESCA	Forma lineal
	

TABLA 28

d. *Chuquiraga ulicina* (TABLA 28)

La Yerba Blanca crece en la pre-cordillera entre Coquimbo y Aconcagua (IV a V región).

Es un arbusto muy ramoso, de hojas espinosas, siempreverde que alcanza una altura de hasta 1,5m; tallos y follaje de color cenicienta. Hojas opuestas, de borde entero, sésiles y mucronadas. Flores reunidas, amarillas o rojizas, hermafroditas.


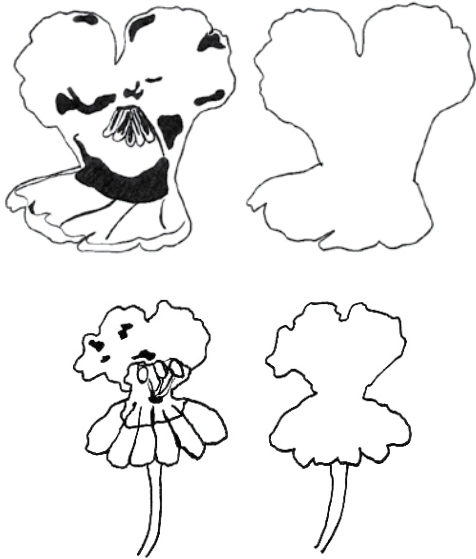
Felicidad	
Euphrasia flavicans / EUFRASIA BLANCA, EUFRASIA	Forma lineal
	

TABLA 29

e. *Euphrasia flavicans* (TABLA 29)

La Eufrosia Blanca crece sólo en la cordillera de los Andes de la X región. Habita a pleno sol, sobre suelos volcánicos.

Es una planta herbácea, perenne, que alcanza una altura de hasta 20cm. Hojas opuestas, flores hermafroditas, de color blanco con amarillo, reunidas; y miden cerca de 1 cm. El Fruto es una cápsula elíptica con numerosas semillas en su interior.

f. *Latua pubiflora* (TABLA 30)

El Palo de Brujo crece en la cordillera de la costa desde Valdivia a Chiloé (X región). Habita en terrenos húmedos.

Es un arbusto o pequeño árbol siempreverde que alcanza una altura de 6m, con ramas largas y espinosas. Hojas enteras, alternas, elípticas, ásperas de color verde claro y de 3-6cm de longitud, ápice agudo y base atenuada. Flores hermafroditas, de color púrpura, solitarias en las axilas de las hojas. Cáliz corto formado por 5 sépalos fusionados. Fruto una baya globosa, amarillenta de 2cm de diámetro.



Felicidad	
<i>Latua pubiflora</i> / LATÚE, PALO MATO, PALO DE LOS BRUJOS	Forma lineal
	

TABLA 30



Felicidad	
Leptocarpha rivularis / PALO NEGRO	Forma lineal
	

TABLA 31

g. Leptocarpha rivularis (TABLA 31)

El Palo Negro crece entre el Maule y Osorno (VII a X región), en ambas cordilleras, junto a cursos de agua y generalmente a pleno sol.

Es un arbusto siempreverde que alcanza una altura de hasta 2m, de ramas erectas color negro y tallos de forma estriada.

Hojas alternas u opuestas, borde con pocos dientes, de forma ovaladas-oblongas con el ápice agudo a obtuso. Flores hermafroditas, compuestas, terminales y axilares, de color amarillo brillante. El fruto es un aquenio negro de hasta 4mm de longitud.

h. Lomatia ferruginea (TABLA 32)

El Fuinque se distribuye desde Curicó hasta Magallanes (VII a XII región). Prefiere suelos profundos y húmedos, especialmente a orillas de quebradas.

Es un árbol pequeño de hasta 6m de altura y hasta 30cm de diámetro, siempreverde, poco ramoso. Hojas compuestas bipinadas que se parecen a las hojas de un helecho, opuestas y pecioladas. Flores hermafroditas pediceladas, de 2cm de largo en racimos más cortos que las hojas, compuestos por 14-16 flores opuestas, de color amarillo-verdosas en capullo, cada flor esta formada por 4 tépalos oval-lanceolados bicolores, café rojizos con ápice verde. Fruto un folículo leñoso café oscuro, compuesto por 2 valvas, abriéndose en un plano, pedicelado, adelgazado.



Felicidad	
Lomatia ferruginea	Forma lineal
	

TABLA 32



Felicidad	
Schizanthus pinnatus / MARIPOSITA BLANCA, MARIPOSITA	Forma lineal
	

TABLA 33

i. *Schizanthus pinnatus* (TABLA 33)
 La Mariposa Blanca crece entre Coquimbo y la Araucanía (IV a IX región).

Es una planta herbácea, anual que alcanza una altura de hasta 50 cm. Hojas compuestas, y peludas. Flores hermafroditas dispuestas en racimos terminales compuestos por varias flores de color blanco, rosado o violeta claro, con una mancha amarilla en el labio superior. El fruto es una cápsula globosa de 5 mm de diámetro.

j. *Senna stipulacea* (TABLA 34)
 El Quebracho crece en las quebradas costeras húmedas de la zona central.

Es un arbusto siempreverde que alcanza una altura de hasta 1,5m, corteza delgada de color café-parda y con hendiduras irregulares. Hojas compuestas, paripinadas, alternas, de color verde lustroso.

Flores hermafroditas reunidas en cimas terminales de color amarillo-anaranjadas. Sépalos 5 y pétalos 5, siendo el superior más grande que los laterales e inferiores. El fruto es un legumbre corta y ancha, con varias semillas negras en su interior.


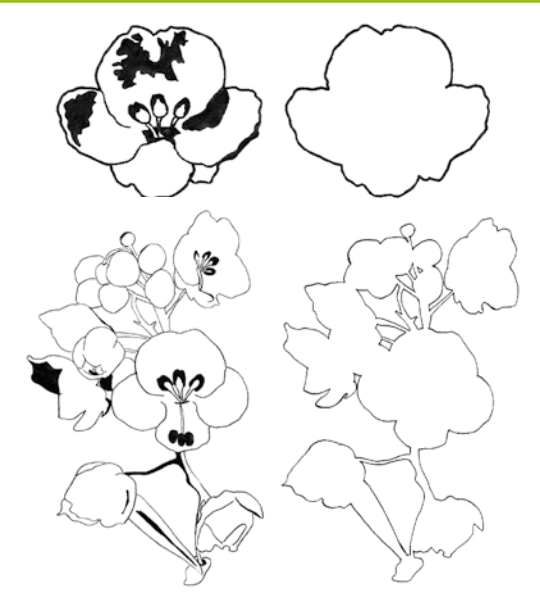
Felicidad	
Senna stipulacea / QUEBRACHO	Forma lineal
	

TABLA 34

Tristeza

Aextoxicon punctatum / Olivillo, Aceitunillo, Palo Muerto, Tique, teque

Forma lineal

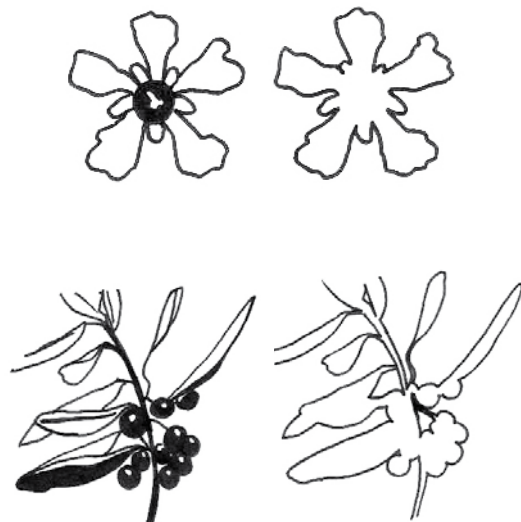


TABLA 35

TRISTEZA

a. *Aextoxicon punctatum* (TABLA 35)

Generalmente crece en sitios húmedos desde Fray Jorge hasta la isla de Chiloé. En la cordillera de la costa forma bosques densos y puros.

El Olivillo es un árbol siempreverde que puede alcanzar hasta 15m de altura y 80cm de diámetro, la copa es globosa, follaje parduzco y corteza delgada, lisa de color gris. Las hojas son opuestas de margen entero, de forma oblonga, el envés esta cubierto por puntitos rojos y tiene una textura áspera. Cáliz formado por 5 sépalos y corola de 5 pétalos blancos de forma espatulada. El fruto es una drupa negruzca.

b. *Alonsoa meridionalis* (TABLA 36)

El Ajicillo crece desde Copiapó al Bio-Bío (III a VIII región). Habita en laderas o planicies soleadas.

Es una hierba perenne, ramosa y de tallos cuadrangulares que alcanza una altura de hasta 1,5m. Hojas simples, opuestas y pecioladas, de forma oval-lanceolada con los márgenes aserrados, ápice agudo. Flores hermafroditas de 1,5cm de diámetro, agrupadas en inflorescencias racimosas terminales. Cáliz formado por 5 sépalos pubescentes, corola color rojo o naranja formada por 5 pétalos de bordes sinuosos, 4 estambres, estilo con estigma bifido. El fruto es una cápsula con forma de ají.

Tristeza

Alonsoa meridionalis / AJICILLO, FLOR DEL SOLDADO

Forma lineal



TABLA 36


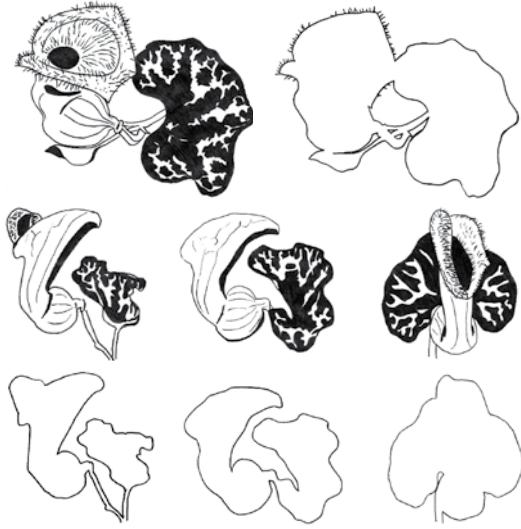
Tristeza	
Aristolochia chilensis / OREJA DE ZORRO, HIERBA DE LA VIRGEN MARÍA	Forma lineal
	

TABLA 37

c. *Aristolochia chilensis* (TABLA 37)
 La Oreja de Zorro crece desde Copiapó a Santiago (III a RM región). Habita zonas abiertas.

Es una hierba rastrera, perenne, de tallos estriados amarillos o rojizos de 40-100cm de largos. Hojas simples, alternas, onduladas, reniformes de 3-10cm de diámetro.

Flores malolientes, hermafroditas, tubulares, solitarias de 3-5cm de largo, de color púrpura. En su interior están cubiertas por pelos blancos, los que sirven para atrapar insectos. 6 estambres y estilos terminados en 3-6 estigmas. El fruto es una cápsula cilíndrica de 3-4cm, las semillas son negras, aplanadas de 4,5 x 4mm.


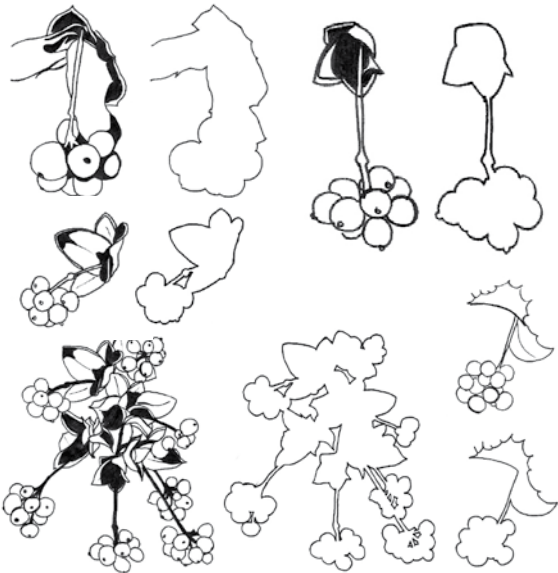

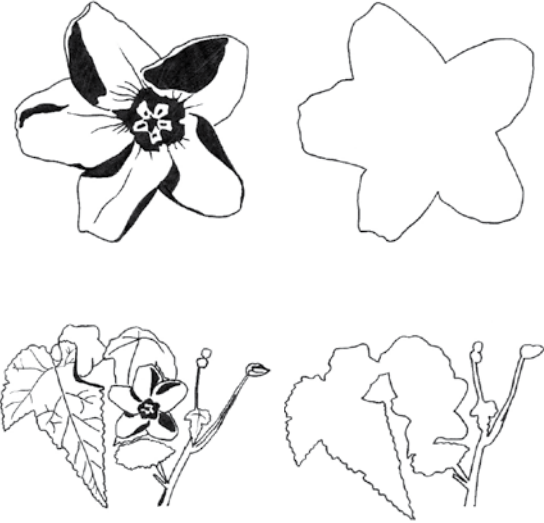
Tristeza	
Berberis congestiflora / Michay	Forma lineal
	

TABLA 38

d. *Berberis congestiflora* (TABLA 38)
 Especie poco frecuente que habita en la IX y X región de Chile.

El Michay es un arbusto de hasta 3m de altura. Hojas de borde entero o espinoso con 5-7 pares de espinas, agrupadas, coriáceas de forma oval o elíptica. Flores agrupadas en racimos compuestos por cerca de 25 flores. Flores de 2,5-3mm de largo de color amarillo.

El fruto es una baya globosa color azul oscuro de 6mm de diámetro que contiene 4-5 semillas negras de 4mm de largo.

Tristeza	
Corynabutilon ochsenii / HUELLA CHICA, ABUTILÓN, ABUTILÓN DE VALDIVIA	Forma lineal
	

e. *Corynabutilon ochsenii* (TABLA 39)

La Huella Chica crece entre Malleco y Osorno (IX a X región). Habita en tierras bajas de la depresión intermedia.

Es un arbusto siempreverde que alcanza una altura de hasta 2m. Hojas alternas, palmadas, 3-5 lóbulos bien marcados, con el central de mayor tamaño, de borde sinuado.

Flores violetas, hermafroditas, solitarias o de a dos. Cáliz pubescente formado por 5 sépalos fusionados, corola formada por 5 pétalos libres. El fruto es un cápsula oval y aplanada con 12-14 semillas.

f. *Kageneckia oblonga* (TABLA 40)

Bollén crece entre Coquimbo y Malleco (IV a XI región). Habita en terrenos pobres cerca de las quebradas.

Pequeño árbol o arbusto dioico, siempreverde que alcanza una altura de hasta 5m. Hojas alternas, muy coriáceas, de borde aserrado y forma oblonga. Flores unisexuales de forma estrellada, de color blanco, solitarias o reunidas en inflorescencias axilares. Cáliz formado por 5 sépalos, corola de 5 pétalos. El fruto es una cápsula estrellada, pentámera, de 2-3cm de diámetro. Las semillas son aladas.

TABLA 39


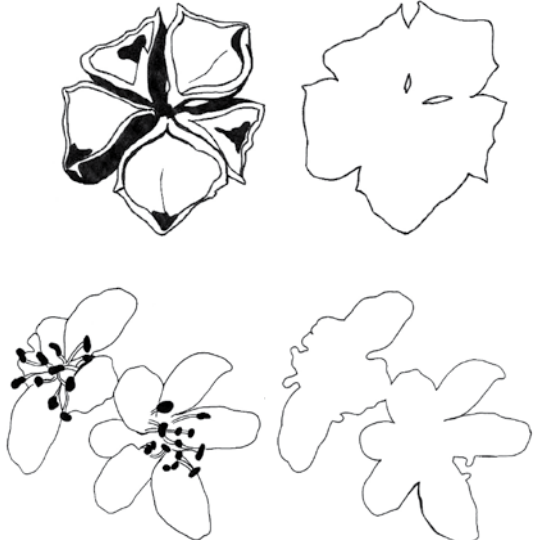
Tristeza	
Kageneckia oblonga / BOLLÉN, GUAYO, HUAYO, HUAYU	Forma lineal
	

TABLA 40

Tristeza

Luma chequen / CHEQUÉN, ARRAYÁN BLANCO, ARRAYÁN, HUILLIPETA, CHIN-CHÍN, REGNGE

Forma lineal



g. Luma chequen (TABLA 41)

El Chequén se distribuye desde Coquimbo hasta Llanquihue (IV a X región). Habita sitios húmedos, generalmente a orillas de esteros o lagos.

Es un arbusto o pequeño árbol siempreverde que alcanza una altura de hasta 9m, corteza lisa, decorticante de color café-plomiza. Ramillas nuevas pubescentes. Hojas opuestas de forma elíptica.

Flores hermafroditas, 4 pétalos libres de color blanco; el fruto es una baya negro-violácea, subglobosa, con 1-9 semillas.

h. Luzuriaga polyphylla (TABLA 42)

El Coral crece desde el Maule a Aisén (VII a XI región). Habita lugares sombríos y húmedos.

Planta trepadora, siempreverde que se adhiere a los troncos por medio de raíces finas. Hojas alternas, distichas, de borde entero.

Flores hermafroditas de 1 cm de largo, 6 tépalos desiguales de color blanco, 6 estambres. El fruto es una baya globosa, lisa, de color rojo-anaranjado.

TABLA 41

Tristeza

Luzuriaga polyphylla / CORAL, QUILINEJA, PALMA

Forma lineal

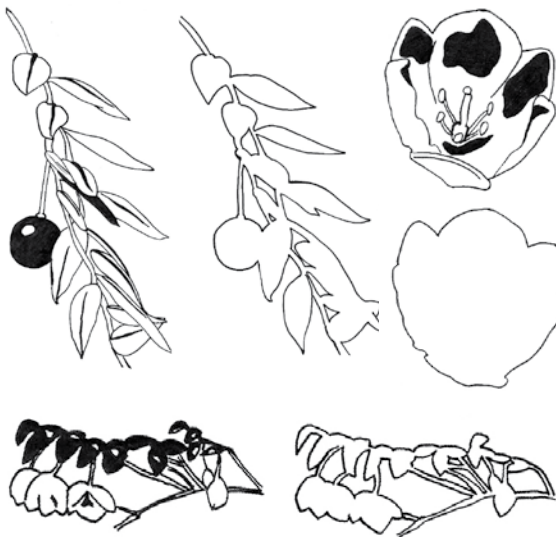


TABLA 42



Tristeza	
Tweedia birostrata / ZAHUMERIO, SAUMERIO, VOQUICILLO	Forma lineal
	

TABLA 43

i. *Tweedia birostrata* (TABLA 43)

El Zahumerio crece entre la II y VIII región. Habita zonas de matorrales, a pleno sol.

Es una trepadora siempreverde poco leñosa que alcanza una altura de hasta 1,5m. Hojas opuestas de forma lanceolada, revolutas, con el ápice redondeado y la base cordada. La nervadura muy notoria en el haz.

Flores muy aromáticas, hermafroditas, dispuestas en umbelas terminales multiflorales. Cáliz formado por 5 sépalos; corola compuesta por 5 pétalos bicolors (blancos con los bordes púrpuras) torcidos, que en conjunto dan la apariencia de una hélice. El fruto es una cápsula y las semillas son vilanos.

j. *Viola portalesia* (TABLA 44)

La Violeta Arbustiva crece desde Zapallar a Valdivia (V a X región). Especie no muy frecuente.

Es un arbusto siempreverde, no muy ramificado, de tallos delgados que alcanza una altura de hasta 30cm. Hojas alternas, borde dentado, de forma lanceolada a romboidal con el ápice agudo.

Flores hermafroditas, solitarias, axilares, de 2cm, de color azul-violáceo. Cáliz de 5 sépalos libres, corola formada por 5 pétalos, el inferior formando un espolón en la parte posterior de la flor. El fruto es una cápsula tri-valva.


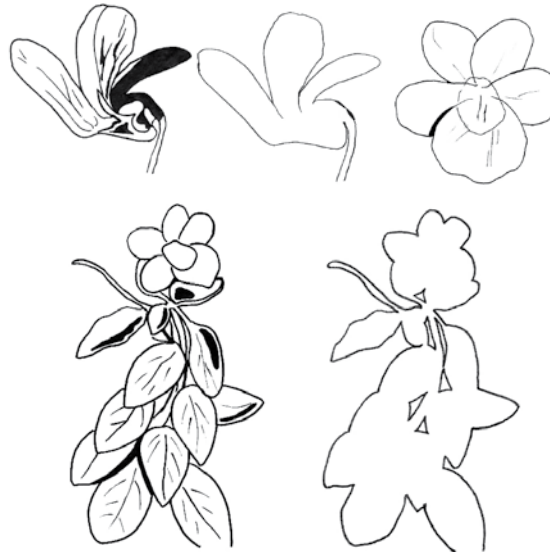
Tristeza	
<i>Viola portalesia</i> / VIOLETA ARBUSTIVA	Forma lineal
	

TABLA 44

Signos o Símbolos	FELICIDAD
Signo MÁS Positividad, suma, aumento. Todos aspectos característicos de la felicidad.	
SMILE Simboliza la alegría, la felicidad, mediante una sonrisa.	
SOL Con su radiante color amarillo, traspassa vitalidad y alegría.	
CORAZÓN Simboliza el amor, que conlleva a un estado de felicidad plena.	
MASCARA COMEDIA TEATRAL Antiguo símbolo para el teatro, que resume la característica cómica de una obra.	
AMPOLLETA ENCENDIDA Alude a una nueva idea, a creatividad.	
GLOBOS DE COLORES En el cielo, de colores llamativos, livianos, alegran a quienes los ven, y de los niños.	
MÚSICA Sonido o formas asociadas, de carácter agradable, de movimiento, placer y felicidad.	
Flor GIRASOL Simbolizan la alegría infantil, la espontaneidad, la inmadurez, la variabilidad.	
Flor MIMOSA Representa la alegría juvenil, y la sensibilidad.	
Flor CENTAUREA Felicidad	
ROSAS Rojas Expresan amor y pasión, quizás por esta razón son las preferidas por los enamorados.	

TABLA 45

Signos o Símbolos	TRISTEZA
Signo MENOS	
CARITA TRISTE Simboliza tristeza	
LUNA Imagen solitaria, melancólica y hermosa.	
CORAZÓN PARTIDO Al ser un símbolo de amor, pero ala vez destrozado, hace pensar en tristeza y dolor.	
MASCARA TRAGEDIA TEATRAL Caracteriza el drama, una tragedia en una obra.	
ARBOL SIN HOJAS O deshojándose, denota soledad, melancolía, tristeza. Además por ser asociado al invierno, en donde todo se ve más gris.	
LLUVIA/NUBE/PARAGUA Elementos propios del invierno, reafirman un sentimiento nostálgico, melancólico y gris.	
GLADIOLOS Símbolo elegante de la solemnidad, así como de tristeza por ausencias.	
Flor PENSAMIENTO Recuerdo, nostalgia.	
SAUCE LLORÓN Aflicción, nostalgia.	
Flor ZINNIA nostalgia del ayer alegre	
Flor GERANIO OSCURO Melancolía	

TABLA 46

3.1.1.4 Signos o Símbolos que se asocian a la felicidad y a la tristeza

Existen diversos signos o símbolos que se pueden relacionar con emociones, es por esto que se desarrolla algunos ejemplos que permiten distinguir diferencias entre ambas emociones y lograr evidenciar otras cualidades que pueden percibirse de la felicidad o de la tristeza.

En el caso de la felicidad, se demuestra una marcada tendencia por el color, y a las formas agradables a la vista. Además, muestra como los elementos interaccionan entre sí, y en variadas ocasiones son mas de uno. (TABLA 45)

En cambio para la tristeza las formas son más individualistas, sin abuso de colores saturados y si los hay presentes, ayuda a marcar el sentimiento muy fuertemente. (TABLA 46)

FELICIDAD		FELICIDAD	
CONCEPTO ASOCIADO	% DE COLOR	CONCEPTO ASOCIADO	% DE COLOR
EL CALOR		LO REFRESCANTE / LO FRESCO	
LA CERCANÍA		LO AGRADABLE	
LA ALEGRÍA / EL GOZO DE VIVIR		LA DIVERSIÓN	
LA EXTRAVERSIÓN		LA SOCIABILIDAD	
LO DIVERTIDO		LO LLAMATIVO	
EL OPTIMISMO		LA FELICIDAD	

TABLA 47

TRISTEZA		TRISTEZA	
CONCEPTO ASOCIADO	% DE COLOR	CONCEPTO ASOCIADO	% DE COLOR
LA LEJANÍA		LO TRANQUILIZADOR	
EL FRÍO / LO FRÍO		LA VOZ BAJA	
PASIVIDAD		LA SENSIBILIDAD / LA SENTIMENTALIDAD	
EL DESCANSO/ RELAJACIÓN		EL OTOÑO	
EL ANHELO			
LA INTROVERSIÓN			

TABLA 48

3.1.1.5 Colores que corresponden a la felicidad y a la tristeza⁷²

Los colores o grupos de color, son capaces de transmitir sensaciones o conceptos.

Es por lo anterior, que se destacan ciertos conceptos que se relacionan con lo que significan las emociones de felicidad (TABLA 47) y de tristeza (TABLA 48).

