



Intervención en el espacio urbano a
través del lenguaje visual:

el Susurro de las Calles

Ruth del Carmen García Rivera

Maestría en Diseño Arquitectónico



Intervención en el espacio urbano a través del lenguaje visual: el susurro de las calles

Ruth del Carmen García Rivera

Maestría en Diseño Arquitectónico

2015



Palabras Clave

Director de Tesis **Mtro. Edmundo Cruz Sotelo Mendiola**

Asesor Metodológico **Dra. Aurora Roldán Olmos**

Asesor Temático **Mtra. Nelly Ruiz Vázquez**
Mtro. Arturo Fragoso García

Área: **Ingeniería y Tecnología.**

Subárea: **Arquitectura**

Disciplinas: **Diseño Urbano Arquitectónico y Diseño Gráfico.**

Tema: **Intervención en el espacio urbano a través del lenguaje visual.**

Subtema: **Los susurros de las calles.**

Caso de estudio: **Las calles, como parte del espacio urbano.**

Catalogación de la fuente **Ruth del Carmen García Rivera**
“Intervención en el espacio urbano a través del lenguaje visual: el susurro de las calles”
Puebla, Pue 2015

203 pág.

Bibliografía pág.XXVI

ISBN 968-XXXXXX

Intervención en el espacio urbano a través del lenguaje visual: el susurro de las calles
Intervención, Espacio Urbano, Lenguaje Visual.



Presentación

En cada paso que damos, nuestros sentidos se ven envueltos por diferentes elementos, algunos de ellos ya son tan cotidianos que podemos pasarlos desapercibidos; esta rutina nos distrae de tal manera que en ocasiones, en días que no se tiene que recorrer ese camino diario, sin querer nos encaminamos hacia ese lugar al que diariamente asistimos. De esta manera el paisaje urbano llega a ser sólo una gran mancha en algunos casos, y sólo percibimos algunos de los elementos que hay a nuestro alrededor.

En este recorrer, es interesante cómo algunos captan la atención por dar un sentido de orientación, indicación o advertencia, pero cuando existe algún elemento que logra cautivarnos, sacarnos de esta rutina, hacernos reír, sorprendernos o hasta asustarnos, es cuando muchos voltean a ver de qué más se han perdido y tal vez lleguen a buscar en otros lados o al día siguiente en el mismo lugar, con qué se va a encontrar.

Con base en esto, el siguiente trabajo, consistió en realizar una investigación que explora elementos del diseño gráfico, arquitectónicos y paisaje urbano, que envuelvan a través de los sentidos al usuario de la ciudad que circula por las calles.

De esta manera el proyecto inició con una investigación acerca de paisaje urbano, intervención, lo efímero, lo lúdico y lenguaje visual.

Se tomaron en cuenta los elementos ya existentes de las calles, los eventos que han ocurrido y la historia del lugar.

Como parte del proceso de investigación se dio paso a el análisis, lo que permitió encontrar los



puntos claves, las fortalezas y deficiencias del lugar en el que serán experimentadas las propuestas, así como las características que debió tener este para el momento de la implementación; con base en esto, se pudo dar lugar al planteamiento de la propuesta gráfica, así como la metodología que se siguió para la implementación y diseño del mismo.



Contenido

Palabras Clave	II
Presentación	III
Contenido	V
Contenido informático	VI
Índice	VII
Planteamiento del problema	XI
Introducción	XIII
Objetivos	XVI
Hipótesis	XVIII
Resumen	XIX
1. Espacio urbano, lenguaje visual e Intervención: conceptos y elementos a considerar.	01
2. El lenguaje visual en la aplicación a los conceptos de la imagen urbana.	45
3. De los análisis a la propuesta: los susurros de las calles	102
4. La propuesta. El caso de estudio.	133
5. Conclusiones generales.	174
Glosario.	177
Índice de imágenes.	XXII
Índice de gráficas	XXVI
Bibliografía general.	XXXIX
Bibliografía cronológica.	XL
Sitografía.	XLIII
	XLVI