⁷² Según la Psicología del color.

3.1.1.6 Iluminación acorde a las emociones (felicidad y tristeza)

Para entender que tipo de iluminación se asocia mejor a las emociones de felicidad y tristeza se estudian los tres aspectos de la luz:

a. Iluminancia

Tomando el caso de una vivienda, específicamente de una sala de estar, se encuentran las siguientes cantidades de luz a emitir:

MÍNIMA 300 luxes (equivale a 272,7272... w)
RECOMENDADA 400 luxes (equivale a 363,6363...w)
ÓPTIMA 500 luxes (equivale a 454,5454...w)

Es por esto, que se deben encontrar ampollitas de 363 W que corresponden a la media. Quizá se puede jugar un poco en esto, debido a las emociones que deben transmitirse.

b. Reflectancia de una pared

Una pared puede reflejar luz, por lo cual según el color que posea, variará el porcentaje de reflectancia. Es por esto, que según el análisis a ciertos colores, que el color blanco es uno de los que mas refleja por lo cual es el que mas se adecua para ser base de una pared, ya sea para la emoción de felicidad o la emoción de tristeza.

c. Aspecto cromático

La luz puede ser fría/intermedia/cálida; pero como justamente las emociones de felicidad tienen un carácter cromático más cálido y la emoción de tristeza un carácter más frío, se trataran solamente estas.

Para reflejar luz fría o cálida, debe ajustarse la iluminancia y temperatura del color. Por esto, una luz fría tendera al color blanco azulado y una luz cálida a un blanco rojizo. Existen en el mercado ampollitas de colores que pueden ayudar en este aspecto.

Además, se puede ayudar mediante el contraste de color para poder reflejar más luz, por esto como ya se ha determinado que un color blanco será el fondo base, se podría utilizar en conjunto con los siguientes colores:

- Rojo sobre blanco
- Blanco sobre verde
- Verde sobre blanco
- Azul sobre blanco
- Negro sobre blanco

Por lo tanto, lo que se podría recomendar, según lo investigado ciertos patrones a seguir. (TABLA 49)

	Felicidad	Tristeza
Iluminancia (Media de 300 W)	mayor	menor
Reflectancia (base pared)	Blanco 70%-75%	
Aspecto cromático	Luz blanca rojiza	Luz blanca azulada

TABLA 49

LAMINAS	DESCRIPCIONES
	El color gris claro del fondo tiene una distancia cromática similar con el blanco y el gris oscuro. De todas formas, llaman más la atención las formas blancas, pero se ven de forma alternadas.
	Siguen siendo las formas blancas las que se perciben mejor. Al ver una de las formas blancas, se hacen ver a las demás seguidas correlativamente y conforman un conjunto visual.
	Existen dos formas, que con diferencias de colores proporciona diferencias entre figura y fondo. Las líneas diagonales, y circulares son el fondo del papel o soporte.
	Los puntos al verlos más cerca se ven más unidos y por lo mismo se pueden ver formas en conjunto. Si la misma imagen se ve más de lejos, los puntos se dispersan.
	Las formas blancas parecen estar en primer plano, mientras que las grises parecen sombras. La sombra es imposible, porque no concuerdan con la forma.
	Los puntos blancos forman líneas diagonales. Los puntos pueden verse como grupos.
	Las formas coloreadas totalmente, provocan que el tono más oscuro sea más perceptible. Ahora, es difícil entender la forma blanca.

TABLA 50

LAMINAS	DESCRIPCIONES
	Si una forma posee un tono más saturado, claramente será el foco de atención.
	Las formas simétricas, más colores de una misma gama, producen diseños monótonos. Estos colores, saturan la imagen.
	Elementos simétricos, con colores opuestos, acentúan miradas a diferentes formas, dejando atrás a otras.
	Formas simétricas, con dos colores de la misma tonalidad más un distractor blanco. Se produce un resultado más armónico.
	Formas simétricas que utilizan tonos de igual saturación. En este caso se produce un diseño opaco, y serio.
	Las formas poseen centros (puntos de color verde) que centran la visión. Son los puntos los que se ven primero y luego las formas que lo rodean.

TABLA 51

3.1.2 Análisis a láminas de Sven Hesselgren

El uso del color es importante, ya que con un buen uso en diferentes formas se puede lograr diversos efectos y focos de atención.

Las formas, ya sean lineales o con superficies, según su disposición y mezcla en un plano, pueden producir diversos efectos y movimientos visuales.

El color blanco, es un buen foco de atención. Al igual que los colores más llamativos; hay que encontrar los fondos adecuados para lograr el efecto deseado. (TABLAS 50-51)

3.1.3 Entrevistas a expertos del tema

3.1.3.1 Entrevista sociólogo Rafael Villarroel Somoza⁷³

De la entrevista se destacan las siguientes afirmaciones:

- a. Las emociones dependen del contexto en que se generen.
- b. en todos los ámbitos y sociedades se dan las emociones; no es solo de una sociedad, ya que son parte de todas las personas. Lo que si puede variar es el grado de emocionalidad presente, cada cultura posee características diferentes, en las cuales pueden ser mas o menos expresivos.
- c. En general, el chileno es menos emocional que otros países.
- d. debido al fuerte desarrollo socioeconómico, el chileno ha pasado de ser “apocado” a ser “agrandados”.
- e. hoy en día existen numerosos segmentos sociales, a causa del crecimiento económico. Lo anterior, provocó un cambio de actitud en las personas, las cuales privilegian el status, el prestigio que pueden obtener por cosas materiales, de marca, sin importarles el endeudarse para conseguirlas.
- f. en América latina Chile es el país mas influenciado por el exterior, por la moda extranjera.
- g. los chilenos son consumidores excesivos.

⁷³ (Entrevista completa en ANEXO 3, Pág. 154)

h. lo patriótico dura periodos cortos, y su auge se debe a un efecto de moda.

i. al existir infinitudes de segmentos y sub-segmentos, hoy se prefiere hablar de nichos de mercado, en donde cada nicho busca su identificación y diferenciación de grupo.

j. en la capital todo es más avanzado, más rápido que en regiones.

k. no existe una sola identidad, son muchas dentro de una.

l. existen factores unificadores de identidad chilena, los cuales son:

- 1- el lenguaje
- 2- ideología democrática
- 3- individualismo
- 4- consumismo
- 5- imitadores (“copiones”)
- 6- no nacionalistas

m. Chile es una sociedad aspiracional, en donde el extranjero marca la tendencia.

3.1.3.2 Entrevista Artista Plástico, pintor y grabador Hugo Rivera Scott⁷⁴

De la entrevista se destacan las siguientes afirmaciones:

a. la percepción no pierde vigencia, ya que es propia del hombre, y por lo tanto esta ligada a la cultura.

⁷⁴ Entrevista completa en ANEXO 3, Pág. 154

b. las personas perciben su entorno y todas las relaciones se basan en la percepción, que es la que permite ver las cosas sin tener que racionalizarlas o explicarlas. No es la verbalización; sino la comprensión inmediata.

c. la percepción ordena espontáneamente las cosas, y por lo mismo muchas veces las personas no se dan cuenta de lo que ven en realidad, y ven más de lo que creen o comprenden.

d. la comunicación visual produce determinados efectos en las personas, creando deseos donde no los hay, mediante mensajes subliminales.

e. la percepción ayuda al diseño para la producción formal, y este a su vez se vincula a la cultura.

f. si bien la percepción de algún modo ordena los mensajes, lo que generan las formas perceptibles en las personas es difícil de determinar. Los sentimientos son complejos, y también dependen de los elementos culturales que pueden guiar una reacción ante determinada emoción.

g. la percepción obedece a las leyes de la percepción

h. el color permite transmitir cosas, como vitalidad, agitación, y de algún modo la representación de la luz.

i. En Chile se produce un reconocimiento al color blanco, azul y rojo, como colores identitarios. Esto sucede con todos los países de banderas tricolores, por ejemplo con Francia.

j. el color permite identificar una identidad.

k. la visión de pueblos nativos pueden aportar elementos identitarios.

l. la identidad y la cultura, puede ser más visible por otros, que por los integrantes de una realidad.

m. en Chile, el color gris es muy asociado. Aunque últimamente ha sucedido un cambio en la percepción del color.




n. el fractal tiene que ver con el fragmento y por lo tanto el fragmento tiene que ver con el desaparecimiento de un fragmento de una realidad mayor. Entonces no se ve el mundo fractalizado efectivamente, pero sin embargo la propia teoría de fractales permite representar cualquier cosa.

ñ. no se logra percibir lo infinitamente menos o lo infinitamente mayor, se ve lo intermedio.

o. la única universalidad radica en lo local. La globalización solo diluye el enraizamiento que tiene lo local.

p. la idiosincrasia chilena puede acercarse a motivos más vernáculos, a elementos nativos.

q. hay costumbres que se han perdido en Chile, debido a la globalización.

	NIC SOLUCION	COLOWALL	DECOMURAL
MISION	Mostrar al cliente la mayor gama de productos en cuanto a diseño de revestimiento mural internacional. Y ser una de las empresas líderes en diseño.	Satisfacer plenamente al cliente con productos de buena calidad, cumpliendo con el cuidado respetuoso en el medio, básicamente satisfacer las necesidades que tienen que ver con la decoración, con la ambientación.	Contribuir a una mejor calidad de vida, revistiendo ambientes interiores. También otorgar una nueva mirada e innovación en el área del diseño de interiores. Además de entregar fresca, creatividad y vanguardia a los espacios con sus diseños.
CLIENTES	Comerciales, retail, proyectos, hogar	Retail y construcción	Retail
TENDENCIAS DE DISEÑO	De todos los continentes, principalmente Europa.	Por moda europea, principalmente Alemania e Italia.	Europea.
DISEÑOS DE PAPELES MURALES			

3.2 Sobre el papel mural

3.2.1 Comparación entre empresas de papeles murales en Chile (TABLA 52)

En el mercado chileno existen varias empresas del rubro de revestimientos murales, específicamente de papeles murales. Pero, para realizar un análisis se escogieron tres empresas que son las líderes en cuanto a los papeles murales de retail que es lo que interesa para esta investigación.

Es así, que NicSolucion, Colowall y Decomural son las empresas que mejor representan el mercado de los papeles murales en el país.

NicSolucion, presenta diseños extranjeros, con gran variedad de color, textura, diseño y cantidad.

Colowall, presenta diseños chilenos basados en extranjeros, menor cantidad de ejemplares y disponibilidad de colores y texturas, que Nicsolución.

Y por último, Decomural, similar a colowall, posee mayor variedad de color y más dedicación al retail; aunque tampoco alcanza el nivel de producción de Nicsolución.

TABLA 52

3.2.2 Entrevistas a expertos del tema

3.2.2.1 Entrevista empresa Nicsolucion⁷⁵

De la entrevista se destacan las siguientes afirmaciones:

- a. las líneas del extranjero se trabajan con diseñadores gráficos, diseñadores artísticos que componen un diseño y un concepto aplicado a un determinado catálogo de papel, dándole su propio nombre; o por concepto, forma, línea o color.
- b. el mercado nacional del papel mural trabaja solo con líneas planas, colores cálidos, muy suaves, líneas tradicionales, cero diseños, cero texturas⁷⁶.
- c. en lo que es la gama de color, muchos catálogos extranjeros estudian muy bien como el color puede otorgar tranquilidad más un buen diseño.
- d. un color utilizado hace cinco años en Europa, en Chile se usa hace uno o dos años. (por ejemplo el blanco y negro)
- e. los chilenos están comprando textura, calidez, comodidad; algo que los identifique.
- f. para Nic solución a partir de octubre esta la opción de utilizar diseños personalizados, y se está trabajando para realizar alianzas con diseñadores, fotógrafos para plasmar conceptos en revestimientos murales.

⁷⁵ Entrevista completa en ANEXO 3, Pág. 154

⁷⁶ Si bien esta afirmación de NICSOLUCION es cierta, no lo es del todo, ya que en la actualidad el mercado nacional ofrece algunos diseños muy similares a los europeos.

g. hoy en día la tecnología de las empresas nacionales; como decomural, colowall, carpenter, no están en línea con las máquinas de Europa.

h. Chile como país productor no piensa en exportación, entonces todo se fabrica a nivel nacional o a lo más sudamericano, ya que se necesitaría de mucha inversión para exportar a Europa.

i. es muy difícil que una empresa nacional explore nuevos diseños, porque no les interesa producir diseño de interior que cansa mucho en el tiempo.

j. los diseños europeos no pueden ser realizados en Chile. Se podrían realizar diseños con conceptos planos, sin relieve, con textura del papel, pero no más allá de eso⁷⁷.

k. todos los papeles deben tener su calce, su repetición, en que cada cierto tramo se repite la imagen que dependiendo de la altura y el metraje se van calculando.

l. el euro2 es el formato europeo de papel mural, que más se utiliza.

m. para montar un papel se debe preocupar por los calces, primero el del diseño para calcular las pérdidas de papel. No debe haber traslape, los diseños vienen listos para calzar uno al lado del otro.

n. un diseño geométrico, lineal-plano, permite armar conceptos jugando con el montaje del papel; ya sea horizontal, vertical, diagonal. Pero no se puede hacer

⁷⁷ Nuevamente esta afirmación es muy tajante, en el mercado nacional ya existen avances para lograr diseños similares, solo que no se ha explotado del todo.

lo mismo con formas.

ñ. el papel mural tiene otros usos, como por ejemplo: revestimiento de muebles y closet, cubrir cabeceras de camas, como guardas, pantallas de iluminación, cuadros, álbumes de fotos.

o. la tendencia que se lleva la clientela chilena es la de los colores cálidos, principalmente las tiendas. Pero hablando de personas naturales se evidencia lo siguiente:

Segmento juvenil (hasta 30 años) colores fuertes, integran un concepto a su personalidad.

Parejas jóvenes (de 25 a 40 años) buscan calidez más diseño más delicado que el juvenil.

Parejas adultas buscan calidez, confort. Que no sea un color ni un diseño agotador. Escala de los grises suaves, beige, blancos, ocre no tan fuertes.

p. las personas compran fijándose primero en el color, y luego en el diseño.

q. la tendencia que viene del extranjero es el full color

r. hoy en día rige lo ecológico, entonces los conceptos, ideas y colores vienen por esas líneas. La motivación, el estrés son problemas que se pretenden solucionar otorgando más calidez.

3.2.2.2 Entrevista empresa Colowall⁷⁸

De la entrevista se destacan las siguientes afirmaciones:

⁷⁸ Entrevista completa en ANEXO 3, Pág. 154

a. la gran diferencia con Europa es que esta trabaja para el mundo, y Chile trabaja para un mercado pequeño que es el mismo. En Europa se puede producir un millón y medio de rollos al mes y en Chile escasamente se llega a hacer 100 mil a 150 mil rollos al mes, y en total se distribuyen en el país 250 mil unidades al mes (entre Colowall, Decomural y carpenter). Las máquinas europeas corren a 200 metros por minuto y las de Colowall a 30 metros por minuto.

b. rollo= es la medida estándar que se entiende, tanto en Europa como en China o en Chile, para definir un rollo de papel mural, que son 5.3 metros cuadrados, correspondientes a una tira de papel que tiene 10 metros lineales por 53 cm de ancho.

c. la idiosincrasia chilena se caracteriza por los colores beige, blancos. Hoy en día las personas se animan a usar más color.

d. existe un desfase de 30 años en maquinaria (con respecto a Europa) pero solo dos años en cuanto a diseño.

e. se manejan maquinarias en Colowall que utilizan 5 a 6 colores, o también se pueden fabricar diferentes colores si es necesario.

f. se utilizan muchos catálogos extranjeros para "copiar" y modificar diseños acordes al mercado nacional.

g. lo que hace falta explotar en Chile es la materialidad

h. el concepto de papel mural consiste básicamente

en aplicarse al muro de forma que no se note ninguna marca de unión, ninguna bajada, por lo que compite con la pintura que es capaz de cubrir áreas completas sin notarse uniones.

i. el negocio de los papeles murales es altamente estacional, e influenciado por la moda. Lo que provoca que los diseños y colores se vuelvan pronto obsoletos.

j. las empresas constructoras utilizan colores planos, sin mucho movimiento (colorido y forma) y el retail utiliza mucho color y forma, relieves.

k. en la actualidad existe tecnología disponible para hacer papeles murales en pequeñas cantidades y con abundante color.

l. colowall es transformador de papel. Ocupan dos tipos de papel; uno que se llama pulpa mecánica y el otro que es el pulpa química. El químico es el clásico papel bond, el cual al moler el árbol se obtiene la fibra y el mecánico es que se utiliza normalmente como camisa o soporte. Se hace una especie de "sándwich" de papel bond por el lado de impresión y el mecánico va abajo, que es lado que ira hacia el muro.

Además, su papel vinicolo que es pulpa mecánica especial para temperatura, lleva una cubierta de pvc, que preparan en la empresa con resina importada de Europa.

m. hay restricciones en cuanto a nuevos diseños, pero solo porque implican una gran inversión que va entre los 30 a 50 millones de pesos; por lo que la nueva colección debe aportar con seguridad una ganancia estudiada.

n. de las empresas nacionales: carpenter; se preocupa del segmento corporativo, porque tiene una medida de papel de 1.40 de ancho.

decomural; se encarga solo de retail, ya que trabajan solo en formato de 53 cm, con un bonito manejo de color, gracias a antiguos diseñadores que se instalaron inicialmente en Chile. (Es por esta razón que se internalizo el concepto de decomural en vez de papel mural).

ñ. la colección titanium de colowall, esta en bajorrelieve, demostrando que un diseño con estilo europeo ya es posible de confeccionar íntegramente en Chile.

4. PRIMERAS CONCLUSIONES



4.1 Conclusiones de la investigación

Antes de pasar al desarrollo del proyecto de diseño, es conveniente repasar los aspectos que se infieren de la investigación realizada, ya que gracias a éstos, se logra identificar las principales características que contendrá el proyecto.

Para comenzar, existen diversas emociones; algunas de ellas se pueden considerar como básicas y dependerán del contexto cultural en que se den, rescatándose aquellas dos que se contraponen entre sí: la felicidad contra la tristeza. Se seleccionaron éstas, debido a que se consideran como las más adecuadas para evidenciar emotividad en un diseño, además de hacer posible una comparación de efectos visuales y comunicacionales en las personas, lo cual facilitara el entender la finalidad del proyecto.

Cada emoción transmite cosas diferentes; en el caso de la felicidad, ésta favorece la recepción e interpretación positiva de los estímulos ambientales, y a la vez intenta ser estable y duradera emocionalmente. Esta emoción se tiende a asociar al éxito y logro de las cosas, otorgando la sensación de poder conseguir todo. En las personas actúa aumentando sus ritmos cardíacos, respiratorios, despertando todos los sentidos. Facilita la empatía, el rendimiento cognitivo, la solución de problemas, la creatividad, el aprendizaje y la memoria.

La felicidad es una emoción tan rica, que conlleva a disfrutar de la vida, la positividad, la sociabilidad, la vigorosidad, la competencia, la trascendencia, la libertad, la curiosidad, la flexibilidad mental. Es por sobre todo una emoción placentera, que da bienestar,

autoestima y autoconfianza.

Encontramos al contrario, a la tristeza, que erradamente siempre se le considera como negativa. Si bien, sí es un estado en donde las esperanzas decaen, en que la indefensión, pérdida de control, y el dolor constante se hacen presentes, se le puede ver el perfil de nostalgia y melancolía de experiencias o momentos de recuerdo.

La tristeza trabaja en las personas fuertemente, en su mente; aunque de todas formas eleva levemente la frecuencia cardíaca, la presión sanguínea y la resistencia eléctrica en la piel. Existen sentimientos de pérdida o daño irreparable, y las personas se focalizan en esta situación, pero no se aíslan, sino que más bien los hace reunirse con otras personas que sienten de forma similar, por lo que no se torna algo negativo.

No cabe duda que la tristeza conlleva a un ritmo menor en las actividades, a una disminución de energía, pero a su vez, esto se debe a que las personas valoran de una nueva manera a la vida, ala cual ven de forma melancólica y nostálgica.

Entonces, es importante saber como el sujeto interactúa con la emoción, que puede ser potenciado por el medio social y por el grado de aprendizaje que éste posea, ya que hay que recordar que una misma emoción puede ser percibida de distintas maneras por diferentes personas, aunque también se puede reforzar, para ser fortalecida o debilitada mediante un estímulo, y así transmitir lo que se desea.

Ahora bien, un objeto, una pieza de diseño puede pasar a ser un evocador de sentimientos para quien

sea su dueño, ya que las emociones son irracionales e impulsivas pertenecientes a cada individuo. Es por esto, que un diseño debe producir y provocar recuerdos e identidades a quien lo observe, recordándole momentos y experiencias inolvidables. Además debe ser visceral, conductual y reflexivo, ya que estos tres aspectos se interrelacionan, donde lo visceral corresponde a la apariencia, a la primera impresión; por lo que cada diseño debe ser atractivo visualmente. Lo conductual se preocupa por la funcionalidad del objeto diseñado y por último lo reflexivo logra interpretar y entender el diseño.

Sobre la identidad chilena sobresale la capacidad de adaptación a tendencias extranjeras, al alto grado de consumismo que se está evidenciando últimamente, ya que quieren comprar todo lo que les identifique, también hay una predilección por el estatus o el prestigio, y una negación por los pueblos originarios.

Chile, es un país que está muy segmentado; aunque la investigación se interesa por parejas jóvenes de 25 a 40 años que buscan calidez en un diseño novedoso. Ahora también, específicamente en Santiago se están evidenciando altos grados de estrés y problemas mentales por el ritmo de vida de la ciudad; por lo que la gente necesita soluciones de espacios confortables y cálidos.

Además, en el país, existen símbolos e imágenes que pueden relacionarse con las emociones de felicidad y tristeza. En cuanto a la felicidad se pueden asociar los elementos patrios contenidos por los colores identitarios: blanco, azul y rojo; además de personajes propios del territorio. En cambio, la tristeza se va por el lado de la nostalgia o melancolía por lo que significan los pueblos originarios, que se han

ido desplazando y olvidando. Si se cae en estas simbologías, se estaría haciendo frente a una imagen artesanal, tradicional o patriótica alejándose del objetivo de la investigación, pero de todas formas es interesante saber que cosas identifican al país.

Existen símbolos e imágenes que se asocian a las emociones, que permiten contextualizar y entender mejor, el cómo se puede identificar los sentimientos mediante elementos visuales, pero no son trascendentes, sirven de referencias.

Se sigue observando más rasgos identitarios, con lo cual sale a la luz elementos naturales como lo es la flora endémica chilena, que significa que son especies que solo se dan en el territorio, por lo que se convierte en un gran acierto para la investigación, ya que se encuentra el elemento perfecto para poder desarrollar una gráfica propia del país, muy rica visualmente y que además se adapta a la perfección con la generación de repeticiones en composiciones fractales. Gracias a su estudio formal se distinguen formas únicas y llamativas, que si bien puede pasar que muchos no la conozcan, otorga otro incentivo para dar a conocer algo tan hermoso y que pertenece a la sociedad. Es así, como de toda la flora endémica se escogen ciertas especies que por su estructura y color se pueden asociar a las dos emociones que han sido escogidas: la felicidad y la tristeza.

Al observar el entorno o a objetos significativos, la percepción se torna fundamental para la confección de diseños que estimulen al observador, ya que además es social, y según la cultura en que trabaje será como se enfoca. Además, que todo lo que se observa se basa en la percepción, ya

que es ésta quien lo hace posible, porque ordena espontáneamente las cosas, y ayuda a diseñar formas vinculadas a la cultura.

Una forma será identificada de inmediato, ya que es todo lo que se ve diferenciado de un fondo, que se evidenciaría inmediatamente con contraste y luz; ya que la percepción del color, se relaciona con la luz; se interrelacionan.

El color es fundamental a la hora de diseñar, ya que permite señalar una identidad y se debe lograr una armonía que halague a la vista, ya sea por medio de analogía o de contraste. Y es que un leve tinte de color puede otorgar calidez o frialdad a un diseño. Así, un valor oscuro en fondos claros, parecerá ir hacia adelante; en cambio un valor claro en fondo también claro, se difuminará.

Los diseños no deben ser complicados, ya que con ayuda de un color dominante, pueden ser ricos visualmente y lograr sensaciones de calidez; con tonos asociados al fuego, como el naranja, compuesto por rojo y amarillo, y tenderán a avanzar en el espacio. O sensaciones de frialdad, con tonos asociados al agua o al cielo, como el azul, con el cual se tenderá a alejar en el espacio.

Es importante de destacar el papel de la psicología del color, que gracias a ésta se facilita el reconocer en formas las emociones de felicidad y tristeza, como en los colores cálidos que se consideran como estimulantes, alegres, excitantes; encajando en el perfil de la emoción felicidad y los fríos se consideran como tranquilos, sedantes y en algunos casos deprimentes; encajando en el perfil de la emoción tristeza. Ahora, esta situación se ve en los colores

cálidos, como el rojo, o el naranja, que es un color cálido, que se ven contrapuestos con un color frío como el azul; o potenciados con el blanco.