Contenido Informático

	Archivo
Palabras Clave	00
Presentación	
Contenido	
Contenido informático	
Índice	
Planteamiento del problema	
Introducción	
Objetivos	
Hipótesis	
Resumen	
1. Espacio urbano, lenguaje visual e Intervención: conceptos y elementos a considerar.	01
2. El lenguaje visual en la aplicación a los conceptos de la imagen urbana.	02
3. De los análisis a la propuesta: los susurros de las calles	03
4. La propuesta. El caso de estudio.	04
5. Conclusiones.	05
Glosario.	06
Índice de imágenes.	
Índice de gráficas	
Bibliografía general.	
Bibliografía cronológica.	
Sitografía.	



Índice

Palabras Clave	II
Presentación	III
Contenido	V
Contenido informático	VI
Índice	VII
Planteamiento del problema	XII
Introducción	XIII
Objetivos	XVI
Hipótesis	XVIII
Resumen	XIX
1. Espacio urbano, Intervención y lenguaje visual: conceptos y elementos a considerar.	02
1.1. El gran lienzo que es la ciudad.	05
1.2. Espacios urbanos: los lugares por donde transitamos.	06
1.2.1. Conceptos básicos	08
1.2.1.1. Definiciones del espacio urbano	10
1.2.1.2. Conceptos del lugar	11
1.2.1.3. Estructura urbana	13
1.2.2. La imagen de la ciudad y sus elementos.	18
1.2.3. Mobiliario urbano	20
1.3. Intervención de espacios: los elementos que se pueden adaptar e incorporar.	23



1.3.1. La intervención y las razones para hacerlo	24
1.4. El lenguaje visual en el contexto urbano	26
1.4.1. El discurso y la legibilidad: Su importancia en el contexto	28
1.4.2. La semiótica del lugar	30
1.4.3. Herramientas del lenguaje visual	35
1.4.4. La composición y la identidad	38
1.4.5. La combinación de los sentidos	39
1.5. Conclusiones	41
2. El lenguaje visual en la aplicación a los conceptos de imagen urbana.	46
2.1. De los conceptos del espacio urbano a su aplicación en las calles de la ciudad	49
2.2. La aportación del lenguaje visual en la conformación de la imagen urbana.	51
2.2.1. Fusión de conceptos gráficos y de espacios urbanos	53
2.2.2. Sistema de análisis de imagen y espacios urbanos con su lenguaje visual	56
2.2.3. Análisis de elementos existentes	61
2.3. Aportaciones del lenguaje visual en las imágenes urbanas	63
2.3.1.1. El papel del lenguaje visual a través de los casos análogos.	64
2.3.1.2. Saint Gallen City Lounge, una sala roja para descansar.	69



2.3.1.3. México 68, el diseño en el deporte.	78
2.3.1.4. Corazoles, una campaña de corazón.	93
2.4. Conclusiones.	100
3. De los análisis a la propuesta: los susurros de las calles	104
3.1. Los susurros en las calles: los sentidos que lo engloban y las formas de representarlos.	106
3.2. La interacción de los sentidos con la comunicación.	112
3.3. Los estímulos compuestos: memoria e imaginación como refuerzo	116
3.3.1. El espacio lúdico y la imaginería.	122
3.3.2. I love NY: El impacto de Milton Glaser.	124
3.4. Arquitectura efímera e instalaciones, elementos para motivar a los sentidos.	127
3.5. Conclusiones	130
4. Los susurros, hechos y trazos.	135
4.1. Identificación y evaluación del espacio.	137
4.2. Metodología y estrategia de diseño: precisiones del espacio.	140
4.3. Caso de estudio.	145
4.4. Conclusiones.	172
5. Conclusiones: los resultados de los susurros.	175



Glosario.	XXII
Índice de imágenes.	XXVI
Índice de gráficas	XXXIX
Bibliografía general.	XL
Bibliografía cronológica.	XLIII
Sitografía.	XLVI



Objetivos

Objetivo General

El objetivo general de ésta trabajo es la realización de un proyecto, con base en una investigación que contiene elementos del espacio urbano, el lenguaje visual y la intervención; que en este caso serán en las calles de la Ciudad de Puebla, pero que pueden ser aplicados en cualquier calle de cualquier ciudad y que pretende realizar una propuesta gráfica que aborde al peatón de manera visual mientras éste realiza su recorrido cotidiando por ellas.

Muchos elementos visuales que hay en las calles no logran comunicar con eficacia su mensaje, por lo que se propone realizar un proyecyo de intervención en las calles, con base en una investigación que contenga elementos del espacio urbano, el lenguaje visual, la teoría de la comunicaciín y lo efimero y que se pueda aplicar en las calles de cualquier ciudad.

Objetivos particulares.

- Proponer un marco teórico que contenga las teorías del diseño que ayuden a sustentar el diálogo planteado; así como de urbanismo y arquitectura que sustenten éste, dado que finalmente todo comunica.
- Definir los términos de exhibición, itinerante, efimero para encontrar el mas adecuado para el proyecto.
- Mencionar casos análogos de diferentes campañas similares al proyecto y el impacto que han tenido.
- Identificar los elementos urbanos y del lenguaje visual que pueden ser detonadores para generar impactos en los sentidos.



- Definir la zona de la ciudad en la que pueda ser aplicado el proyecto.
- Con base en la zona delimitada, analizar los elementos existentes que se pueden utilizar, así como proponer los que se puedan colocar.
- Investigar los posibles materiales junto con sus características físicas, de uso y tiempo de vida.
- Realizar una investigación acerca de los lineamientos y reglamentaciones para proyectos de intervención en la ciudad.

un *susurro*

es un ruido suave y
remiso que resulta de
hablar quedo



Introducción

Si tomamos en cuenta algunos periodos importantes en la combinación de diseño gráfico y arquitectura, resaltará la fusión que se dio en las olimpiadas de México 68, por citar un ejemplo, en donde se realiza una campaña de tal magnitud que rompe con los estereotipos que hasta el momento el diseño había estado manejando; este evento se caracterizó no solamente por un movimiento deportivo, la cultura tuvo también un gran fortalecimiento; y ya más específico en el caso del diseño se trabaja en un sistema de información visual completo, que abarcó desde la identidad propia del evento: imagen corporativa, creación de una fuente tipográfica, carteles, pendones, timbres postales, señalización, diseño de vestuario, artículos promocionales, entre otras, además del diseño urbano, es así como la fusión entre las dos disciplinas dan pie a una nueva forma de apreciar el diseño; después de éste evento el cambio en la manera de concebir el diseño en México fue diferente, el mundo entero volteó a vernos, esos elementos gráficos dejaron una huella no nada más en el mundo del diseño, también ha sido difícil de superar en otras olimpiadas, siendo la de México una de las más citadas como buen diseño; la fecha es importante también y parteaguas en la disciplina porque se funda la carrera de Diseño Gráfico, de esta manera se fue ofertando en diferentes universidades del país hasta ahora que podemos encontrarla en varias instituciones, con las características puntuales que la tecnología y el mercado han estado requiriendo; por lo que la pregunta obligada sería: ¿Qué se puede desarrollar, a través del lenguaje visual, para que siga teniendo ese impacto? ¿Qué otros elementos se pueden utilizar para lograr un buen mensaje? ¿Cómo se puede combinar las herramientas del diseño gráfico con lo que se esta aprendiendo en la maestría en diseño arquitectónico?; con base en estos primeros planteamientos comenzó la investigación; de la misma forma estos datos servirán para delimitar el tiempo en el que se podrá basar la investigación.

Eventos como México 68, no sólo le dieron al diseño gráfico una posición especial, como se



mencionaba anteriormente, fueron varias disciplinas las que se fueron combinando, en particular con arquitectura, en dónde se trabajó en la perfecta combinación de las dos áreas para que el movimiento de atletas y turistas resultara mas ágil; de esta manera, el proyecto busca continuar con esta relación, analizando el entorno para que con base en los elementos existentes o faltantes se puedan encontrar diferentes significados, resaltar los valores estéticos del espacio y paisaje urbano.