Al momento de distinguir que colores son los más o menos evidenciados, aparecen el azul, el verde y el rojo como los más apreciados; y el rosa, el gris, y el violeta, como los menos apreciados. Pero todo cambia según sexo y edad, en el rango de los 26 a 49 años, se identifica que en las mujeres y hombres aprecian en menor medida al marrón, y al ver los colores que mas aprecian, las mujeres notan más al azul y al rojo; y los hombres al verde y al rojo.

La iluminación es vital para transmitir una emoción, ya que está relacionada con el color, e intensifica o no a un tono. Para la felicidad se debe ocupar una iluminancia mayor que para la tristeza, teniendo como media a 300W. Para ambas emociones se rescatará el poder del color blanco de fondo, debido a que contrastará con los diseños en color y a su vez tendrá una reflectancia del 70 a 75 por ciento. Por último, la cromaticidad de la luz le dará el último toque, en donde la felicidad se recomienda una luz blanca rojiza y a la tristeza una luz blanca azulada.

Otro tema de importancia es el signo, que permite la transferencia de información conteniendo un significado y un significante. O también podría verse desde el lado en que el signo es una relación con el medio, el objeto y el interpretante. Para el proyecto, será conveniente trabajar con legisignos, símbolos y argumentos, debido a que habrá un total manejo en el diseño, utilizando legisignos manejados por el autor, en conjunto con símbolos que representaran una idea central, por lo que la argumentación se dará sin problema; ya que estarán todos los componentes a

disposición, para entender e interpretar la idea que se quiere transmitir.

Como se producirá una propuesta gráfica, la imagen (EIKON) puede ser inventada conteniendo códigos cromáticos, morfológicos, tipográficos lingüísticos y fotográficos. Además, las composiciones deberán tener equilibrio visual, tensión, nivelación o aguzamiento, atracción o agrupamiento, ser positiva o negativa. Sobre el código a utilizar, se tendrá que identificar, ya que son un sistema de signos con reglas definidas para determinadas sociedades, por lo que la sociedad chilena maneja códigos que solo acá se entienden.

Fundamentalmente, debe existir una intención comunicacional, esto quiere decir, con una fuente, un mensaje y un destinatario. Todo lo anterior, deberá verse en un diseño que impacte al observador con su mensaje, quizás se puedan utilizar formas compuestas en el diseño, con observaciones de formas naturales.

Otro de los ejes importantes es el papel mural, ya que es especial para interiores y permite dar armonía a espacios cerrados, mediante un sinfín de diseños que es capaz de contener, sin notar las uniones de los paños, por esto es una gran opción para el proyecto.

En el mercado existen diseños novedosos, pero la mayoría son importados desde Europa; y los que son hechos en el territorio intentan copiar la tendencia extranjera, sin poder alcanzar su tecnología que esta mucho mas avanzada, aparte que en el país es muy difícil y costoso invertir en nuevas colecciones, ya que se trabaja para un mercado pequeño que es el chileno que prefiere en sus paredes colores

beige y blancos, aunque pueden arriesgarse por mas color. De todas maneras se pueden lograr diseños mas arriesgados, en pequeñas cantidades y con abundante color, aprovechando lo que se encuentra a disposición en el país.

Además, se utilizarán patrones de repetición, que son formas repetidas, pero que tendrán un valor agregado. Por ejemplo un diseño geométrico, lineal-plano, permite armar conceptos jugando con el montaje del papel en forma horizontal, vertical, hasta diagonal; pero no se puede hacer lo mismo con formas.

Para la investigación, se estudió a los fractales debido a su riqueza visual, que no se percibe en lo infinitamente mayor o menor sino que en lo intermedio. Resultó interesante estudiar sus cualidades, y así dar cuenta de que sus repeticiones infinitas son fenómenos presentes en la naturaleza, y en el caso de los arboles puede entenderse fácilmente su desarrollo. Por esto, este tipo de fractal es el que se tendrá en cuenta para la confección de composiciones de repetición.

5. PROYECTO DE DISEÑO



5.1 Formulación del proyecto

5.1.1 El proyecto

A partir de las inquietudes de creación de nuevos motivos de repetición que lograsen transmitir emociones e identificar al usuario con elementos propios; surge la idea de crear una colección de papeles murales, a base de la flora endémica de Chile. Es así como nace "Papeles Murales JUbiloNOSTalgia" la primera colección diseñada para cubrir dos emociones principales; la felicidad vista desde el júbilo, y la tristeza con una mirada nostálgica.

La colección se caracteriza por presentar motivos de repetición en composición fractal, que logran mayores efectos visuales, representando las formas y colores de la flora que solo crece en el país. Entonces dentro de ella surgen dos estilos: el estilo "júbilo" y el estilo "nostalgia"; los cuales se diferencian como dos antagónicos, que reflejarán sentimientos alegres y melancólicos, respectivamente.

Se destaca el que toda la gráfica mantendrá elementos compositivos del país, y que muchas personas no sabrán que son elementos que sólo se dan en el territorio nacional, lo que permitirá acercar aspectos propios a conocimiento popular, además del valor agregado de ser un diseño único y que reforzará la identidad, sin caer en lo artesanal.

Finalmente, el proyecto será publicitado en el sitio del autor, en el cual tendrá un espacio donde se dará a conocer la gráfica, sus fundamentos y posibilidades de compra.

5.1.1.1 Soporte, Espacio

a. Soporte

El proyecto se sustenta en un soporte ideal: la pared; pero no es solamente esto, lo más importante será como se cubrirá. Así bien, una de las mejores formas; que es la que se escoge para este proyecto, es la del papel mural.

El papel mural, posee diversos sustratos de papel y de diferentes terminaciones, y en todos los tipos de papel funcionaria el diseño a realizar, pero pensando que será diseñado y confeccionado en el país, por las materias primas estudiadas y cotizadas, se utilizará el papel mural "ORAJET 3628; Wall Art Digital"⁷⁹.

Un rollo de papel mural estándar puede cubrir 5,2 m² que corresponden a 10 metros lineales por 52 cm de ancho, aunque también existen los de 5 metros lineales que cubren la mitad (2,75 m²).

Para el proyecto se producirán los diseños en paños de 52 cm de ancho por 2 metros de alto, que corresponden a una altura de pared básica, y se entenderá que ese diseño será repetido para cubrir 5 metros lineales por 52 cm de ancho de cada rollo⁸⁰.

b. Espacio

El espacio para el cual está pensado el proyecto, es la "SALA DE ESTAR" de una vivienda. Dentro de una casa, el lugar en donde más tiempo pasan las personas, es la estancia o sala de estar, convergiendo hacia ella el entretenimiento, el descanso y la vida

⁷⁹ Ver ANEXO 4, pág 158, Hoja de datos técnicos del papel mural seleccionado.

⁸⁰ La Colección se ofrecerá en un comienzo en rollos de éstas características.

social, por lo mismo debe ser un espacio que esté en armonía y representación de quienes lo ocupan diariamente.

Este lugar debe acoger, ser cómodo y funcional, para lo cual es importante escoger colores e iluminaciones que potencien el espacio. En forma básica y actual, una sala de estar puede tener una alfombra de pelo largo neutra, tejidos naturales o pieles, junto a algún sofá o puf, acompañado de cojines llamativos u otro mueble, quizás para trabajar o mesitas de centro, según la necesidad de sus habitantes. Además, el acompañar a toda la estancia de alguna lámpara de pie al lado de una butaca transforma un rincón en un espacio de lectura especial, al igual que cualquier otro complemento como plantas, cuadros o fotografías.

El proyecto funciona en cualquier tipo de pared, pero no cabe la menor duda que en una sala de estar es para lo cual está creado, se complementa con en este espacio, potenciando y otorgando un aire único y acorde a la identidad de quien lo utilice.

5.1.2 Objetivos

General

1.- Producir emociones-sensaciones en el espectador/usuario, al mismo tiempo de acercarlo a imágenes propias de su entorno.

Específicos

1.- Ocupar los papeles murales de forma lúdica, innovadora, rápida y con identidad.

2.- Generar patrones de repetición en composiciones fractales.

5.1.3 Grupo objetivo⁸¹

ESTRATO 1 (ABC1=15%)

Grupos altos no miembros de la elite (10%)

Profesionales independientes, o ejecutivos de grandes y medianas empresas, hasta algunos comerciantes. Deben producir sus ingresos, solo con eso mantienen su lugar.

ESTRATO 2 (C2=15%)

Son los grupos medios-medios, en donde dependen de su trabajo, pero por tener capital humano están asegurados en ocupaciones que les otorga buenas remuneraciones, capaces de separarlos definitivamente de la pobreza, además de permitirles endeudarse en bienes durables como la vivienda y el automóvil.

Estos dos sectores encajan en el segmento que se quiere apuntar con el proyecto; que apunta principalmente a parejas jóvenes de 25 años hacia arriba, y matrimonios de 35 a 40 años que buscan algo mas de calidez y obviamente también un poco mas de diseño en sus espacios, pero no tan fuerte como el segmento juvenil.

Además, según las etapas del ciclo de vida familiar estos perfiles antes mencionados encajan en:

- Parejas recién casadas, sin hijos
 - Nido lleno III; matrimonios mayores con hijos dependientes/ adolescentes o jóvenes
 - Nido vacío I; matrimonios con hijos independientes que acceden al mercado laboral
- O también podría decirse como:
- Luna de miel: similar a la clásica, la pareja conyugal sin hijos.
 - Aspiracional: es mas similar a al clásica, pero la dueña de casa trabaja.

⁸¹ Ver 2.3.2 y 2.3.3 págs. 29-31

5.2 Etapa de diseño

5.2.1 Desarrollo de alternativas e ideas básicas

Al haberse determinado que el proyecto estaría en base a la flora endémica chilena, y que además se rescatarían las emociones de felicidad como júbilo y la de tristeza como nostalgia, se tomó el estudio formal antes realizado⁸² y se escogieron seis especies en total; tres especies del estudio de la felicidad y tres especies del estudio de la tristeza.

Entonces, para el estilo Júbilo se rescataron las especies, según su nombre popular, a Varilla Brava, Yerba Blanca y Fuique; y para el estilo Nostalgia las especies Michay, Oreja de zorro y Zahumerio.

Esta selección se realizó considerando las especies que más representaban a las emociones correspondientes, debido a sus colores y formas.

a. Primeros bocetos: Estilo Júbilo (FIG. 63)

Este estilo se caracteriza por sus colores vivos y alegres, en el cual la forma es destacada mediante el color propio de cada especie, conservando los rasgos más característicos y acercándose en lo más posible a su color respectivo.

b. Primeros bocetos: Estilo Nostalgia (FIG. 64)

Estilo que posee un color menos potente que el anterior, pero de todas formas sus colores acogen y sus formas caen armoniosas a la vista. De igual forma que en el estilo júbilo, se intenta rescatar y acercar en lo más posible el diseño a su verdadera composición formal y cromática.

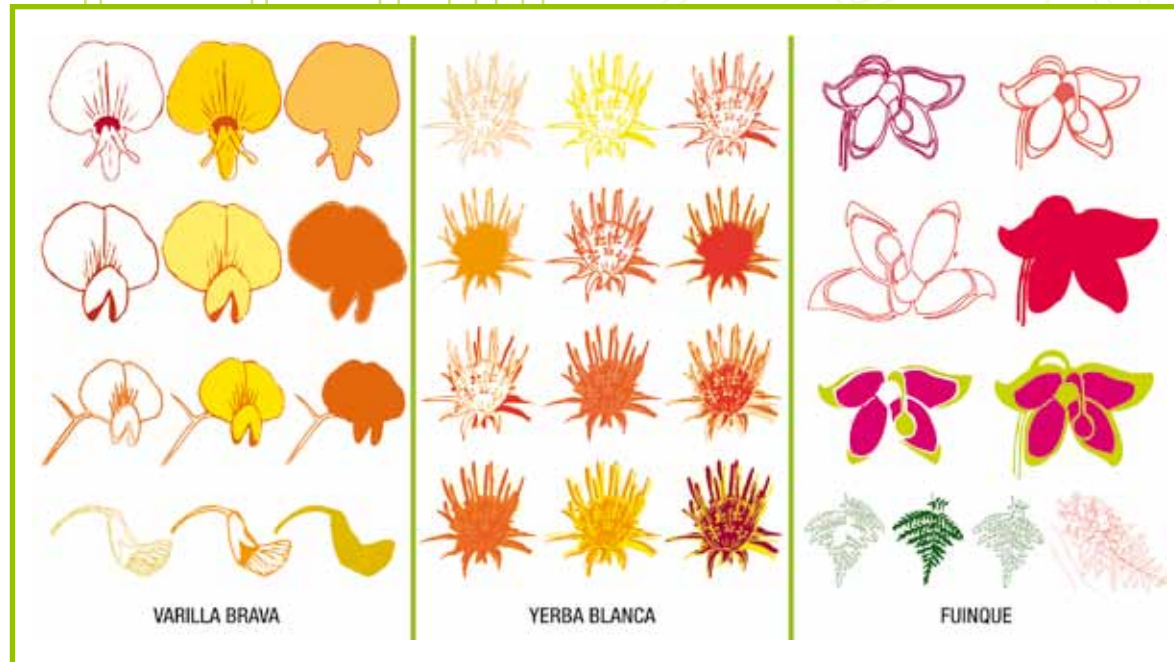


Figura 63

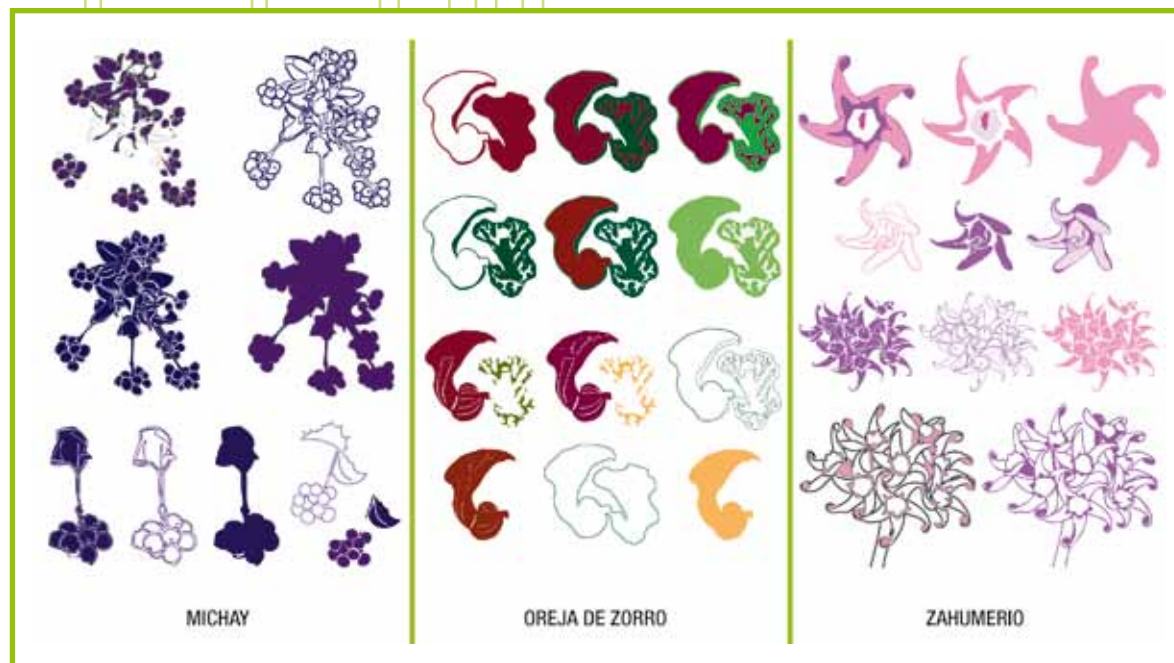


Figura 64

82 Ver 3.1.1.3 pág. 74

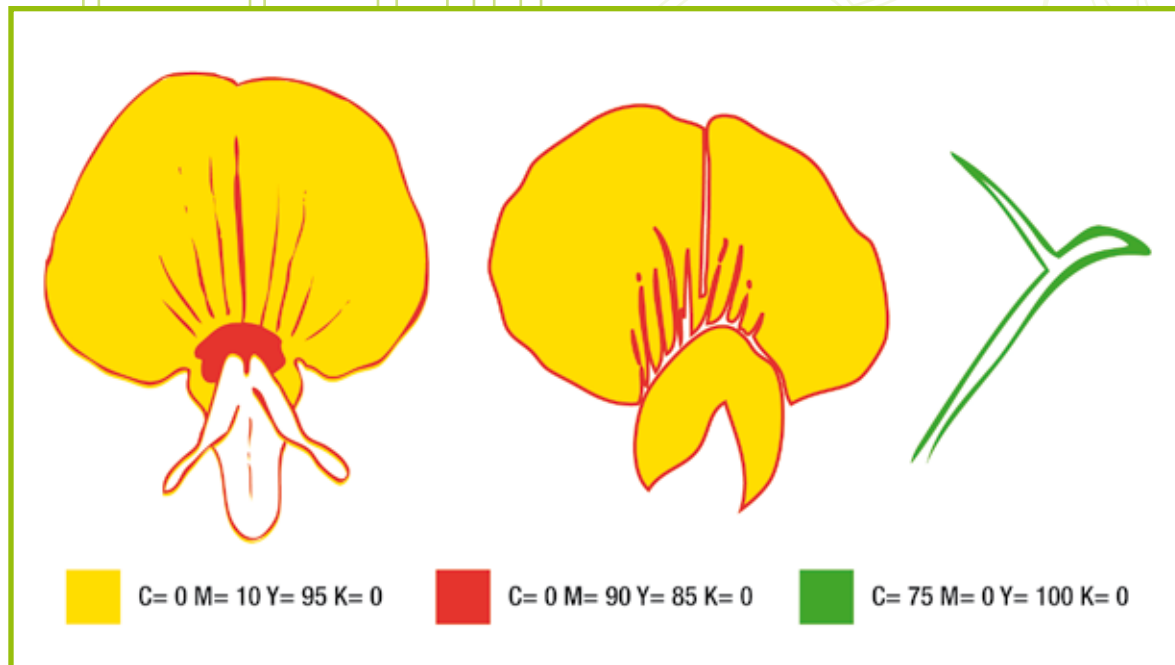


Figura 65

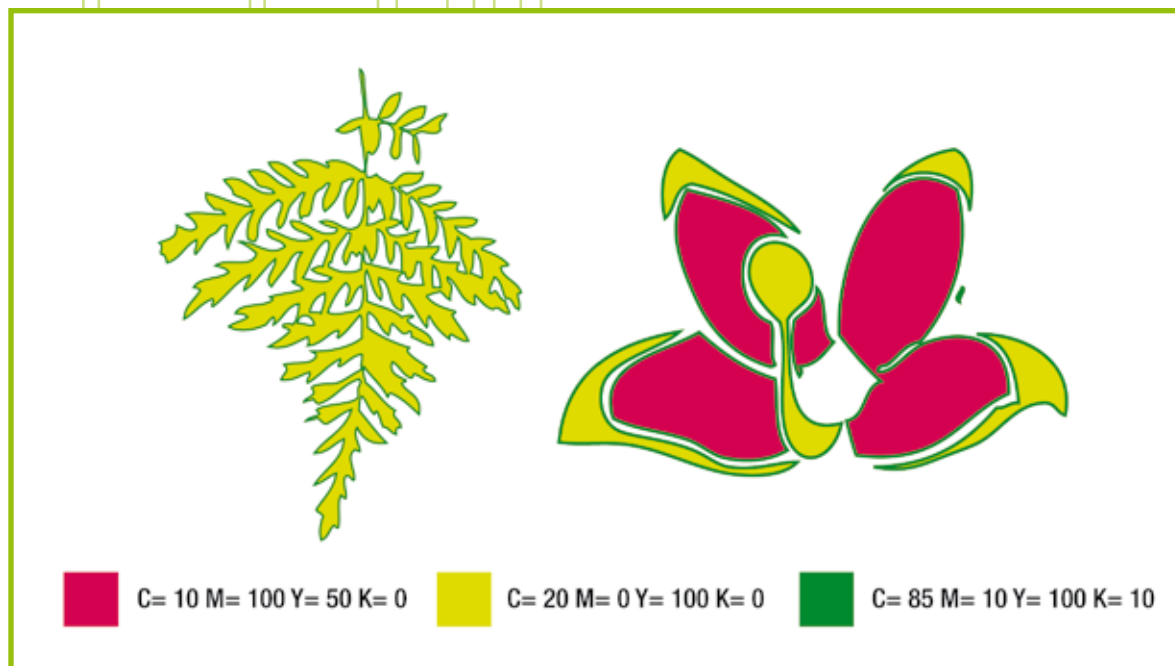


Figura 66

5.2.2 Selección de las alternativas

Tras el primer acercamiento formal a las especies, para cada estilo de la colección "Papeles Murales JUNO", se da cuenta de que si bien todas las especies tienen aspectos reconocibles para cada emoción, existen algunas que para este proyecto no se tomarán en cuenta, debido a su complejidad, que requiere un estudio mayor (Yerba blanca y Oreja de zorro) siendo descartadas para el desarrollo de la siguiente etapa de diseño⁸³.

Cada estilo de la colección de papeles murales, poseerá motivos para el desarrollo de su diseño, ya que con éstas se facilitarán los procesos de composición y selección de color.

5.2.2.1 Desarrollo de motivos para el Estilo Júbilo

a. Varilla Brava (FIG. 65)

Se seleccionan tres elementos, dos formas que identifican las características de la flor vista desde dos perspectivas diferentes; más el tallo espinoso, el cual puede incorporarse a cualquiera de las otras dos formas. Además, se determina el código cromático cercano al verdadero color de la especie; en CMYK.

b. Fuique (FIG. 66)

Dos elementos conforman a ésta especie; la flor sacada de su conjunto y las hojas similares a helecho. Se determina el código cromático cercano al verdadero color de la especie; en CMYK.

⁸³ No se descarta la intención de que éstas especies u otras más, puedan en un futuro unirse a los estilos existentes, para enriquecer con nuevos diseños a la colección "Papeles Murales JUBiloNOSTalgia". Todo dependerá de la aceptación del público, acerca de estos revestimientos murales.

5.2.2.2 Desarrollo de motivos para el Estilo Nostalgia

a. Michay (FIG. 67)

Se seleccionan tres diseños base, que corresponden a una parte de la planta, un racimo que identifica a la especie.

Se determina el código cromático cercano al verdadero color de la especie; en CMYK.

b. Zahumerio (FIG. 68)

Se escoge la forma característica de la flor y se realiza en dos versiones de color.

Se determina el código cromático cercano al verdadero color de la especie; en CMYK.