¿Por qué fusionar elementos del lenguaje visual en el diseño gráfico, retórica y semiótica entre otras con las del lenguaje visual de la arquitectura, paisaje urbano y la intervención? para aprovechar los elementos existentes del lugar, generar este puente entre diseño y arquitectura que son la razón por la que se comenzó la investigación.

La investigación se llevó a cabo utilizando diferentes técnicas de investigación que van desde la exploratoria hasta la propositiva, todo con el objetivo de recolectar la mayor cantidad de datos para poder proponer el objeto gráfico.

El proyecto se aplicó en las calles de la ciudad de Puebla por presentar una gran diversidad en gráfica y en elementos urbanos, pero dadas las características del mismo se podrían aplicar a las calles de cualquier ciudad..

Aunque la investigación comience como eso, un proyecto reflexivo, podría existir la generación de diseño más adelante, además de que el proyecto puede servir a diseñadores gráficos que quieran investigar la relación entre elementos urbanos y diseño; de la misma forma a personas encargadas de la construcción para la propuesta de materiales, texturizadores y color.

Para el trabajo, además de la investigación personal, se podría contar con el apoyo de iniciativa privada como patrocinadores, ayuntamiento y tránsito; esto con la finalidad de llevar a cabo el proyecto.



De esta manera, con la combinación de las variables antes expuestas, éste documento se podrá utilizar como guía para futuras investigaciones, elaboración de proyectos similares o como contribución para la formación de diseñadores.

Planteamiento del problema

Tomando en cuenta el título del presente documento que es el de realizar una intervención en el espacio urbano a través de el lenguaje visual, la intención es abordar al peatón, de una manera sutil, pero al mismo tiempo pregnante y que lo invite a acercarse un poco más a los elementos que tiene al rededor de su recorrido, que puedan ser simples y sencillos destellos visuales o hasta llegar a modificar la ruta cotidiana. De la misma manera, el objetivo es que este desarrollo pueda ser un elemento itinerante y efímero, pero que al mismo tiempo pueda dejar alguna huella que permita que exista una continuidad al proyecto.

La intervención del diseño gráfico en la arquitectura en muchas ocasiones se vio limitada a elementos de señalización, incluso llegó a considerarse como objetos distractores. Sin embargo, se ha llegado a utilizar como un medio de comunicación entre los dos.

Ahora la fusión que existe ente el diseño gráfico y la arquitectura no sólo se ha convertido en un elemento clave como diferenciador entre los elementos arquitectónicos y los espacios urbanos. Y aunque las señales siguen siendo importantes en este medio, el diseño que se propone en él también ya incluye el cómo afectara al espacio en el que será colocado.



Imagen 1. En la calle hago de todo porque es mia.



Hipótesis

En el presente documento se abordaron las características del espacio urbano y el lenguaje visual, con lo que se pretendió encontrar aquellos que puedan ser detonantes para llamar la atención del usuario, además de la investigación se define la siguiente hipótesis:

“A través de las estrategias del diseño contenidas en el lenguaje visual, se logrará estimular con los elementos que componen el susurro de las calles de manera que impacten a aquellos que recorren las calles generando experiencias lúdicas.”

Analizando ejemplos de diseño con relación al espacio urbano en otros países, se puede comparar la calidad de las propuestas expuestas con respecto a las que se realizan en nuestro país, las escuelas de diseño ofrecen buenas bases para que estas propuestas tengan el mismo o mayor nivel de creatividad, por lo que se requiere de investigación detallada para lograr la combinación de los dos elementos, además de la parte de normativa y legislación, por que tal vez sea la parte de la limitante para lograr que los proyectos de diseño y paisaje urbano sobresalgan.

Es por esto que en el trabajo se investigó no sólo acerca de lenguaje visual y espacio urbano, sino también de los elementos que lo pueden afectar, así como de los materiales posibles a utilizar; además de las características de un proyecto como este para poderse llevar a cabo.