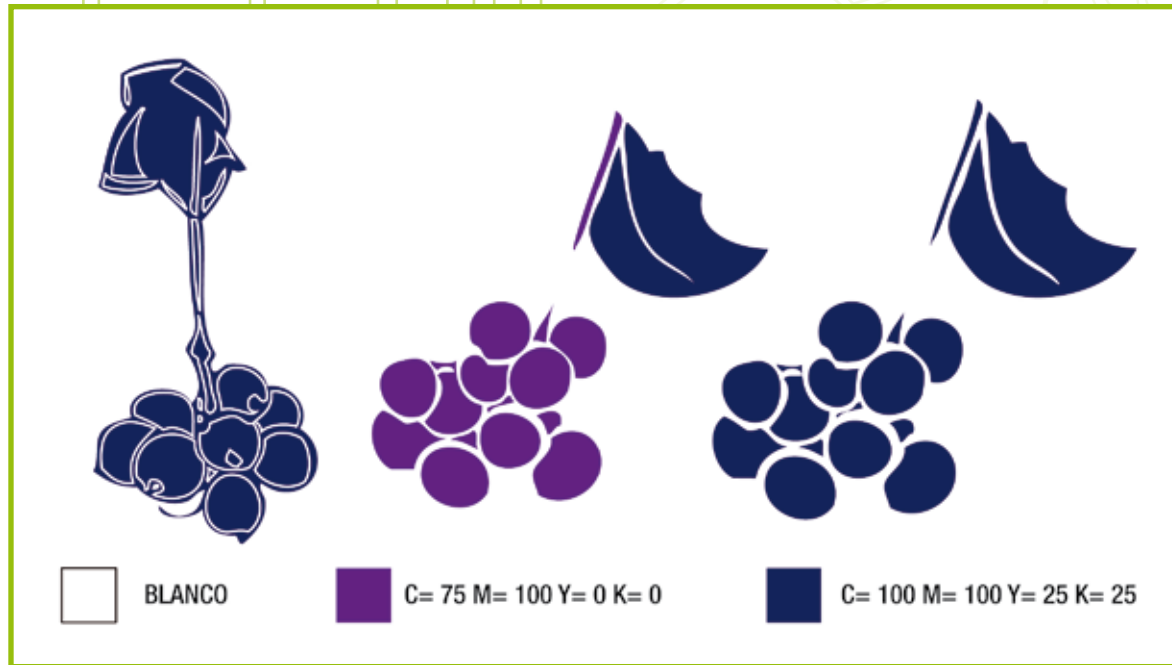


Figura 67

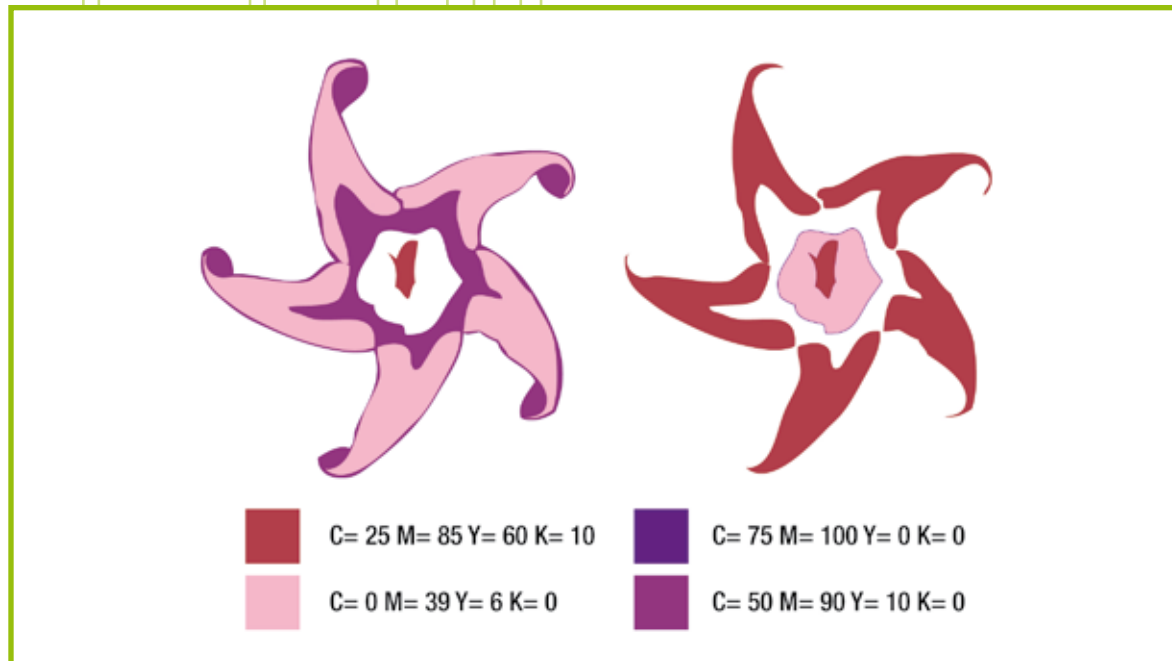


Figura 68

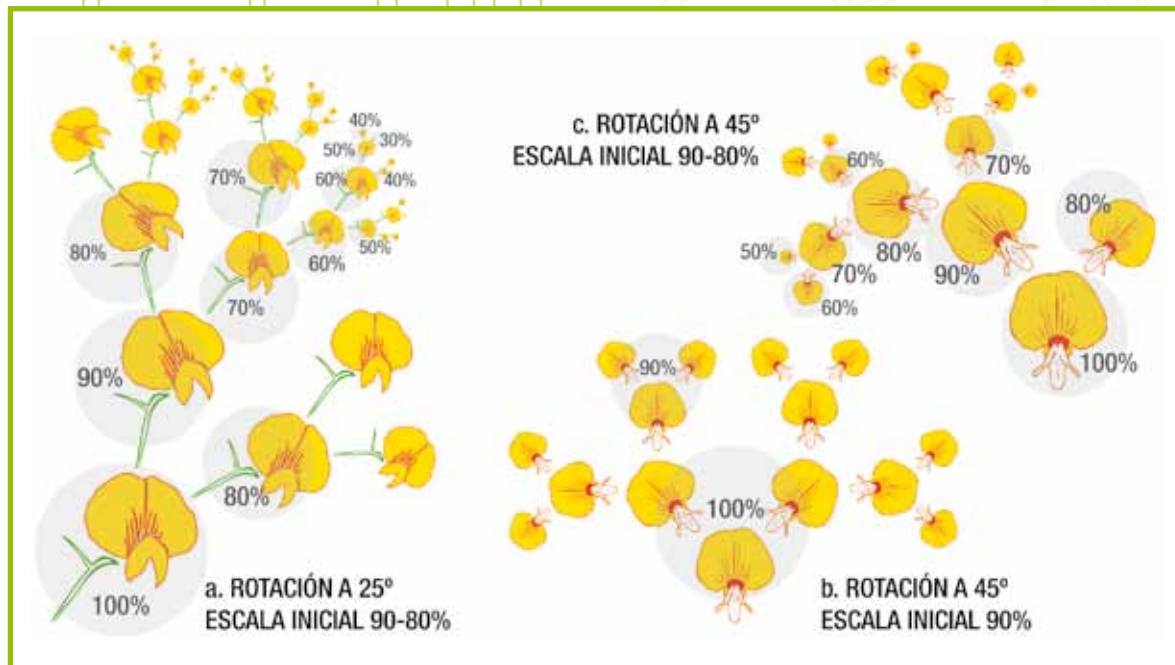


Figura 69

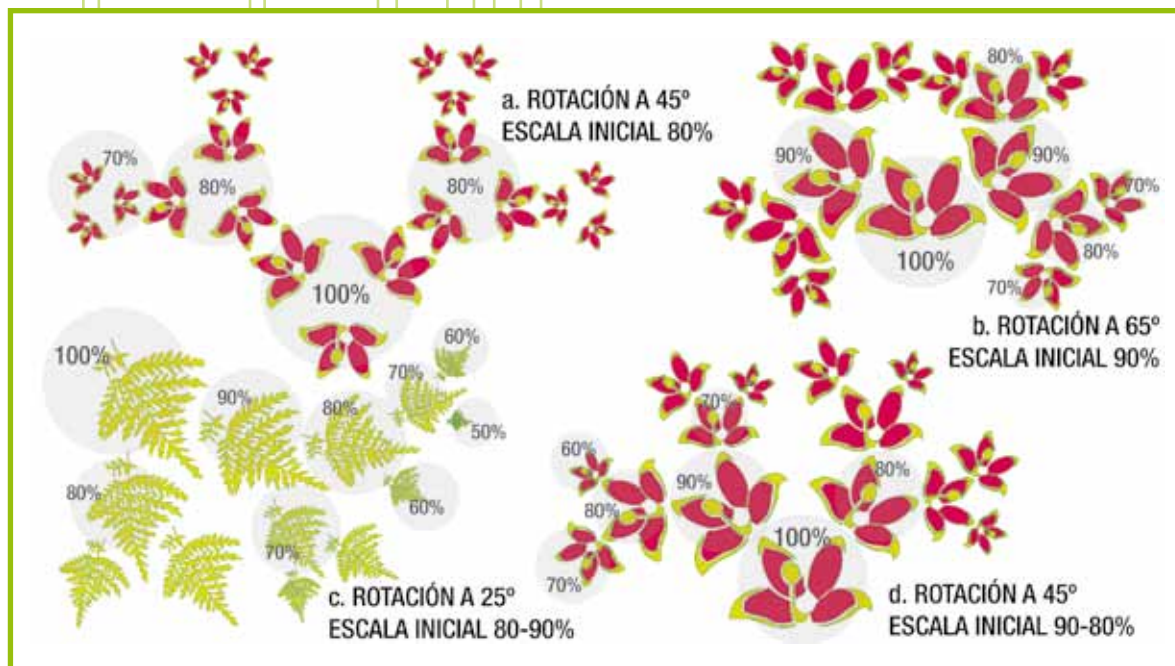


Figura 70

5.2.3 Construcción fractal

Con los elementos gráficos ya definidos para cada estilo, comienza la búsqueda de sus uniones fractales, por lo que tomando referencia del estudio que se realizó en la investigación⁸⁴ se recoge la idea del árbol pitagórico, confeccionando a partir de éstas ramificaciones las composiciones de los motivos que más sobresalen.

La lógica es la misma para todas las especies; de un elemento base compuesto, ya sea por uno o más elementos al 100%, se comienzan a inclinar en ángulos hacia la derecha o izquierda en diferentes escalas, que van disminuyendo de a 10% por nivel de ramificación.

Ésta forma de composición de los elementos y módulos, permite el enlace de los elementos de diferentes formas, ya que se anclan sin dificultad y siguen una especie de seguimiento natural de las formas, por sus tamaños e inclinaciones.

5.2.3.1 Construcción fractal Estilo Júbilo

a. Varilla Brava (FIG. 69)

Se realizaron tres diseños base, los cuales para su composición fractal, se utilizaron rotaciones de 25° y 45°; además de modificar la escala de cada elemento.

b. Fuique (FIG. 70)

Se confeccionan cuatro diseños para ésta especie, en diferentes ángulos de rotación; de 25° - 45° y 65°, cuyos elementos variaron en escala.

84 Ver 2.10 pág. 69

5.2.3.2 Construcción fractal Estilo Nostalgia

a. Michay (FIG. 71)

Se hacen tres diseños, en realidad dos, ya que uno de estos se diseña con otros colores.

Se presentan rotaciones de 25° y 45° en diferentes escalas.

b. Zahumerio (FIG. 72)

Cinco diseños componen ésta especie, en donde dos son realizados en diferentes colores, por lo que en realidad son solo tres composiciones diferentes; en rotaciones de 25° y 45°, de diferentes escalas.

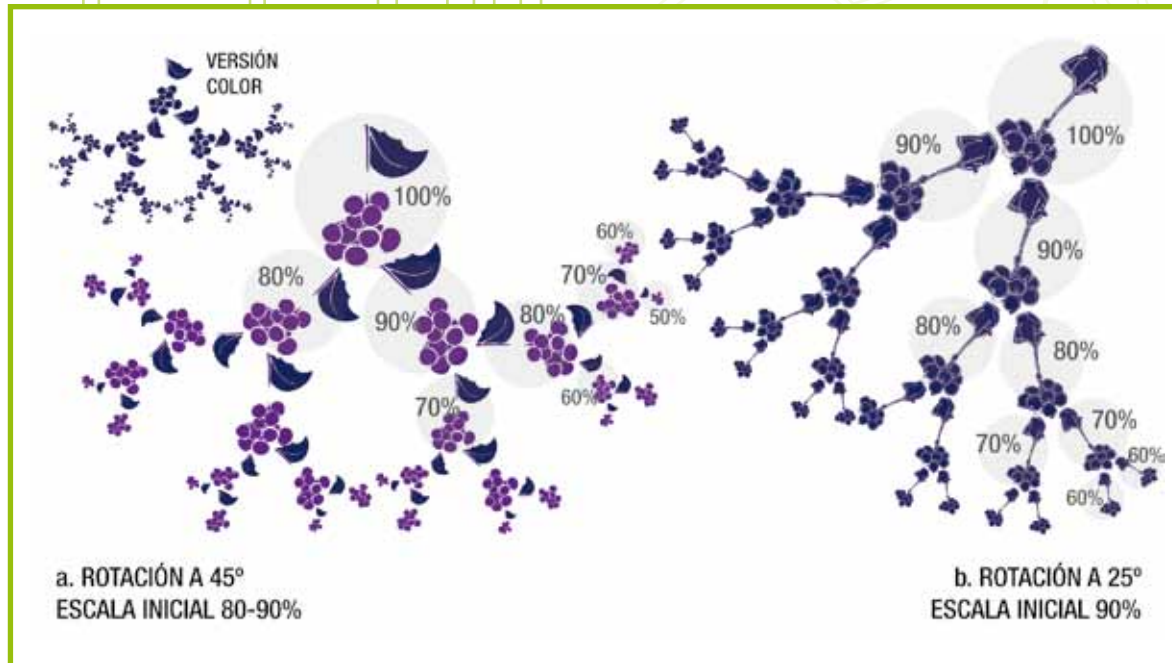


Figura 71

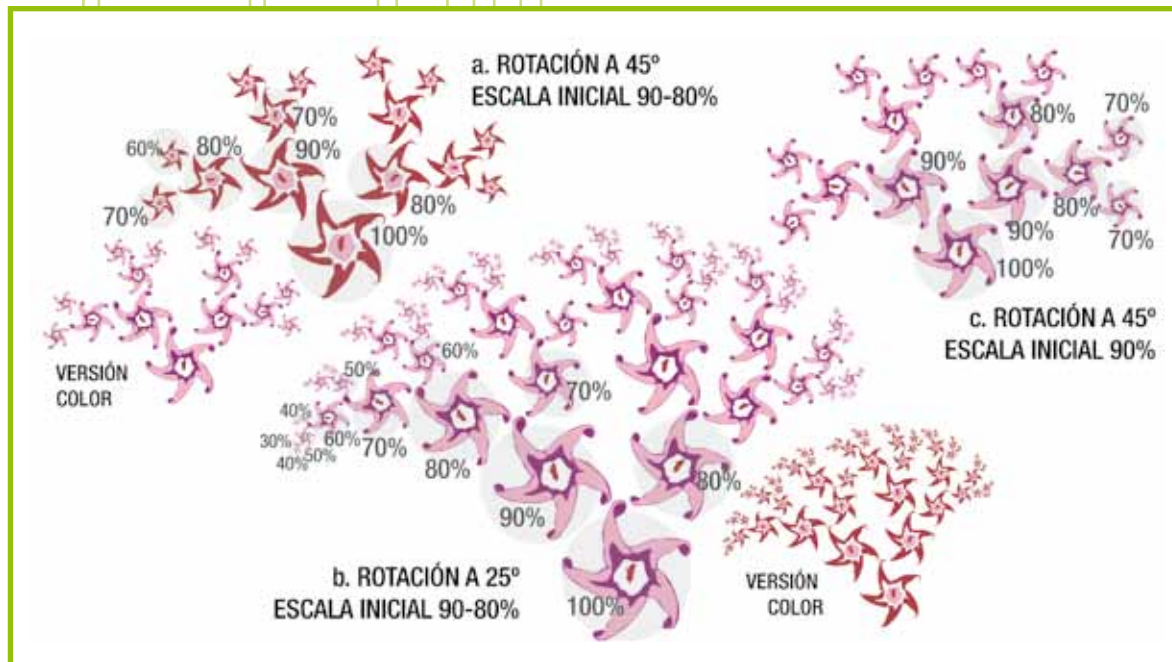


Figura 72



Figura 73

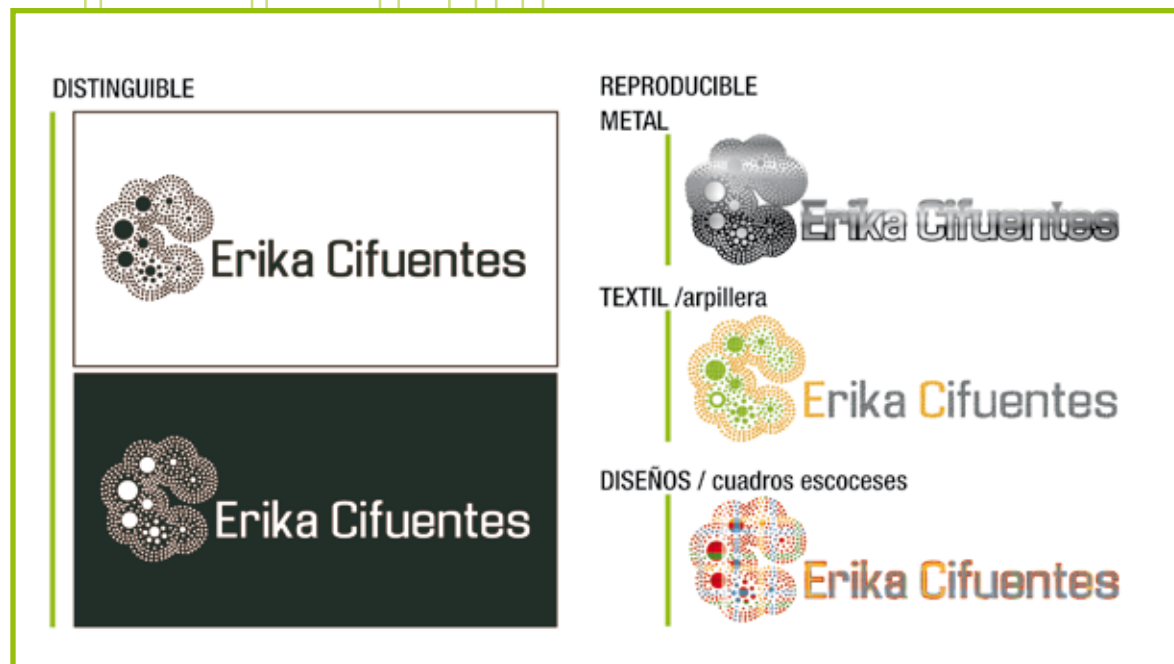


Figura 74

5.2.4 Propuesta final

Finalmente, con todo el proceso anterior se logran diseñar los papeles murales finales de la colección "Papeles Murales JUBILOStalgia". Para esto se hace necesaria a su vez la confección de marcas para la identificación de cada pieza gráfica, y del autor.

5.2.4.1 Diseños finales marcas corporativas

a. autor/diseñador

Debido a que la colección deberá ser dada a conocer, es necesario que su diseñador posea una marca reconocible; por lo que se procede al diseño de su marca corporativa.

1º (FIG. 73)

Se decide realizar un isologo (isotipo+logotipo) utilizando el nombre de la diseñadora de la colección; más un isotipo que fue diseñado por la misma, en forma abstracta siguiendo la idea de sus iniciales.

Se determina el código cromático con colores calidos no saturados, mas un gris neutral, todo en CMYK.

Se prueba la legibilidad del isotipo.

2º (FIG. 74)

Se procede a realizar las pruebas de distinguibilidad en blanco y negro; más la reproducción en tres materiales.



3° (FIG. 75)

Se determinan las combinaciones correctas de color, según la intención del isologo inicial, utilizando colores cálidos, pero no saturados, que estén en contraste y no pierdan legibilidad.

4° (FIG. 76)

Existen combinaciones incorrectas, ya que se desvían de la intención del isologo inicial, o pierden legibilidad.

Se hacen pruebas de lo que no se debe hacer, ni utilizar, como otras aplicaciones de color.

Figura 75



Figura 76



Figura 77

b. Colección

Debido a que los papeles murales serán propiedad de la diseñadora, se realiza una marca identificable para la colección de papeles murales.

1° (FIG. 77)

Se realiza un logotipo, sin elementos gráficos adicionales. Se identifica su cromatología en CMYK, más la legibilidad que posee.

Se determina que habrá relación entre las palabras y los colores; por lo que la palabra júbilo que identifica al sentimiento de la felicidad, utiliza el color naranja, ya que es cálido y refuerza la intencionalidad. Con la misma lógica, la palabra nostalgia se realiza con un color azul, frío.

2° (FIG. 78)

Se ve si es distinguible el logotipo en blanco y negro; incluyendo su reproducibilidad en tres materiales.



Figura 78

COLORES
CORRECTOS

PAPELES MURALES
JUbiloNOStalgia

PAPELES MURALES
JUbiloNOStalgia

PAPELES MURALES
JUbiloNOStalgia

PAPELES MURALES
JUbiloNOStalgia

PAPELES MURALES
JUbiloNOStalgia

PAPELES MURALES
JUbiloNOStalgia

3° (FIG. 79)

Se producen pruebas de colores que funcionarían como posibles versiones del logotipo inicial, siguiendo la idea de utilizar colores cálidos para la palabra júbilo, y colores fríos para nostalgia. De todas formas, se preocupa a su vez, de que sean colores que a pensar de contrastar, sean agradables y llamativos.

4° (FIG. 80)

Se identifican los colores incorrectos para el logotipo, debido a mal uso del color y legibilidad.

Figura 79

COLORES
INCORRECTOS

PAPELES MURALES
JUbiloNOStalgia

PAPELES MURALES
JUbiloNOStalgia

PAPELES MURALES
JUbiloNOStalgia

PAPELES MURALES
JUbiloNOStalgia

PAPELES MURALES
JUbiloNOStalgia

PAPELES MURALES
JUbiloNOStalgia

Figura 80



Figura 81

c. Estilo Júbilo

Estilo que contiene a dos especies: Varilla Brava y Fuinque.

- Varilla Brava

1° (FIG. 81)

Se desarrolla un isologo identificador para la especie, utilizando de isotipo la forma de la flor característica.

Siguiendo la misma idea del logotipo de la colección, se divide en dos colores contrastados, pero como se trata de un estilo específico, se usa la misma gama cromática, por lo que son dos colores cálidos.

Se prueba la legibilidad del isologo.

2° (FIG. 82)

Pasa por la prueba de si es distinguible o no, en blanco y negro; más su reproducibilidad en tres materialidades.



Figura 82

COLORES
CORRECTOS



3° (FIG. 83)

Pruebas de color correctas, usando la misma lógica, en cuanto al uso de color cálido.

4° (FIG. 84)

Colores incorrectos en el isologo; no deben usarse colores que aludan al estilo nostalgia, por ende el utilizar colores frios no está en las posibilidades.

Figura 83

COLORES
INCORRECTOS



Figura 84



- Fuinque

1° (FIG. 85)

Sigue la misma idea del anterior, utilizando su flor característica y colores cálidos. Se realizan las pruebas de legibilidad.

2° (FIG. 86)

En blanco y negro, se prueba su distinguibilidad; y a su vez, se ve su reproducción en tres materiales diferentes.

Figura 85



Figura 86

COLORES
CORRECTOS



3° (FIG. 87)

Colores óptimos para el isologo, utilizando colores cálidos, contrastados y legibles.

4° (FIG. 88)

El utilizar colores fríos, se considera incorrecto para este estilo, por lo cual, se realizan pruebas de color, que se separan de la idea central del isologo.

Figura 87

COLORES
INCORRECTOS



Figura 88



d. Estilo Nostalgia
Estilo contenedor de dos especies: Michay e Zahumerio.

- Michay

1° (FIG. 89)

La idea es seguir con la misma gráfica, por lo que se desarrolla el isologo con el isotipo de la especie, más el uso de color frío.

Se realizan las pruebas de legibilidad.

2° (FIG. 90)

Pruebas en blanco y negro de distigüibilidad y reproducción en tres materiales.

Figura 89



Figura 90

COLORES
CORRECTOS



3° (FIG. 91)

Colores fríos, contrastables, son los que se utilizan para las pruebas correctas.

4° (FIG. 92)

Incorrecto es la utilización de colores cálidos, por lo que se realizan las pruebas de las combinaciones que no se deben realizar para el estilo.

Figura 91

COLORES
INCORRECTOS





- Zahumerio

1° (FIG. 93)

El isologo utiliza colores fríos que contrastan entre sí, con un isotipo de la especie. Se realizan las pruebas de legibilidad.

2° (FIG. 94)

Es distinguible en blanco y negro, y se prueba su reproducción en tres materialidades distintas.

Figura 93



Figura 94

COLORES
CORRECTOS

NOSTalgia
ZAHUMERIO

NOSTalgia
ZAHUMERIO

NOSTalgia
ZAHUMERIO

NOSTalgia
ZAHUMERIO

NOSTalgia
ZAHUMERIO

NOSTalgia
ZAHUMERIO

3° (FIG. 95)

Se hacen variaciones de colores fríos, siendo éstos los correctos para este estilo.

4° (FIG. 96)

No se deben utilizar colores cálidos, ni poco legibles, es incorrecto su uso para el estilo.

Figura 95

COLORES
INCORRECTOS

NOSTalgia
ZAHUMERIO

NOSTalgia
ZAHUMERIO

NOSTalgia
ZAHUMERIO

NOSTalgia
ZAHUMERIO

NOSTalgia
ZAHUMERIO

NOSTalgia
ZAHUMERIO

Figura 96

5.2.4.2 Diseños finales papeles murales Júbilo-Nostalgia

a. Estilo Varilla brava

- propuesta final (FIG. 97)
- propuesta de color (FIG. 98)
- propuesta de disposición (FIG. 99)

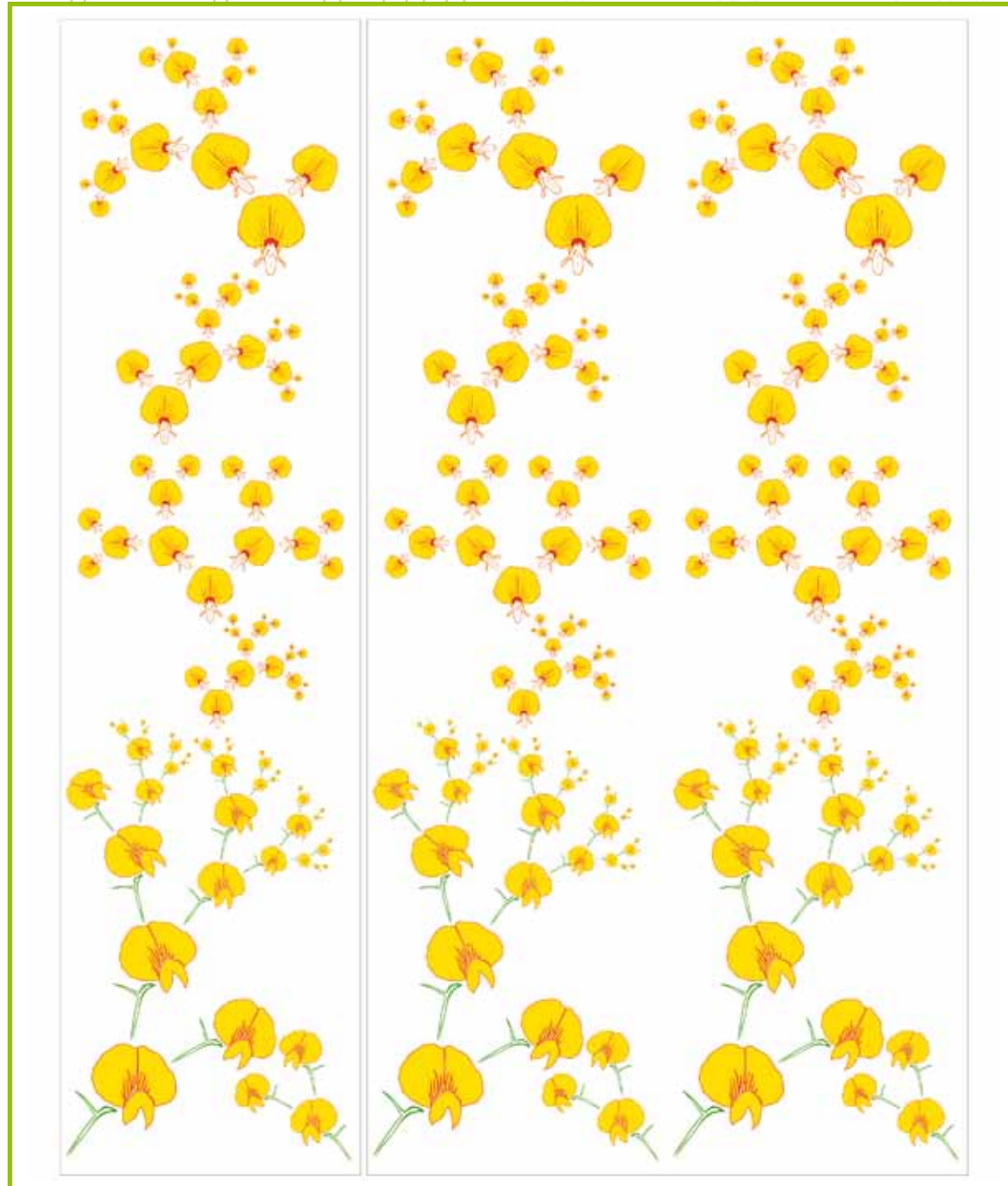


Figura 97

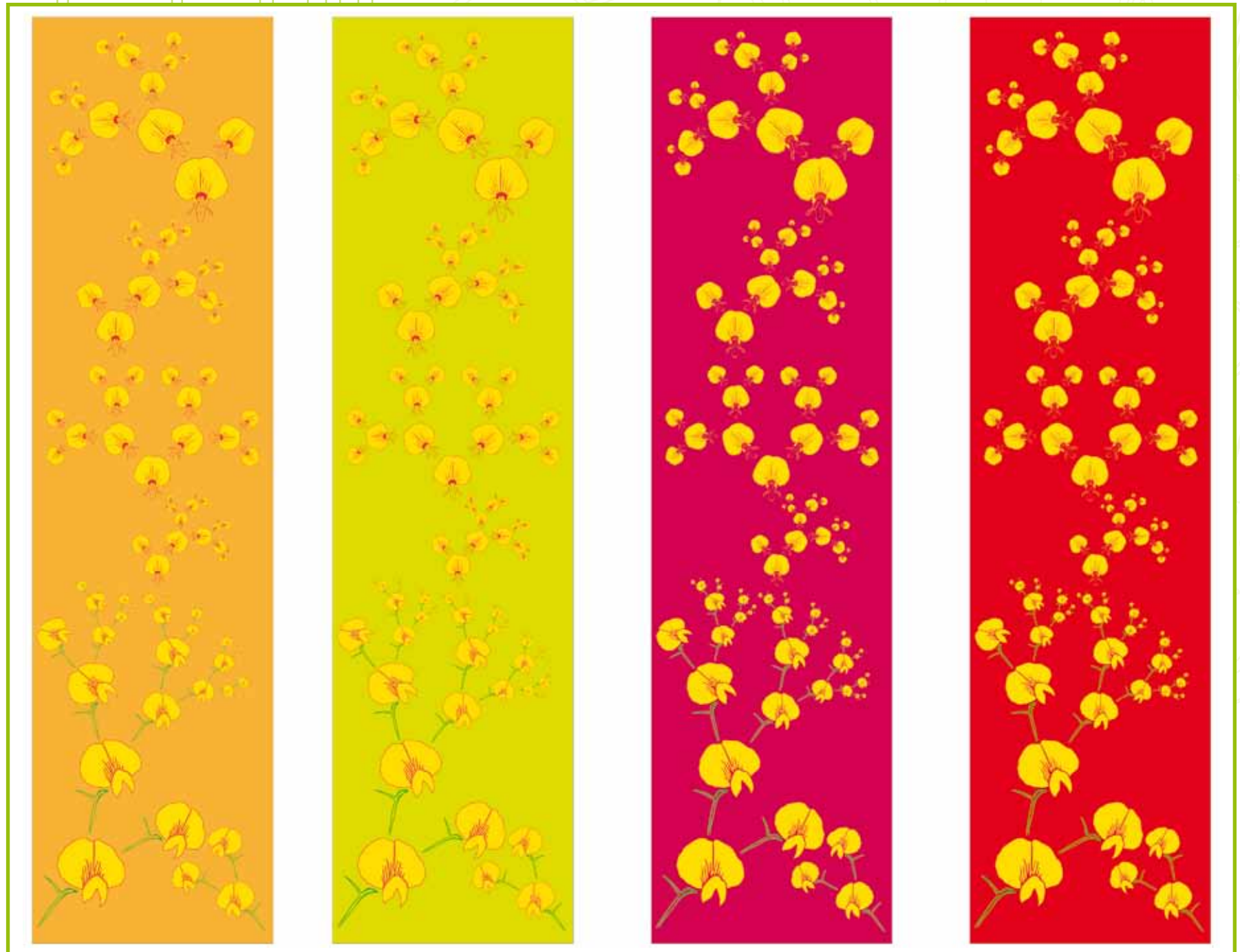


Figura 98

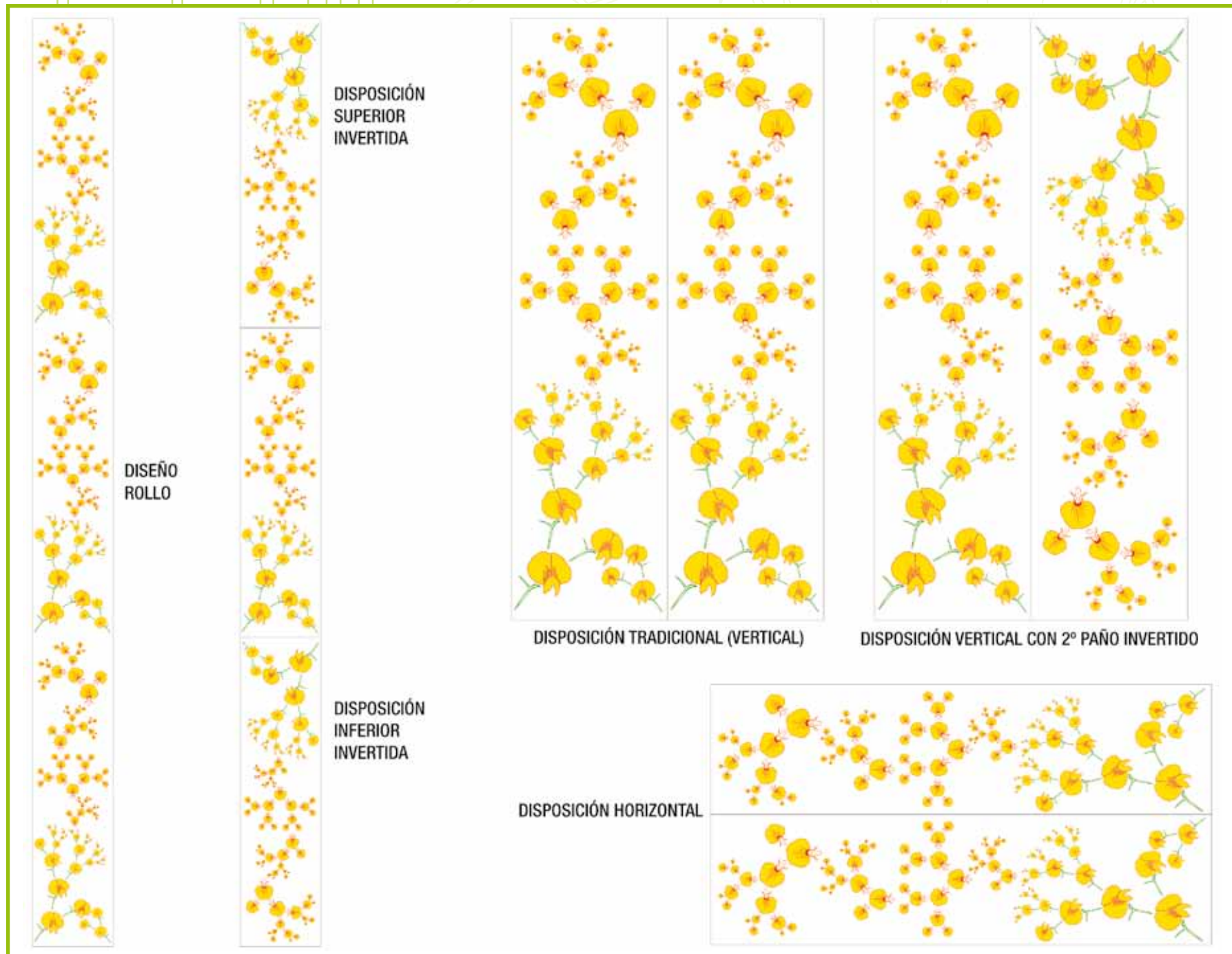
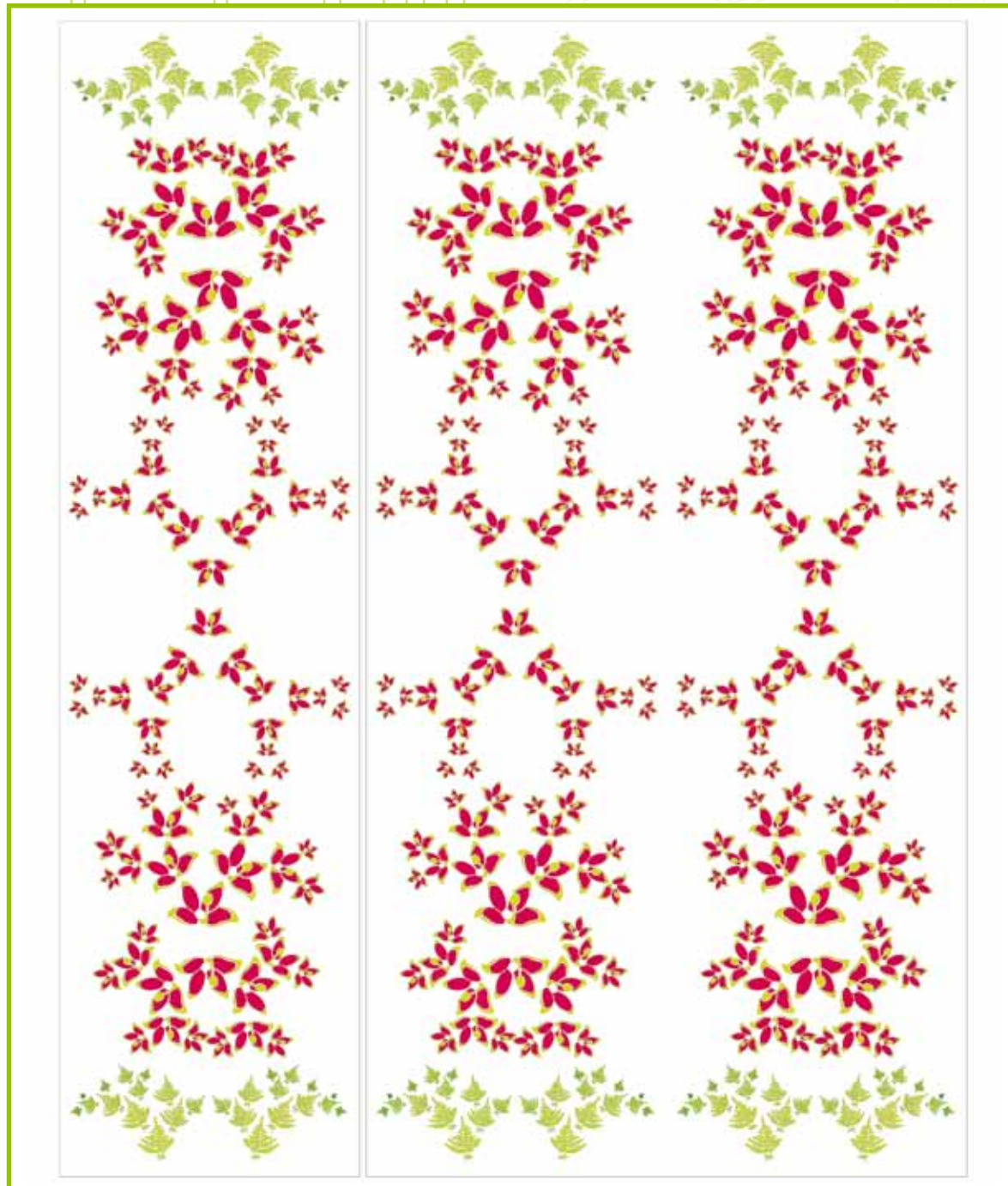


Figura 99



b. Estilo Fuique

- propuesta final (FIG. 100)
- propuesta de color (FIG. 101)
- propuesta de disposición (FIG. 102)

c. Propuesta de interrelación de los estilos (FIG. 103)

Figura 100

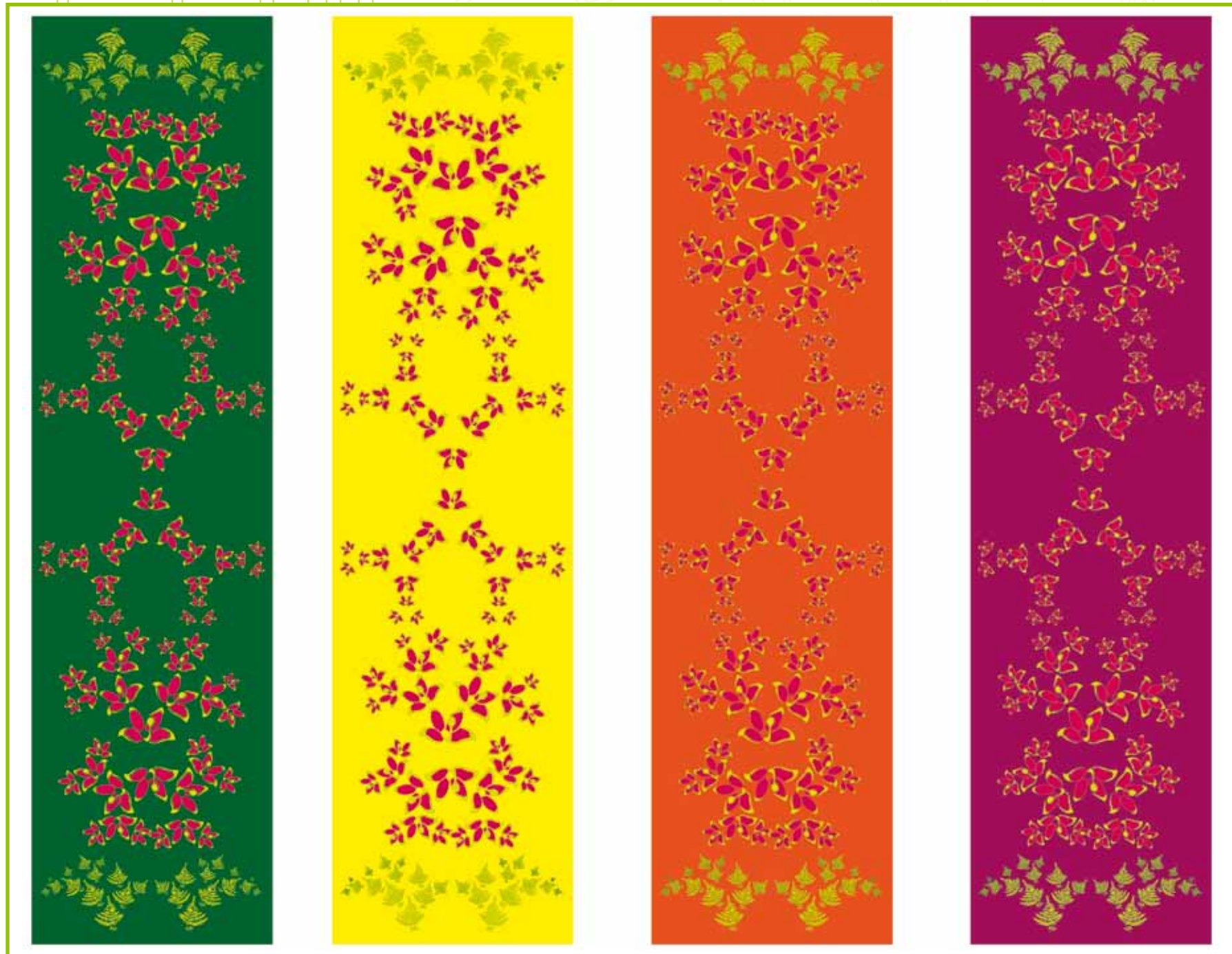


Figura 101

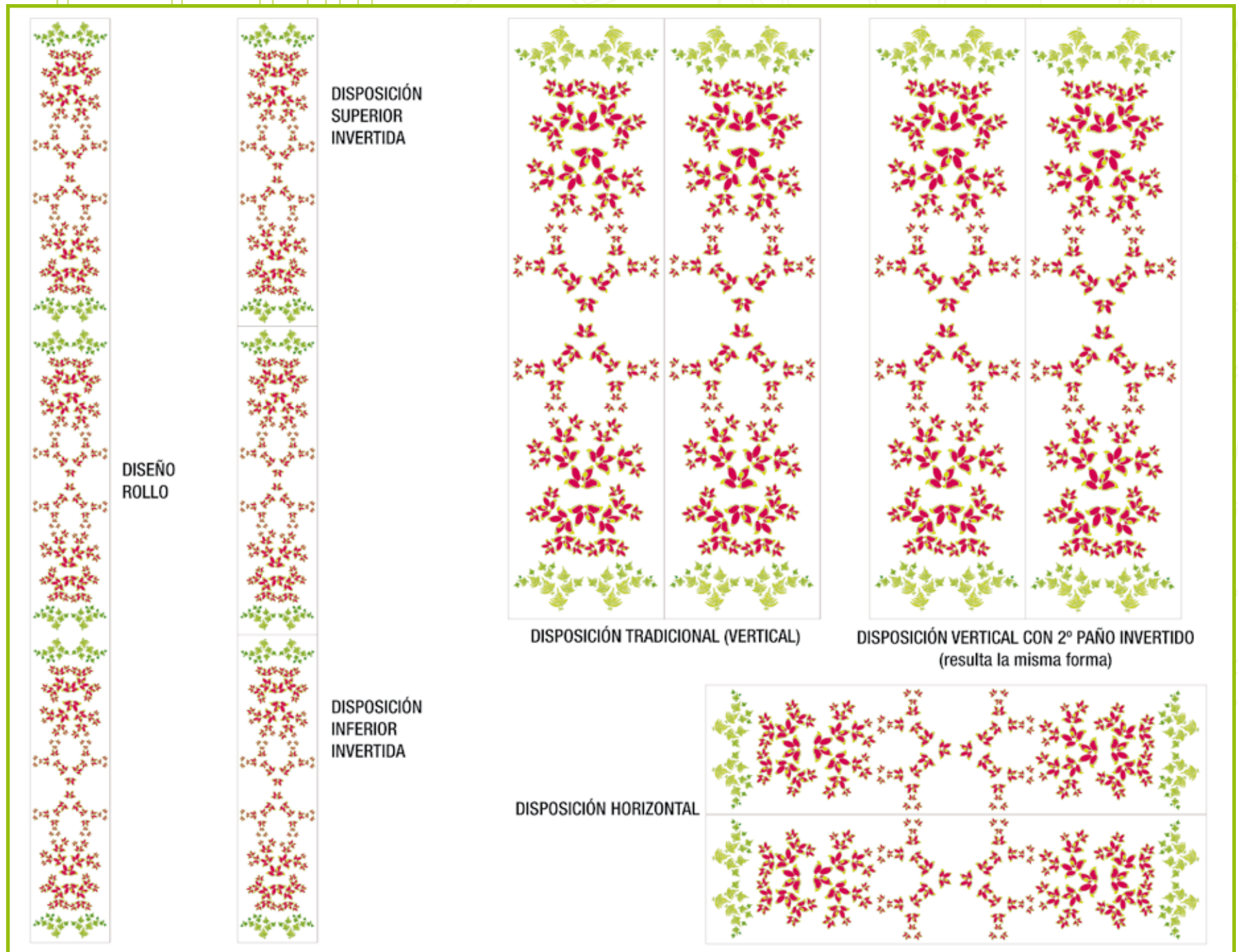


Figura 102

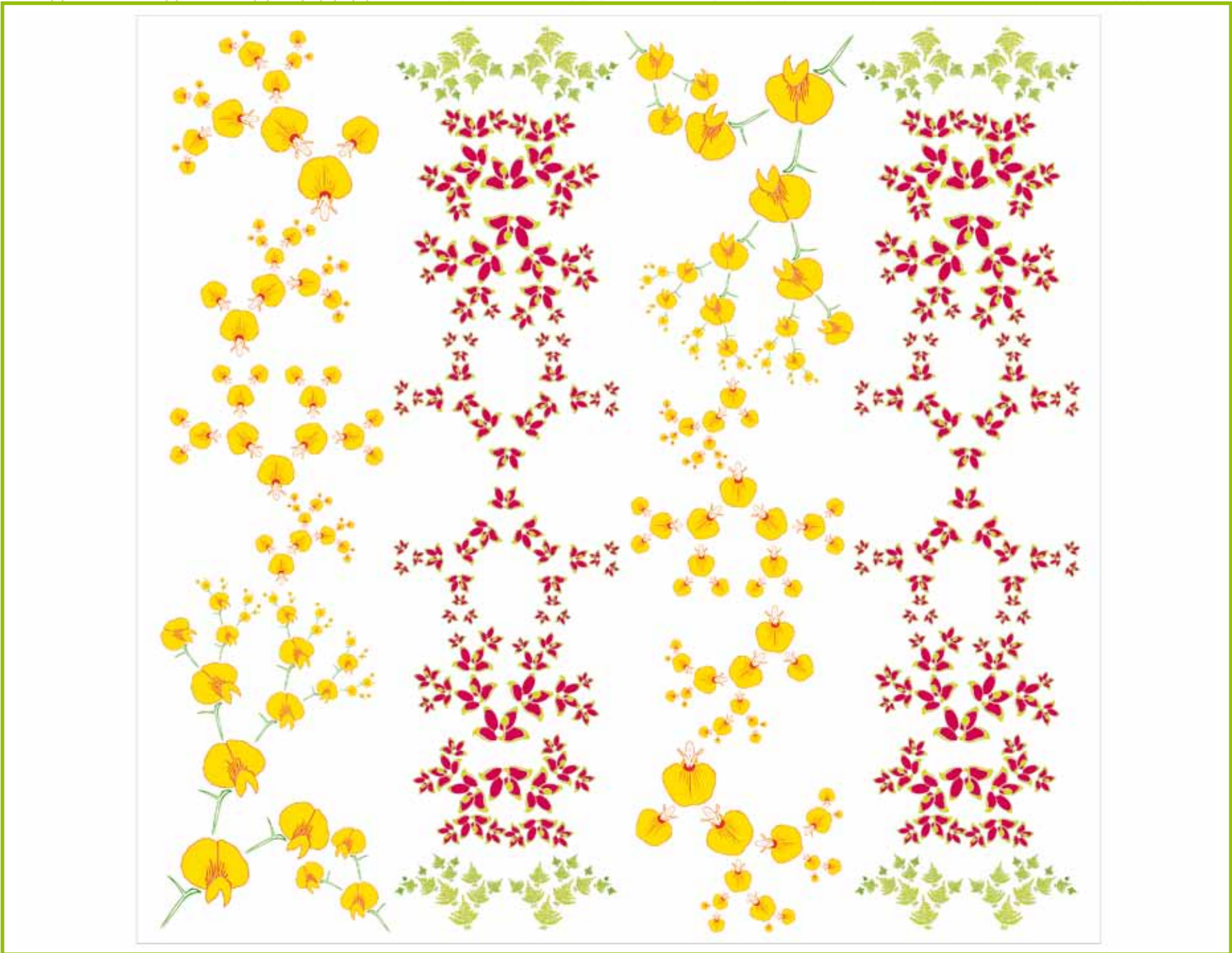
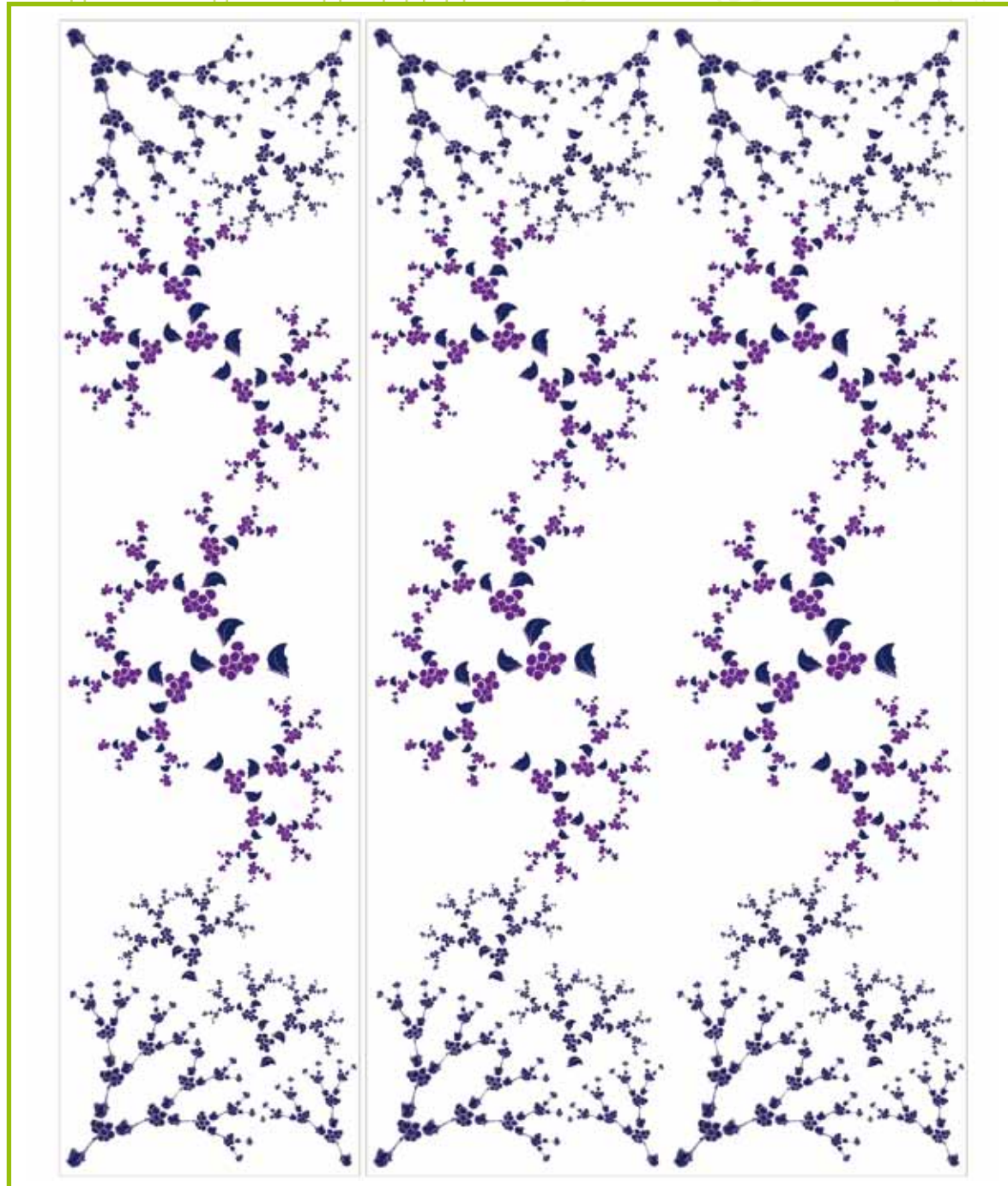