Resumen

“México debe presentarse como un país moderno” Ponce (1968: 17) eran las palabras de Eduardo Terrazas con respecto a la imagen que se debía proyectar en las próximas olimpiadas de México 68. Ese año ocurrieron muchas cosas con respecto al diseño, el logotipo del movimiento olímpico representaba unión a través del deporte con la fusión de los anillos, el nombre de México y el 68 en una combinación de radiación, una imagen con una gran carga simbólica.

A partir de ese momento los ojos del mundo voltearon al diseño mexicano, dándole la oportunidad de desplegar toda la gala de creatividad de la que los diseñadores estamos hechos.

Así como el diseño sobresalió, otros ámbitos más lo hicieron, y el que compete a esta investigación, que es la fusión del lenguaje visual con el espacio urbano, dejaron una gran herencia en el diseño y el paisaje urbano.

Un susurro es un ruido muy suave que se produce al hablar en voz baja y que puede producir diferentes sensaciones, como un cosquilleo que comienza en el oído y recorre rápidamente la piel; puede ser confidente, contar unas palabras de aliento o incluso de amenaza, de amor, de gravedad, puede ser tan liviano que sea como algo muy fresco, o tan fuerte que pueda enervar. Apenas perceptible, pero de una o de otra forma palpable, un susurro puede desembocar tantas reacciones diferentes, que incluso dependerán de cómo estén dichos y de quién vengan. Así con esto los susurros de las calles pueden venir de cualquier objeto que este a nuestro paso en el andar diario, aquella banca del parque que ha sido testigo mudo de caminantes cansados, vendedores con ilusiones de alcanzar sus metas de ventas, amantes que quieren ser encontrados, soledad en una tarde fría, risas, llanto y hasta vandalismo; aquél poste que ha servido para dar luz o largas charlas a través de cables, que ha tenido en su cuerpo



carteles de eventos que prometen un sano esparcimiento, que han alumbrado al transeúte o que han entorpecido la labor del maleante; muros que prestan su forma al grafitero, que van de una forma recta a una orgánica, que dependiendo de dónde se observe puede contar dos historias diferentes, y así cada elemento encontrado en la calle se puede tornar invisible y mudo, pero no siempre es así, se puede tomar el lado de ese susurro, escuchar la historia del objeto, imaginarla, sentirla, aprovecharla, en fin, ser parte de ese susurro.

Con base en estos planteamientos la presente investigación empezó con una serie de conceptos que tienen que ver con el espacio urbano, su importancia, características y estructura; para continuar con el lenguaje visual y cómo es que estos dos se relacionan y lo que se puede lograr con esta mezcla.



1

**Espacio urbano, intervención
y lenguaje visual: conceptos y
elementos a considerar.**



“La arquitectura es la forma más sencilla de articular el tiempo y el espacio, de modular la realidad, de hacer soñar”

Guilles Ivain

Espacio urbano, Intervención y lenguaje visual: conceptos y elementos a considerar.

Dado el objetivo general de este capítulo que es el de dar un panorama general de lo que es el espacio urbano, el lenguaje visual y la intervención en las calles de cualquier ciudad., se abarcó en las siguientes páginas el marco teórico que envuelve a las disciplinas mencionadas, teniendo como inicio los conceptos básicos de los espacios urbanos, continuando con los elementos del lenguaje visual para finalizar con la fusión de ambos elementos.

El espacio urbano ha cambiado, pero de unos años para acá, el cambio ha sido más drástico y marcado, en parte por el crecimiento de la ciudad, los planes de revitalización y acondicionamiento de los nuevos espacios así como de los existentes, las construcciones grandes y pequeñas que regeneran áreas y abren variadas alternativas; con estos cambios se abre un abanico no nada más en el área del urbanismo, arquitectos, diseñadores, ingenieros, paisajistas y mucha gente más se involucran de tal manera que le van dando diferentes toques a cada rincón, dotando de colores, formas y hasta olores a la creciente ciudad.