Figura 103



d. Estilo Michay

- propuesta final (FIG.104)
- propuesta de color (FIG.105)
- propuesta de disposición (FIG.106)

Figura 104

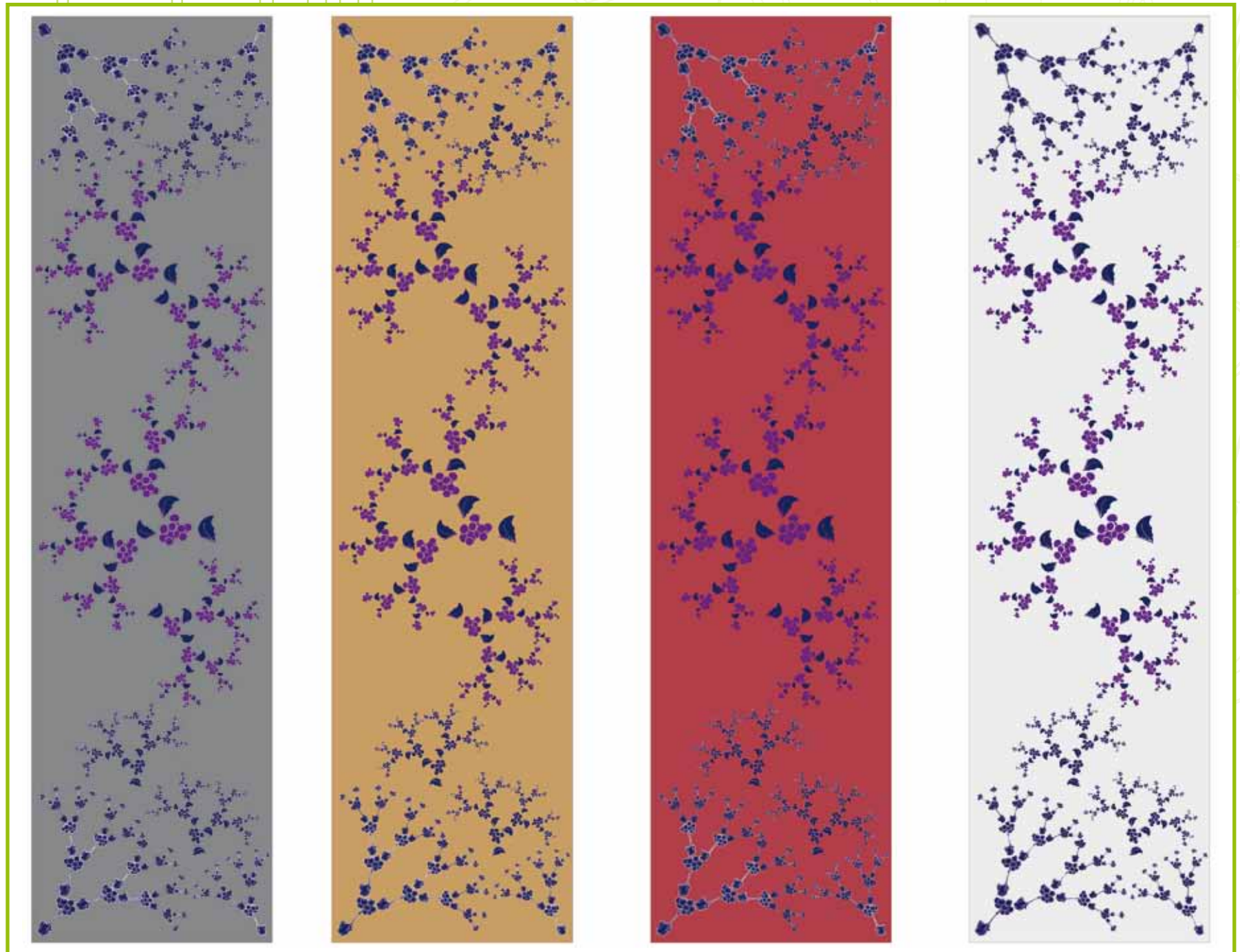


Figura 105

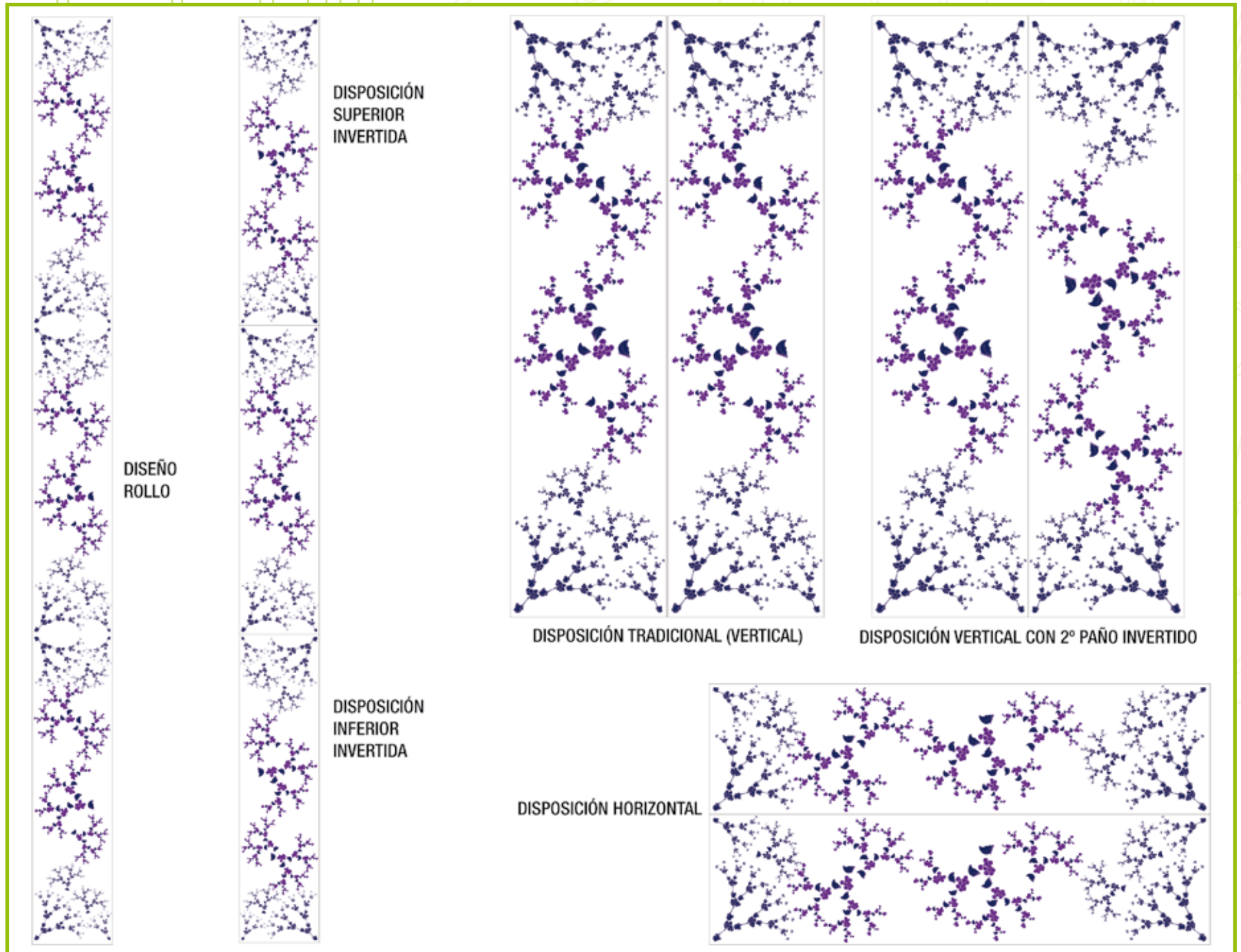
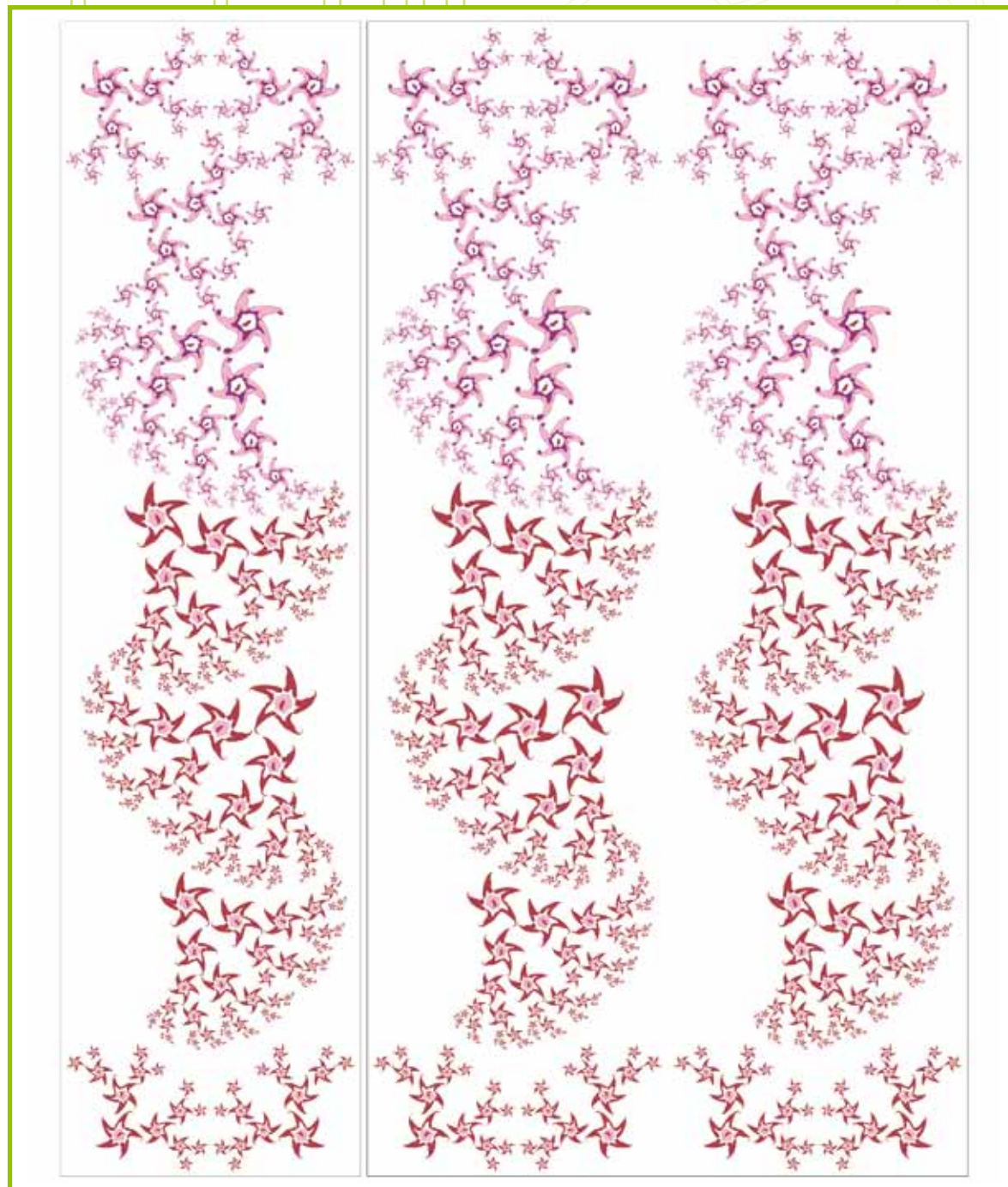


Figura 106



e. Estilo Zahumerio

- propuesta final (FIG. 107)
- propuesta de color (FIG.108)
- propuesta de disposición (FIG. 109)

f. Propuesta de interrelación de los estilos (FIG. 110)

Figura 107

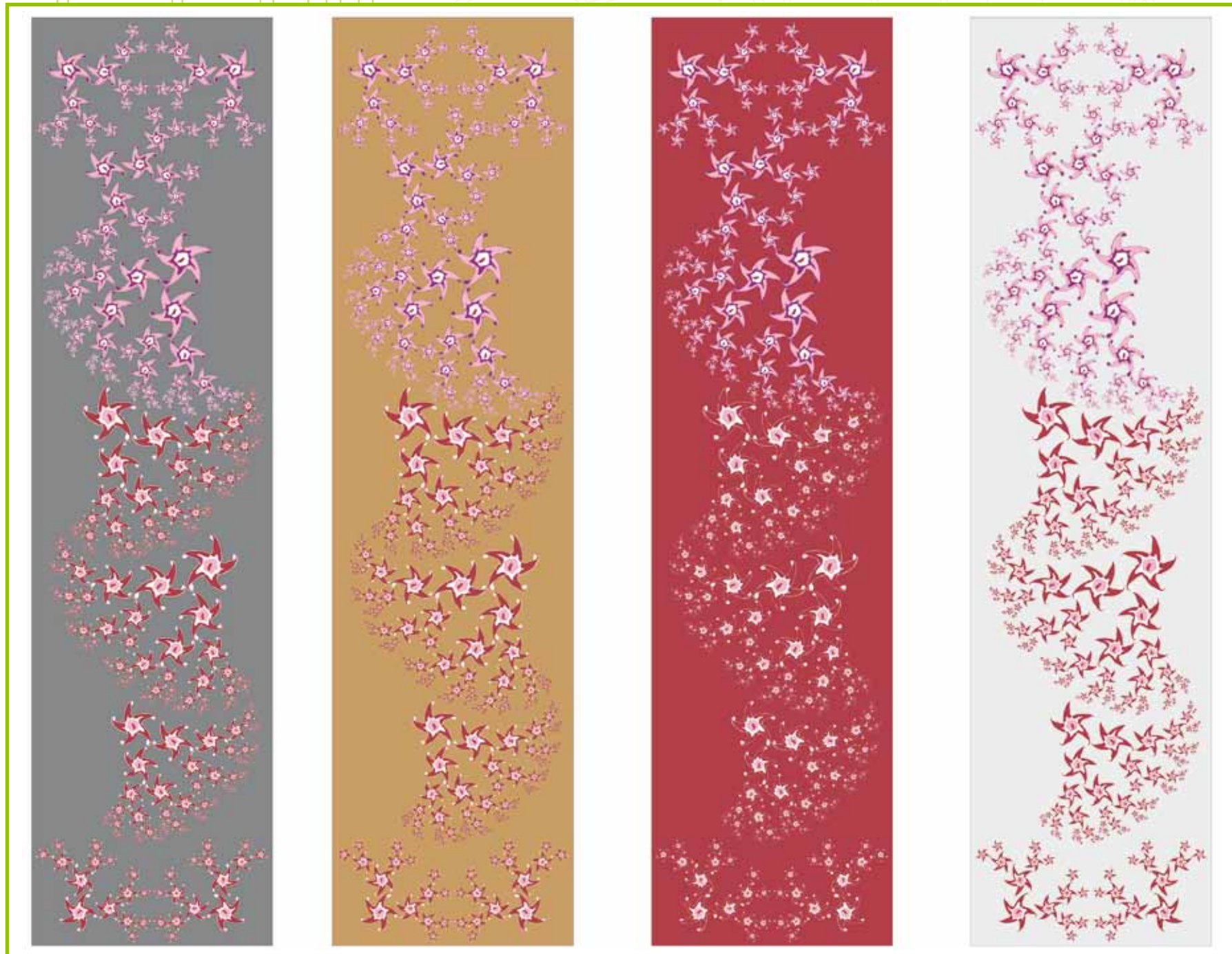


Figura 108

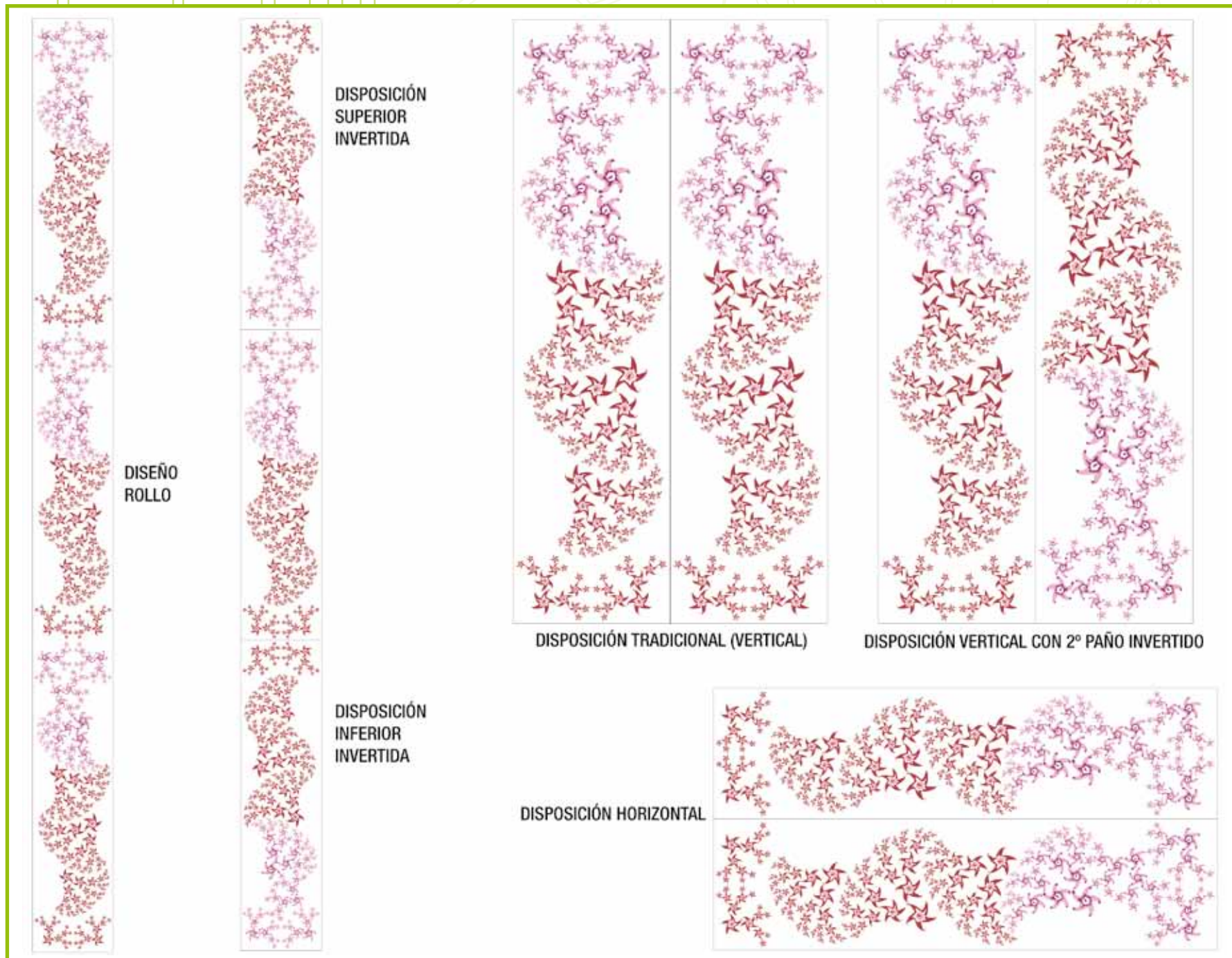


Figura 109

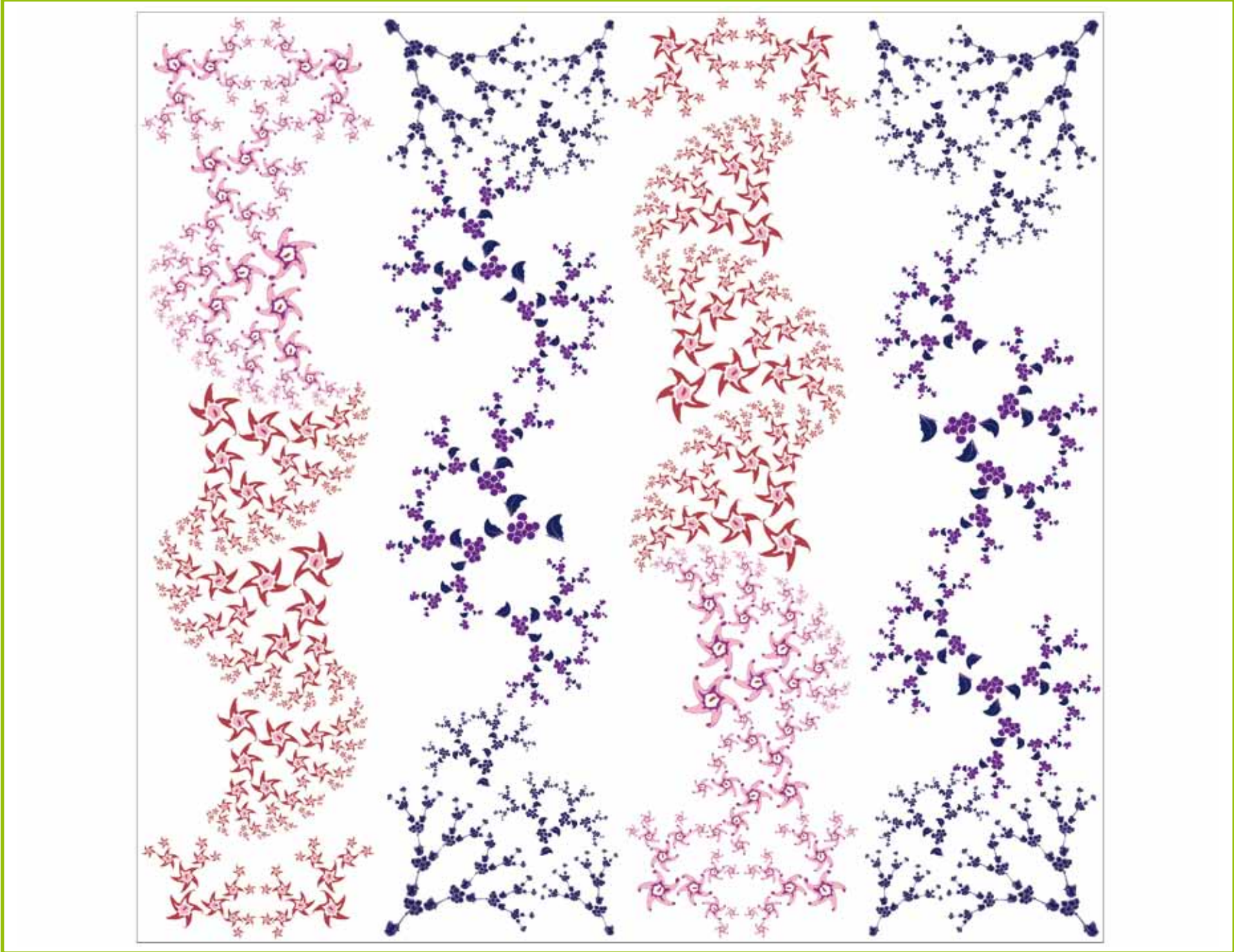


Figura 110



5.2.4.3 Recomendaciones de uso

Iluminación

Es de vital importancia que en donde se utilicen los papeles murales JUNO posean una iluminación adecuada, idealmente lámparas de pie recomendándose para la colección Júbilo usar una luz cálida rojiza y para el estilo Nostalgia una luz fría azulada.

5.2.4.4 Packaging y Catálogo

Ya que el papel mural ya ha sido diseñado, se hace necesaria la realización de un packaging para poder vender el producto; y además de un catálogo, con el cual poder presentar la colección. (FIG. 111)

Como es un producto basado en lo natural, se pensó en que el diseño del packaging debía ser pensado con materiales reciclables y que le ofreciera un carácter simple, es por lo que se ecogió al cartón microcorrugado, tanto para el packaging de los papeles murales, como para el catálogo.

El packaging es de fácil confección, son tubos que cubren al papel por completo, y que se les agrega una etiqueta identificatoria de cada estilo. (FIG. 112)

En cuanto al catálogo, se diseñó en forma de caja, contenedora de muestras a escala de los papeles murales, haciendo posible su manipulación, y poder jugar con las disposiciones que se pueden lograr con los paños. (FIG. 113)

Figura 111



Figura 112



Figura 113

5.2.4.5 Sitio Web y Publicidad

Con el fin de hacer conocida la colección, se considera la creación de un sitio web⁸⁵, en el cual se muestre y ofresca el producto. (FIG. 114)

Además, otra forma será mediante la entrega de flyers y afiches en la vía pública, que inviten a visitar el sitio, y así dar conocer la nueva propuesta. (FIG. 115)

5.2.4.6 Maqueta final (fotomontajes)

Para finalizar, se presentan las maquetas finales de cada estilo, en contexto de sala de estar.

- Júbilo Varilla Brava (FIG.116)
- Júbilo Fuinque (FIG.117)
- Mix Júbilo (FIG. 118)
- Nostalgia Michay (FIG. 119)
- Nostalgia Zahumerio (FIG. 120)
- Mix Nostalgia (FIG.121)

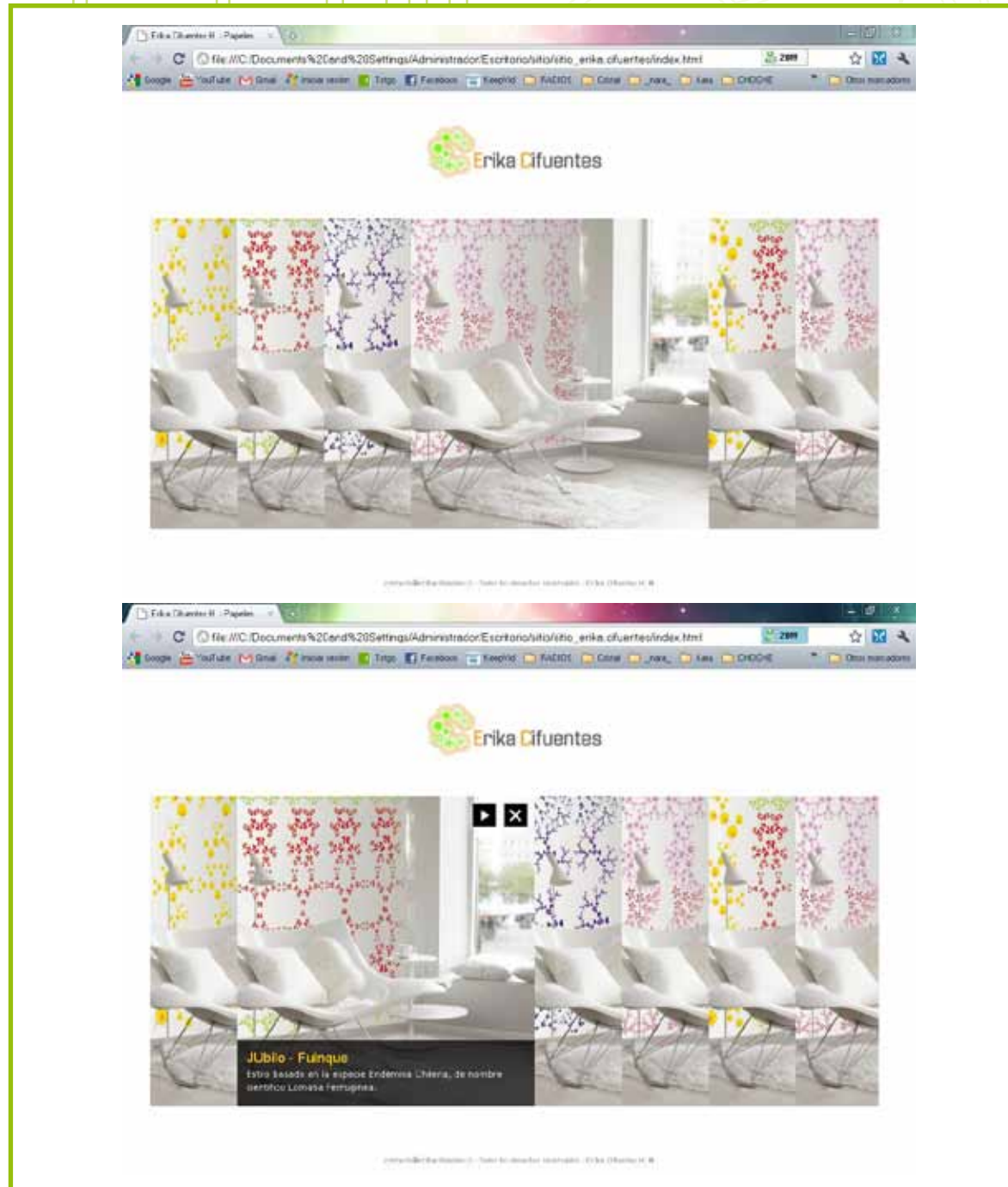


Figura 114

85 Ver ANEXO DIGITAL (Disco), Carpeta Sitio Web



Figura 115



Figura 116



Figura 117



Figura 118



Figura 119



Figura 120

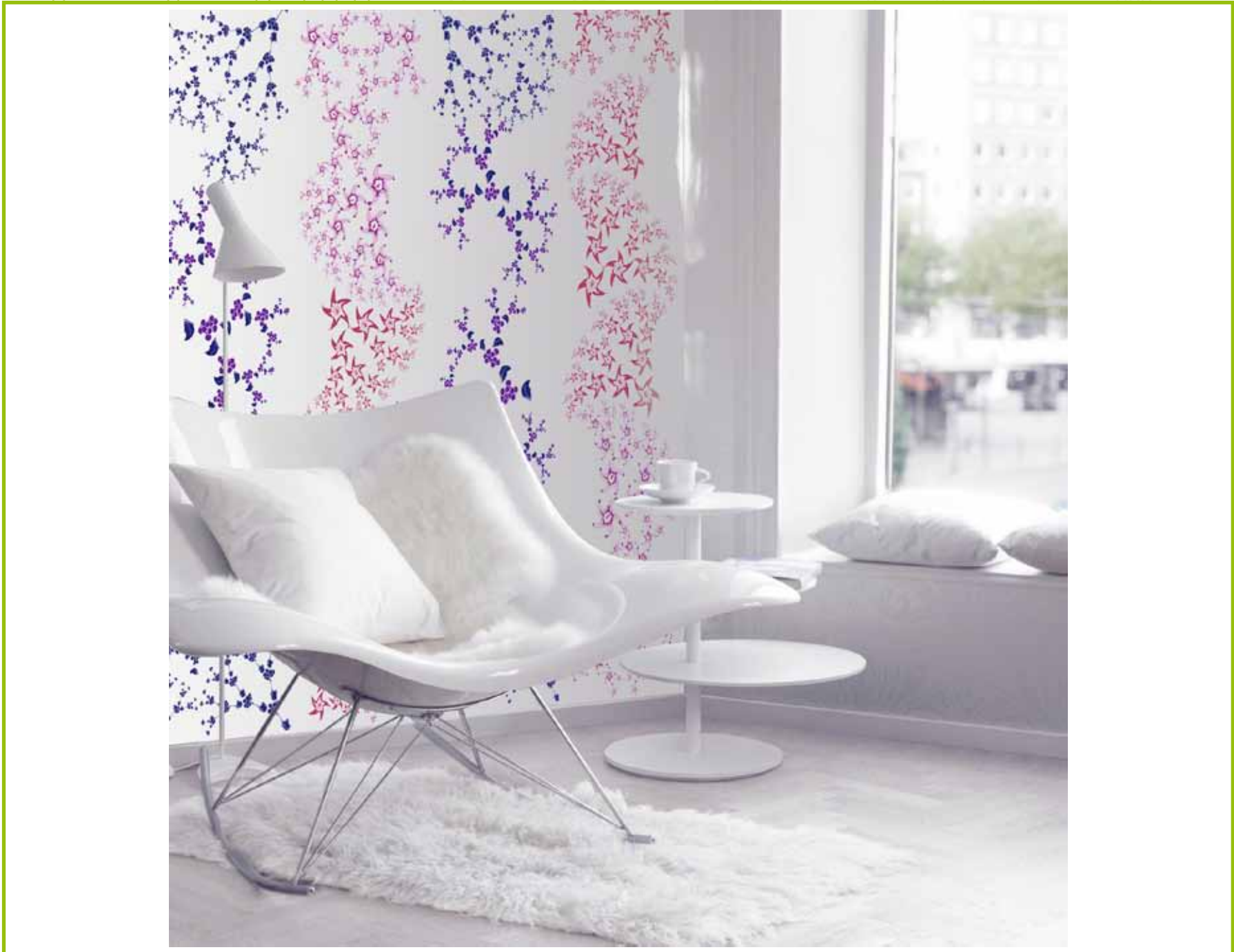


Figura 121

5.3 Etapa de realización

5.3.1 Financiamientos y posibles alianzas

El proyecto podría funcionar perfectamente en sociedad con constructoras que adopten los diseños de papeles murales en las salas de estar construidas, otorgando un nuevo servicio de diferenciación a los usuarios. Otra forma, es ofrecer los diseños a las empresas conocidas del mercado nacional (colowall, decomural o nicsolucion) para que por medio de alguna de éstas se distribuya el diseño de la colección del proyecto, y si todo funciona bien podrían trabajarse nuevas propuestas.

Finalmente, y la opción que se escoge para el proyecto, es por venta directa, en donde el diseñador de la colección vende su producto, ofreciendo por medios propios el servicio personalizado e identitario, a un grupo menor de usuarios, que deseen empapelar con la colección sus salas de estar o habitaciones.

5.3.2 Planificación (TABLA 53)

Para determinar la duración de la creación y producción del proyecto final, se realiza una carta gantt, que está pensada en cinco meses o veinte semanas de duración total; con una jornada laboral de 150 horas mensuales.

Se planifican las actividades en cuatro grandes secciones: etapa de diseño, de difusión y medios, etapa de producción y lanzamiento. Cada etapa puede que en algún momento se deba realizar paralelamente, o que además deba continuar en el tiempo, si todo resulta óptimo.

5.3.3 Presupuesto y costos (TABLA 54)

Se realiza un presupuesto por el proyecto, el cual toma los puntos planteados en la planificación del proyecto, y a su vez incluye los ingresos que podrían aparecer a partir de la venta del mismo, por lo que se presenta el flujo de caja por un año de trabajo.

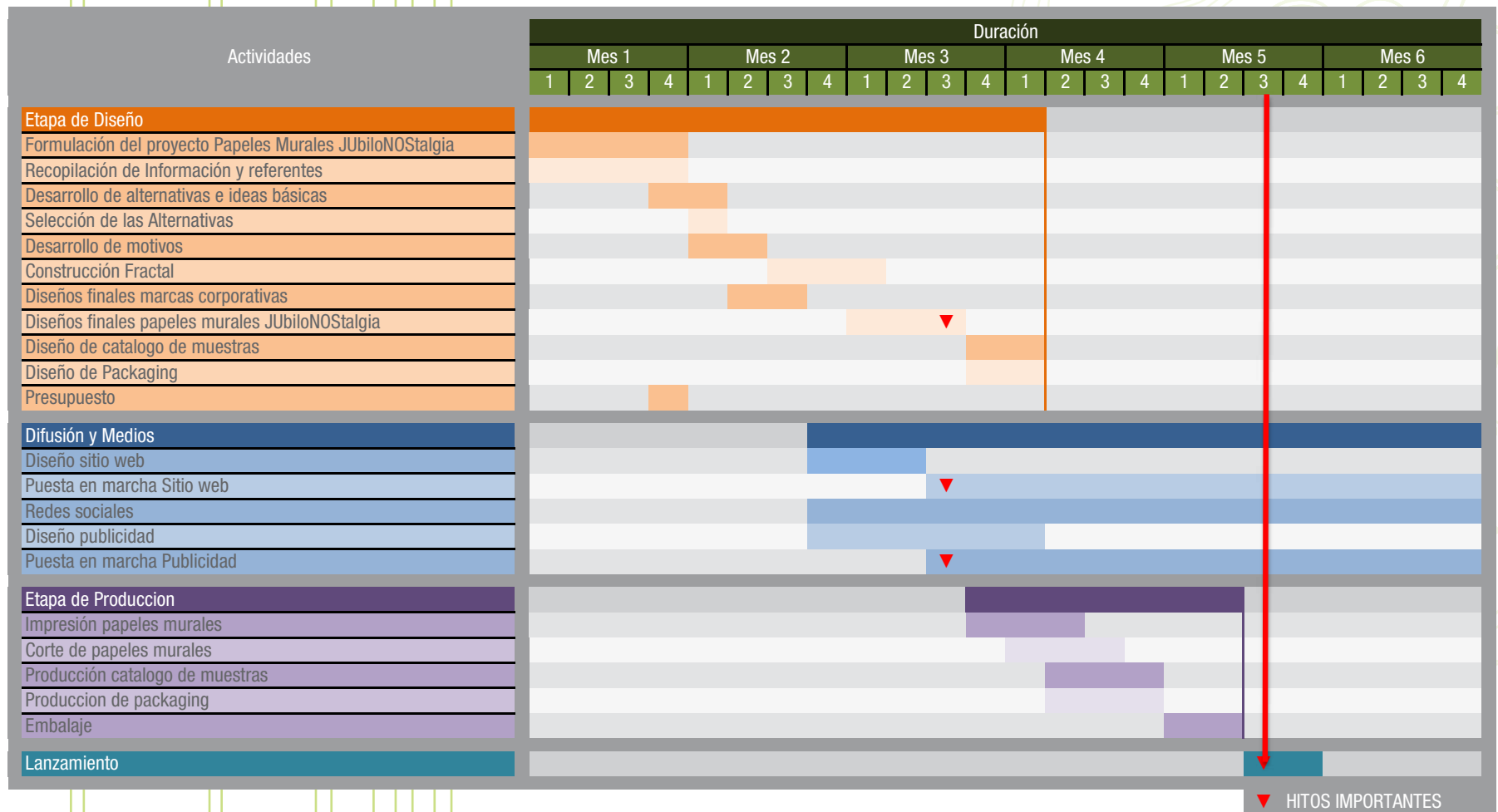


TABLA 53

CONCLUSIONES FINALES



Conclusiones Finales

En el país, el mercado del revestimiento mural, específicamente del papel mural, corresponde a empresas conocidas y que entre ellas disputan el liderazgo. Es muy utilizado para decorar ambientes, ya sea de viviendas como de tiendas, además existen diversos estilos y materiales, que son utilizados preferentemente por cada usuario.

Cada empresa posee características diferenciadoras en sus productos, algunas solo importan rollos del extranjero y otras intentan proveer el mercado nacional con diseños y producciones realizadas en el país. Por lo que sí es factible realizar colecciones en Chile, aunque significa un alto costo y riesgo el lanzarse con una nueva colección, ya que debe cumplirse con los requisitos y rentabilidad para cada empresa.

No se puede negar el hecho de que el país prefiere todo lo proveniente del extranjero, es una característica arraigada en el mercado el querer imitar lo del exterior y modificarlo a conveniencia e identidad chilena, con lo que muchas veces se garantiza el éxito de un producto o campaña. De todas formas, el uso y abuso de este hecho, permite afirmar que si bien pueden tomarse de referencia modas del exterior, se deben tener solo como referencias y no caer en copias idénticas de productos y diseños extranjeros.

El Chile existen segmentos que se preocupan por productos exclusivos, por lo que no es difícil encontrar grupos objetivos que se interesen por diseños realizados en el país y que a su vez promuevan la identidad de Chile, generando una

nueva tendencia, que promueve todo lo realizado por diseñadores chilenos.

Por medio de diseño de formas y específicamente en este caso, con motivos de repetición, se puede llegar a transmitir emociones e identidad, ya que funcionan de la mano del correcto uso del color, iluminación y además se conforman de forma fractal, lo que le permite llenar un espacio en forma natural y armoniosa.

La propuesta que se plantea pretende acercar el diseño a las personas, por medio de una propuesta lúdica, innovadora, rápida y con identidad, lográndolo con los ejes diferenciadores y potentes que posee, que corresponden a las fortalezas propias del proyecto:

1° Se explota un rasgo propio y único del país, como lo es la Flora Endémica Chilena.

2° Transmisor de emoción e identidad por medio de un diseño que se conforma a partir de diversos contenidos.

3° Utilización de patrones de repetición que utilizan enlaces fractales que permiten otra forma de disposiciones de los diseños. A la vez de lograr enlazar los diferentes paños entre sí, ya sea de forma horizontal, vertical, derecha o izquierda.

4° Logra espacios armoniosos y confortables, especiales para habitaciones que promuevan el relax y la creatividad. Además, es ecológico ya que produce en las personas efectos positivos en contra del estrés propios de la cultura actual de la ciudad.

Así, tomando como base los ejes mencionados anteriormente, se pretende confeccionar nuevos diseños que cumplan con estas cualidades, que sin duda conforman al proyecto como una herramienta de diseño para seguir explotándose en el futuro.

ANEXOS



ANEXO 1 - Emociones básicas -

FELICIDAD	
CARACTERÍSTICAS	-Favorece la recepción e interpretación positiva de los estímulos ambientales. -No es fugaz, como el placer, pretende ser estable y duradera emocionalmente (Delgado, 1992).
INSTIGADORES	-Logro, éxito de los objetivos. -Congruencia entre lo deseado y lo que se posee, entre expectativas y condiciones actuales, y entre las comparaciones con los demás (Michalos, 1986)
ACTIVIDAD FISIOLÓGICA	-Aumento en actividad en el hipotálamo, septum y núcleo amigdalino (Delgado, 1992) -Aumento en frecuencia cardíaca. La reactividad es menor que en otras emociones, como la ira y el miedo. (Cacioppo y cols., 1993). -Incremento en frecuencia respiratoria (Averill, 1969)
PROCESOS COGNITIVOS IMPLICADOS	-Facilita la empatía, favorecerá la aparición de conductas altruistas (Isen, Daubman y Norwicki, 1987) -Favorece el rendimiento cognitivo, solución de problemas y creatividad (Isen y Daubman, 1984); -Favorece el aprendizaje y la memoria (Nasby y Yando, 1982). Aunque estados muy intensos de alegría pueden enlentecer la ejecución e incluso pasar por alto elementos en la solución de problemas e interferir con el pensamiento creativo (Izard, 1991).
FUNCIÓN	-Incremento en la capacidad para disfrutar de diferentes aspectos de la vida. -Genera actitudes positivas hacia uno mismo y los demás, favorece el altruismo y empatía (Isen, Daubman y Norwicki, 1987). -Establece nexos y favorece las relaciones interpersonales (Izard, 1991) -Sensaciones de vigorosidad, competencia, trascendencia y libertad (Meadows, 1975) -Favorece procesos cognitivos y de aprendizaje, curiosidad y flexibilidad mental (Langsdorf, Izard, Rayias y Hembree, 1983).
EXPERIENCIA SUBJETIVA	-Estado placentero, deseable, sensación de bienestar. -Sensación de autoestima y autoconfianza (Averill y More, 1993).
TRISTEZA	
CARACTERÍSTICAS	-Aunque se considera como una de las emociones displacenteras, no siempre es negativa (Stearns, 1993). -Existe gran variabilidad cultural e incluso algunas culturas no poseen palabras para definirla.
INSTIGADORES	-Separación física o psicológica, pérdida o fracaso (Camras y Allison, 1989) -Decepción, especialmente si se han desvanecido esperanzas puestas en algo. -Situaciones de indefensión, ausencia de predicción y control. Según Seligman (1975) aparece después de una experiencia en la que se genera miedo, debido a que la tristeza es el proceso oponente del pánico y actividad frenética. -Ausencia de actividades reforzadas y conductas adaptativas (Lewinsohn, 1974) -Dolor crónico (Sternbach, 1978, 1982)
ACTIVIDAD FISIOLÓGICA	-Actividad neurológica elevada y sostenida (Reeve, 1994). -Ligero aumento en frecuencia cardíaca, presión sanguínea y resistencia eléctrica de la piel (Sinha, Lovallo y Parsons, 1992).
PROCESOS COGNITIVOS IMPLICADOS	-Valoración de pérdida o daño que no puede ser reparado (Stein y Levine, 1990). -Focalización de la atención en las consecuencias a nivel interno de la situación (Stein y Jewett, 1986). -Puede inducir a procesos cognitivos característicos de depresión (triada cognitiva, esquemas depresivos y errores en el procesamiento de la información), que son, según Beck, factores principales en el desarrollo del trastorno emocional (Beck, 1983)
FUNCIÓN	-Cohesión con otras personas, especialmente con aquéllos que se encuentran en la misma situación (Averill, 1979). -Disminución en el ritmo de actividad. Valoración de otros aspectos de la vida que antes de la pérdida no se atendían (Izard, 1991). -Comunicación con los que no se encuentran bien, puede generar ayuda de otros (Tomkins, 1963), así como apaciguamiento de reacciones de agresión (Savitsky y Sim, 1974), empatía, o comportamientos altruistas (Huebner e Izard, 1988).
EXPERIENCIA SUBJETIVA	-Desánimo, melancolía, desaliento. -Pérdida de energía

IRA	
CARACTERÍSTICAS	Es el componente emocional del complejo AHL (Agresividad-Hostilidad-Ira). La hostilidad hace referencia al componente cognitivo y la agresividad al conductual. Dicho síndrome está relacionado con trastornos psicofisiológicos, especialmente las alteraciones cardiovasculares (Fdez-Abascal y Martín, 1994a,b).
INSTIGADORES	-Estimulación aversiva, tanto física o sensorial, como cognitiva (Berkowitz, 1990) -Condiciones que generan frustración (Miller, 1941), interrupción de una conducta motivada, situaciones injustas (Izard, 1991), o atentados contra valores morales (Berkowitz, 1990). -Extinción de la operante, especialmente en programas de reforzamiento continuo (Skinner, 1953) -Inmovilidad (Watson, 1925), restricción física o psicológica (Campos y Stenberg, 1981)
ACTIVIDAD FISIOLÓGICA	-Elevada actividad neuronal y muscular (Tomkins, 1963). -Reactividad cardiovascular intensa (elevación en los índices de frecuencia cardíaca, presión sistólica y diastólica) (Cacioppo y cols., 1993).
PROCESOS COGNITIVOS IMPLICADOS	-Focalización de la atención en los obstáculos externos que impiden la consecución del objetivo o son responsables de la frustración (Stein y Jewett, 1986). -Obnubilación, incapacidad o dificultad para la ejecución eficaz de procesos cognitivos.
FUNCIÓN	-Movilización de energía para las reacciones de autodefensa o de ataque (Averill, 1982). -Eliminación de los obstáculos que impiden llegar a los objetivos deseados y generan frustración. -No siempre concluye en agresión (Lemerise y Dodge, 1993), al menos sirve para inhibir las reacciones indeseables de otros sujetos e incluso evitar una situación de confrontación.
EXPERIENCIA SUBJETIVA	-Sensación de energía e impulsividad, necesidad de actuar de forma intensa e inmediata (física o verbalmente) para solucionar de forma activa la situación problemática. -Se experimenta como una experiencia aversiva, desagradable e intensa. -Relacionada con impaciencia.

SORPRESA	
CARACTERÍSTICAS	-Reacción emocional neutra -Se produce de forma inmediata ante una situación novedosa o extraña y se desvanece rápidamente, dejando paso a las emociones congruentes con dicha estimulación (Reeve, 1994).
INSTIGADORES	-Estímulos novedosos débiles o moderadamente intensos -Acontecimientos inesperados. -Aumento brusco de estimulación. -Interrupción de la actividad que se está realizando en ese momento.
ACTIVIDAD FISIOLÓGICA	-Patrón fisiológico característico del reflejo de orientación: disminución de la frecuencia cardíaca, -Incremento momentáneo de la actividad neuronal.
PROCESOS COGNITIVOS IMPLICADOS	-Atención y memoria de trabajo dedicadas a procesar la información novedosa. -Incremento en general de la actividad cognitiva.
FUNCIÓN	-Facilitar la aparición de la reacción emocional y conductual apropiada ante situaciones novedosas. -Eliminar la actividad residual en sistema nervioso central que pueda interferir con la reacción apropiada ante las nuevas exigencias de la situación (Izard, 1991). -Facilitar procesos atencionales, conductas de exploración e interés por la situación novedosa (Berlyne, 1960). -Dirigir los procesos cognitivos a la situación que se ha presentado (Reeve, 1994).
EXPERIENCIA SUBJETIVA	-Estado transitorio. -Aparece rápidamente y de duración momentánea hasta para dar paso a una reacción emocional posterior. -Mente en blanco momentáneamente. -Reacción afectiva indefinida, aunque agradable. -Las situaciones que provocan sorpresa se recuerdan no tan agradables como la felicidad, pero más que emociones como ira, tristeza, asco o miedo (Izard, 1991). -Sensación de incertidumbre por lo que va a acontecer.

MIEDO	
CARACTERÍSTICAS	El componente patológico son los trastornos por ansiedad relacionados con una reacción de miedo desmedida e inapropiada. Produce una mayor cantidad de trastornos mentales, conductuales, emocionales y psicosomáticos. La distinción entre ansiedad y miedo; es que la reacción de miedo se produce ante un peligro real y es proporcionada a éste, mientras que la ansiedad es desproporcionadamente intensa con la supuesta peligrosidad del estímulo (Bermúdez y Luna, 1980; Miguel-Tobal, 1995).
INSTIGADORES	-Situaciones potencialmente peligrosas. Los estímulos pueden ser variados y, carecer objetivamente de peligro. -Situaciones novedosas y misteriosas, especialmente en niños (Schwartz, Izard y Ansul, 1985). -Abismo visual (Gibson y Walk, 1960) en niños. Altura y profundidad (Campos, Hiatt, Ramsay, Henderson y Svejda, 1978) -Procesos de valoración secundaria que interpretan una situación como peligrosa (Lazarus, 1977, 1991a). -Dolor y anticipación del dolor (Fernández y Turk, 1992) -Pérdida de sustento (Watson, 1920) y, en general, cambio repentino de estimulación.
ACTIVIDAD FISIOLÓGICA	-Aceleración de frecuencia cardiaca, incremento de conductancia y fluctuaciones de la misma (Cacioppo y cols., 1993).
PROCESOS COGNITIVOS IMPLICADOS	-Valoración primaria: amenaza. Valoración secundaria: ausencia de estrategias de afrontamiento (Lazarus, 1993). -Reducción de la eficacia de los procesos cognitivos, obnubilación. Focalización de la percepción casi con exclusividad en el estímulo temido.
FUNCIÓN	-Facilitación de respuestas de escape o evitación de la situación peligrosa. El miedo es la reacción emocional más relevante en los procedimientos de reforzamiento negativo (Pierce y Epling, 1995). -Atención casi exclusiva al estímulo temido, facilitando que el organismo reaccione rápidamente ante el mismo. -Moviliza gran cantidad de energía. El organismo puede ejecutar respuestas más intensas que en condiciones normales. Si es excesiva, la eficacia disminuye, según la relación entre activación y rendimiento (Yerkes y Dodson, 1908).
EXPERIENCIA SUBJETIVA	-Se trata de una de las emociones más intensas y desagradables. Genera aprensión, desasosiego y malestar. -Preocupación, recelo por la propia seguridad o por la salud. -Sensación de pérdida de control.

ASCO	
CARACTERÍSTICAS	-Las sensaciones fisiológicas son más patentes. -La mayoría de las reacciones se generan por condicionamiento interoceptivo. -Está relacionado con trastornos del comportamiento, como la anorexia y bulimia. -También puede ser el componente terapéutico principal de los tratamientos basados en condicionamiento aversivo, tales como la técnica de fumar rápido (Becoña, 1985).
INSTIGADORES	-Estímulos desagradables (químicos fundamentalmente) potencialmente peligrosos o molestos. -condicionados aversivamente, suelen ser olfativos o gustativos.
ACTIVIDAD FISIOLÓGICA	-Aumento en reactividad gastrointestinal -Tensión muscular
PROCESOS COGNITIVOS IMPLICADOS	-No se identifican
FUNCIÓN	-Generación de respuestas de escape o evitación de situaciones desagradables o potencialmente dañinas para la salud. -Los estímulos suelen estar relacionados con lo olfativo u oloroso (Darwin, 1872/1984). -Pueden asociarse a cualquier otra modalidad perceptiva (escenas visuales, sonidos, etc.) -Estímulos relacionados con alimentos en mal estado o potencialmente peligrosos para la salud (Rozin y Fallon, 1987). -Incluso puede producirse reacción de asco ante alimentos nutritivos y en buen estado. -Potenciar hábitos saludables, higiénicos y adaptativos (Reeve, 1994).
EXPERIENCIA SUBJETIVA	-Necesidad de evitación o alejamiento del estímulo. -Si es oloroso o gustativo aparecen sensaciones desagradables, (náuseas).

ANEXO 2 - Psicología del color -

COLORES PSICOLÓGICAMENTE CONTRARIOS	CONTRASTE SIMBÓLICO
Rojo-Azul	Activo-pasivo Caliente-frío Alto-bajo Corporal-espiritual Masculino-femenino
rojo-blanco	Fuerte-débil Lleno-vacío Pasional-insensible
azul-marrón	Espiritual-terrenal Noble-innoble Ideal-real
amarillo-gris y naranja-gris	Brillante-apagado Llamativo-discreto
naranja-blanco	Coloreado-incoloro Llamativo-moderado
verde-violeta	Natural-artificial Realista-mágico
blanco-marrón	Limpio-sucio Noble-innoble Diáfano-denso Listo-tonto
negro-rosa	Fuerte-débil Rudo-delicado Duro-blando Insensible-sensible Exacto-difuso Grande-pequeño Masculino-femenino
plata-amarillo	Frío-cálido Imperceptible-llamativo Metálico-inmaterial
dorado-gris y dorado-marrón	Puro-impuro Caro-barato Noble-cotidiano

colores psicológicamente contrarios con su contraste simbólico

COLOR	AMARILLO	ROJO	VERDE	BLANCO	NEGRO
SEXO	Yang masculino	Yang masculino	Yang masculino	Yin femenino	Yin femenino
ANIMAL SIMBÓLICO	El hombre amarillo	fénix	dragón	Unicornio/tigre	Tortuga
CLASE DE ANIMAL	Animales desnudos	aves	Animales con escamas	Animales con pelo	Animales con coraza
PUNTO CARDINAL	medio	sur	este	oeste	Norte
ESTACIÓN	posestío	verano	primavera	otoño	Invierno
ELEMENTO	tierra	fuego	madera	metal	Agua
ASTRO	sol	Marte	Júpiter	Venus	Luna
ÓRGANO CORPORAL	bazo	corazón	hígado	pulmones	riñones

simbolismo cromático chino

COLORES DE GOETHE	ROJO PÚRPURA	ROJO	AMARILLO	VERDE	AZUL	VIOLETA
CATEGORÍA MORAL DEL COLOR	Bello	Noble	Bueno	Útil	Vulgar, es decir, corriente, ordinario	Inútil, es decir, económicamente no rentable
CATEGORÍA INTELLECTUAL DEL COLOR	Razón y fantasía, es decir, genialidad	Razón, es decir, sentimiento y entendimiento	Entendimiento	Sensualidad, es decir, sentimientos e impulsos	Sensualidad, es decir, sentimientos e impulsos	Fantasia, es decir, irrealidad
COLOR DE ESTATUS	Gobernantes	Nobles	Científicos	Burgueses	Trabajadores	Extravagantes, artistas
TRADICIÓN SIMBÓLICA DEL COLOR	Púrpura de reyes, príncipes y cardenales	Las normas sólo permitían el rojo a la nobleza	Color simbólico de la iluminación y de las ciencias	Las normas establecían el verde como color de la burguesía	Las normas establecían el azul como color de los trabajadores	Color simbólico de lo espiritual, de la magia y de la teología

categorías sensibles morales de Goethe y su relación con la sociedad

hace en Europa

Erika: Y sus principales clientes cuales son?

DON JULIÁN: Hoy día? Nuestros principales clientes son las principales constructoras en el rubro de la construcción, y sodimac por el lado del retail, más algunos distribuidores.

Erika: Y en un futuro, se preocuparán más por ejemplo en particulares, o cosas de diseño?

DON JULIÁN: Es que de eso se trata, hoy día la tecnología esta disponible como para hacer cosas en pequeñas cantidades y con harlo colorido, por ejemplo HP tiene estas impresoras tipo plotter, pero ya para uso industriales, en donde tu puedes imprimir no se po' la foto de tu marido 50 veces y la vamos a imprimir para ti, esa es una opción, un nicho pequeño de mercado, pero mas que eso nosotros estamos apuntando al mercado latinoamericano, nosotros quisieramos ir a Brasil, quisieramos ir a México, te fijas porque argentina hemos hecho, nos ha ido bien, pero es muy proteccionistas y en este momento nos coloco un impuesto del 40% por lo tanto, es prohibitivo entrar allá, te fijas entonces, para nosotros por ejemplo, si nosotros dijéramos el mix de producción va ser constructora-retail, retail-exportación, te fijas, y dentro de eso en porcentaje, nosotros yo creo que, lo que podríamos aspirar es a que eso sea un 20% de exportación al mundo, eso seria como ideal y el otro 80% lo absorbemos en el mercado nacional, tanto en construcción y en retail

Erika: Entonces como sería la selección de los diseños?

DON JULIÁN: Cuando uno empieza como a liderar mercado, la selección de los diseños ya tiene que ver con las tendencia mundiales, y en ese sentido nosotros los latinoamericanos normalmente estamos absorbiendo lo que viene de Europa, entonces si nosotros tenemos una buena selección, capaces de resistir digamos, la naturaleza, el clima de la zona donde tu vas. De repente por tendencia lo mexicanos son mas colorinches, vamos a tener que, el tipo te va a decir este es tu catalogo? Si, ok, te compro el 50% del catalogo, pero estos diseño los quiero con estos colores, tonces ahí se comprometen volúmenes y yo lo puedo hacer.

Erika: Y eso tendría que estar recién en estudio a cuales mercado entrarían?

DON JULIÁN: No, nosotros tenemos ya una preselección establecida por, desde ya tiempo que tenemos la idea prefijada de entrar en mercados, como es Brasil y México por el volumen que representa, y eso significa hacer un trabajo, visitas, llevar el catalogo, ver, estudiar, definir con ellos, y empezar a trabajar en función de ellos, como lo hemos hecho con Perú, nosotros estamos exportando hoy día un contenedor mas o menos mensual de papel tradicional para ellos, que se diseño, que se desarrollo para las limitaciones que hay allá y funciona perfecto.

Erika: Sobre los tipos de papeles, cuales son los que más se manejan, los preparan acá?

DON JULIÁN: Mira nosotros somos transformadores de papel, es decir compramos papel base, en Argentina, en Chile, en Alemania, te fijas, podemos comprar en donde esté, en Finlandia, lo que necesitemos, pero grandemente ocupamos dos tipos de papel, uno que se llama pulpa mecánica y otro que es pulpa química. El químico es el clásico que tu usas, el papel bond pa' fotocopias, y todo lo demás, químico se llama por el proceso en que se muele el árbol y obtienes la fibra y mecánico es el que normalmente ocupamos como camisa o soporte, ya, nosotros hacemos con esos dos grandes papeles o tipos de papeles, nosotros hacemos todos nuestros tipos de papel mural. Tenemos papeles tradicionales que me refiero a que es básicamente un sándwich de papel bond por un lado para imprimir, que tiene el fondo blanco y el mecánico que va abajo y que es el que va en el muro. y por el otro lado hacemos los papeles vinílicos que es, una pulpa mecánica especial para temperatura que lleva una cubierta de pvc, que nosotros la preparamos acá, pero importamos toda la resina en Europa.

Erika: Y en cuanto a diseño, entonces hay alguna restricción para hacer los diseños o es libre, hay patrones para seguir?

DON JULIÁN: Mira, nosotros todavía no podemos darnos esa libertad, es decir las grandes compañías del mundo productoras de papel si, marcan tendencias, contratan a una diseñadora top, ponte tu no se por decirte un nombre, a la Cócó Channel y que haga una colección, lo que paso aquí años atrás, eso fue en el sesenta, en el 70 y algo, entonces cada artista hacia su concepto [...] o la libertad de tratar de tu imponer una tendencia, pero normalmente nosotros lo que hacemos es copiar las cosas que son exitosas en Europa para ponerlas acá y que son del gusto del medio.

Es que nosotros tratamos de, como te digo de interpretar lo que esta en boga en Europa principalmente lo traemos a chile y lo adaptamos a nuestra forma de vivir, ya y con eso nosotros hacemos todo un trabajo de como quien parte de cero, compramos los papeles muchas veces, los mandamos a la fotomecánica para que hagan el levantamiento, la separación de colores, escaneos, una serie de cuestiones que tiene que ver con la pre-

presa, y una vez que los artes están aprobados entonces se mandan a grabar los cilindros, ya sea en España, o en Alemania que son los que normalmente producen muchos cilindros, ya? y de ahí los traemos para acá y hacemos la colección. Ahora en el área, digamos como te digo de diseño hay harlo, porque, qué hace la diseñadora pa' nosotros en la parte grafica que es muy rápido, toma la forma, hace el levantamiento y luego mediante el freehand por ejemplo, o photoshop, empiezan a colorear a darle colores, entonces a ti te salen test pequeños, te fijas, pa' un diseño unas 10-12 versiones y después ver también, te dice estos colores se venden, estos son maestrías, que se dice, son colores super lindos pero que nadie los usa, pero que si no están en la escala de colores, es pobre el catalogo.

Erika: Y en los colores que ustedes manejan pueden ser cualquiera o también tienen alguna restricción?

DON JULIÁN: No la restricción como te vuelvo a decir la manda el mercado

Erika: O sea ustedes pueden hacer todo?

DON JULIÁN: Claro o sea si esta en boga los colores ácidos pa' la gente, nosotros cambiamos todo y lo hacemos ácido

Erika: Shora lo último, cual es la disponibilidad que tiene colowall para innovar, está la posibilidades en innovar en diseño, en quizás en forma de disponer los papeles, los elementos?

DON JULIÁN: Nosotros debiéramos hacer un par de catálogos al año, estamos haciendo uno en estos momentos, porque pasa por una gran cantidad de recursos que hay que movilizar, los rodillos tienen un costo, el stock que hay que hacer para tener la colección luego la construcción del libro o catalogo entonces tu necesitas 30-50 millones de pesos.

Erika: Y como juega el papel con la competencia, ustedes igual deben estar en constante estudio de cómo funciona los demás?

DON JULIÁN: Si nosotros hemos tenido la gracia de tener una muy buena administración, o sea en ese sentido Alvaro es un tipo seco en eso, controla harlo, y nosotros hemos podido sobrelevar todos los problemas que ha tenido la economía en este último tiempo, sin mayor trance, no así nuestra competencia, han estado bastante complicados, muy endeudados y por lo tanto, yo diría que en este momento, ellos no están liderando el mercado, porque nosotros estamos vendiendo el papel mas caro, pero lo estamos vendiendo mas caro porque nuestras capacidades están al tope, ya, entonces si tu me preguntas quien la lleva en estos momentos en papeles murales en chile, yo me atrevería a decir sin mayor cuidado que somos nosotros, pero es por eso, porque Carpenter, por lo que te comentaba al principio, Carpenter por ejemplo ve puro segmento corporativo porque tiene una medida de papel de 1.40 de ancho y Decomural ve retail, porque trabajan solamente en un formato de 53 cm, tiene un muy bonito manejo de color porque tiene diseñadores antiguos y ellos fueron los primeros en instarse en Chile con la idea de papel mural, por eso que la gente tiene internalizado el concepto de decomural en vez de decir papel mural, es lo que pasa con el confort es una marca muy buena, pero hoy día nosotros vendemos mas y vendemos mas caro y eso es porque nosotros seguramente estamos liderando el mercado y se ha hecho porque nosotros hacemos cosas todos los años, te fijas? nosotros el año pasado, le entregamos al mercado, lo que estaba pasando en Alemania.

Mira aquí te voy a mostrar en tierra de diseño, ese es el titanium. Estos rollos lo hizo la Ana María aquí en Chile el diseño, y luego se mandaron hacer a Alemania con tecnología stock, del año 2007, pero que están saliendo en el catalogo del 2009 esta en bajorrelieve.

Erika: Y esto lo pueden hacer acá? Con las maquinas

DON JULIÁN: Si

Erika: Antes lo tenían que hacer afuera?

DON JULIÁN: Antes lo hacíamos afuera, esto lo hacemos aquí 100%

Erika: Muchas gracias

DON JULIÁN: De nada

Revisar disco adjunto, carpeta Sitio Web

ORAJET

Hoja de datos técnicos

3628 Wall Art Digital

2009/30

Descripción

Lámina de PVC blanda y muy adaptable en blanco y transparente

Material de recubrimientoCartón siliconado recubierto por un lado, 135 g/m²**Adhesivo de pegado**

Poliacrilato, fácilmente pelable

Campo de aplicación

Para señalizaciones, rotulaciones y decoraciones en interiores, especialmente en paramentos interiores.

Procedimiento de impresión

Impresión con chorro de tinta basada en disolventes

Datos técnicos

Grosor* (sin papel de recubrimiento y pegamento)	0,080 mm
Estabilidad dimensional (FINAT TM 14)	pegado en acero, no se puede medir ninguna contracción en dirección transversal, en dirección longitudinal máx. 0,4 mm
Poder adhesivo* (FINAT TM 1, después de 24h, acero inoxidable)	6 N/25mm
Resistencia al arrancado (DIN EN ISO 527)	
Longitudinal	Mín. 19 MPa
Transversal	Mín. 19 MPa
Alargamiento de rotura (DIN EN ISO 527)	
Longitudinal	Mín. 130%
Transversal	Mín. 150%
Conservabilidad**	2 años
Temperatura mínima de pegado	> +10° C

* promedio

** en el embalaje original, a 20°C y 50% de humedad relativa del aire

Atención:

El fondo a recubrir debe estar exento de polvo, grasa y de suciedad de cualquier tipo que pueda afectar al poder adhesivo del material. Las pinturas recientes deben secarse durante por lo menos tres semanas, o deben estar completamente endurecidas. Para determinar la compatibilidad se llevarán a cabo pruebas de aplicación con las pinturas previstas. Asimismo, se observarán las instrucciones de aplicación editadas por ORAFOL. La trazabilidad de nuestra mercancía según ISO 9001 está garantizada mediante el número indicado en cada bobina.

La base de estos datos la forman nuestros conocimientos y experiencias prácticas. Debido al elevado número de posibles factores de influencia en la manipulación y utilización recomendamos llevar a cabo ensayos con nuestros productos cuando se trate de aplicaciones especiales. De las informaciones publicadas no puede derivarse una garantía legalmente vinculante de determinadas características.



ORAFOL Europe GmbH - Orafolstraße 2 - D 16515 Oranienburg
 Telefon: +49 (0) 33 01/864 0 - Telefax: +49 (0) 33 01/864 100
 E-Mail: verkauf@orafol.de - Internet: http://www.orafol.com

BIBLIOGRAFÍA

- 1.- Apuntes personales curso "Teoría de la comunicación", profesor Claudio Cortés López, 2007.
- 2.- Apuntes personales curso "Semiótica 1 y 2", profesor Claudio Cortés López, 2008.
- 3.- "Léxico de diseño" / Blanca Hilda Quiroga / Editorial de las universidades de Cuyo / Colección personal / fotocopias libro completo / curso historia y teoría del diseño, 2005.
- 4.- "Psicología del color" / Eva Heller / Editorial Gustavo Gili / año 2004 / Biblioteca facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile.
Código: 701.85 H 477 p.2004 c.1
- 5.- "Estética de las proporciones en la naturaleza y las artes" / Matila Ghika / Editorial Poseidón Buenos Aires / Biblioteca facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile.
Código: 729.13 g411 1953 c1.
- 6.- "Diseños de repetición: manual para diseñadores, artistas y arquitectos" / Peter Phillips y Gillian Bunce / Editorial Gustavo Gili / año 1996 / Biblioteca facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile.
Código: 740 P558d 1996
- 7.- "Diseño y comunicación visual: contribución a una metodología didáctica" / Bruno Munari / Editorial Gustavo Gili / año 1993 / Biblioteca facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile.
Código: 745.4 M963d 1993
- 8.- "El origen de la perspectiva" / Hubert Damisch / Editorial Alianza / año 1997 / Biblioteca facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile.
Código: 742 D161o 1997
- 9.- "Color y cultura: la práctica y el significado del color de la antigüedad a la abstracción" / John Cage / Editorial Siruela / año 1997 / Biblioteca facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile.
Código: 701.8 G132c 1997
- 10.- "Observaciones sobre los colores" / Ludwig Wittgenstein / Editorial Paidós / año 1994 / Biblioteca facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile.
Código: 701.8 W831b 1994
- 11.- "Principios del diseño en color" / Wucius Wong / Editorial Gustavo Gili / año 1988 / Biblioteca facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile.
Código: 701.8 W837p 1988
- 12.- "Forma y simetría: una sistemática de los cuerpos simétricos" / K. L. Wolf y D. Kuhn / Editorial Eudeba / año 1969 / Biblioteca facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile.
Código: 701.8 W853f 1969
- 13.- "Visualidad y neuentropía: un enfoque al equilibrio visual" / Sofía Letelier y Francisco Brugnoli / Universidad de Chile, Facultad de Arquitectura y Urbanismo: FONDECYT / año 1992 / Biblioteca facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile.
Código: 701.15 V822v 1992
- 14.- "La configuración espacial: sobre estructuras configuradoras y espacios configurados" / Eduardo Meissner / Editorial Universidad del Bio-Bío, Facultad de Arquitectura, Construcción y Diseño / año 1984 / Biblioteca facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile.
Código: 701.15 M515c 1984 V.1
- 15.- "La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual" / D. A. Dondis / Editorial Gustavo Gili / año 1995 / Biblioteca facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile.
Código: 701.15 D679s 1995
- 16.- "Sociología de las formas" / Arnau Puig / Editorial Gustavo Gili / año 1979 / Biblioteca facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile.
Código: 301 P971s 1979
- 17.- "El sistema de las imágenes: estética de las representaciones cotidianas" / Mauricio Vitta / Editorial Paidós Ibérica / año 2003 / Biblioteca facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile.
Código: 302.234 V851s 2003
- 18.- "Fundamentos del diseño" / Wucius Wong / Editorial Gustavo Gili / año 1995 / Biblioteca facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile.
Código: 745.2 W837f1995 c.10
- 19.- "La marca corporativa: gestión y diseño de símbolos y logotipos" / Norberto Chaves, Raúl Belluocía / Editorial Paidós / año 2003 / Biblioteca facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile.
Código: 745.2 Ch527m 2003
- 20.- "Identidad chilena" / Jorge Larraín / LOM Ediciones / año 2001 / Biblioteca facultad de Teatro, Universidad de Chile.
Código: 306.4 L333i 2001
- 21.- "El arte de clasificar a los chilenos: enfoques sobre los modelos de estratificación en Chile" / Alfredo Joignant, Pedro Güell / Ediciones Universidad Diego Portales / año 2009 / Biblioteca facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile.
Código: 305.5 A786c 2009
- 22.- "Los medios de expresión de la arquitectura: un estudio teórico de la arquitectura en el que se aplican la psicología experimental y la semántica" / Sven Hesselgren [traducido por Bengt J. Dahlbäck] / Ediciones Universitaria de Buenos Aires / año 1972 / Biblioteca facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile.
Código: 720.1 H587m 1972
- 23.- <http://www.uv.es/=cholz>
- 24.- http://es.wikipedia.org/wiki/Papel_pintado
- 25.- <http://www.fotonostra.com>
- 26.- <http://www.wordreference.com>
- 27.- <http://www.rae.es>
- 28.- <http://www.florachilena.cl/>



Erika Cifuentes