Soluciones innovadoras nacen frente a nuestros ojos, aprovechando los elementos existentes, pensando en los problemas de la ciudad, sin olvidar la sustentabilidad, envolviendo al ciudadano con diferentes propuestas que hagan que su andar por los espacios se convierta en un lugar más allá del que lo llevará a su casa o trabajo.



Las herramientas de cada profesión lograrán que el impacto de cada elemento colocado en el andar cotidiano cumplan con su objetivo, que en un inicio tuvieron cuna en estudios, bocetos, fotografías, infografías, croquis, recursos, evaluaciones y demás logren su objetivo.

1. Espacio urbano, Intervención y lenguaje visual: conceptos y elementos a considerar.

En cada paso que damos encontramos huellas del pasado, de momentos que fueron inesperados o planeados, de motivos, de historias, y de elementos que se encuentran a nuestro alrededor que están ahí por alguna razón en específicos o por casualidad; elementos mudos que nos observan; fantasmas de nuestros pasos de ayer; esquinas en movimiento que nos abren diferentes opciones; espacios estáticos o en movimiento que sienten nuestra presencia; fragmentos de historias dejadas por otros peatones; folclore y ruido, mucho ruido; muros interminables; fachadas de colores;



Imagen 1. 31 de mayo: Día internacional sin humo.
Recuperado de https://lh3.googleusercontent.com/proxy/N6SVIBM3dZeE6iHX2wWtJvOYOP9P3EgUu6wYoqqp2shUgcwSsRNJHF4ApzcJetm8aKHG9_Zkh3_wlTsaNxOX_CGjnG9DJagQU04Glu-VyPVxTw=w506-h379



banquetas llenas de altibajos, que nos hacen rodearlas o equilibrar nuestro andar; luces cambiantes, algunas naturales otras más artificiales, viento; calor; frío; y nuevamente más ruido; ventanas que se muestran como umbrales a situaciones de intimidad y exhibicionismo; balcones que muestran sus añoranzas, plantas, mascotas y en muchos casos ocupadas de bodegas de cacharros y trebejos; caminos que podrían corresponder a diferentes sentimientos y que al final sólo se reducen a una expresión: el correr de la vida cotidiana.

Attila y Vaneigem (1961: 23), mencionan en su Programa elemental de la oficina de urbanismo unitario que “el urbanismo no existe: no es más que una ideología, en el sentido de Marx... El capitalismo moderno, que organiza la reducción de toda vida social a un espectáculo, no es capaz de ofrecer otro espectáculo que el de nuestra propia alineación. Su sueño urbanístico es su obra maestra”; enunciado que nos hace cuestionarnos el entorno en el que estamos inmersos, el espectáculo del que somos los principales protagonistas, paisaje urbano que nos encamina hacia ciertos senderos diseñados para nuestro andar, pero, ¿qué tanto dejamos que éste protagonismo afecte el entorno, o es más el entorno el que nos manipula? Es a dónde nuestro trabajo debe enfocarse, a que el protagonismo sea compartido y que los elementos que hay a nuestros lados ayuden al andar cotidiano, lo nutran y faciliten la retroalimentación.

En el diseño del espacio urbano, no se trata sólo de conseguir un equilibrio entre los vacíos y los elementos urbanos, sino de hacerlos funcionales, de aquí que toda intervención nace de la necesidad de ofrecer respuestas y soluciones a problemas y demandas concretos, respuestas y soluciones que se integrarán en un entorno que de una o de otra manera ya está



Imagen 2. Intervención urbana.
Recuperado de <http://www.kelp.cl/2010/07/intervencion-urbana.html>



definido y que en su haber plantea limitaciones de diferentes tipos.

El lenguaje visual es lo que el corazón lee cuando calla la mente; es el ver y el sentir de un objeto de diseño creado por elementos como: color, proporción, tipografía, forma y textura, con la tarea de transmitir mensajes emocionales al usuario.

Acaso (2006: 25) define al lenguaje visual como “el código específico de comunicación visual”, entendiendo ésta como un producto de mensajes visuales, que forman parte de una gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestros sentidos, sonoros, térmicos, dinámicos, etc. (Munari, 2002: 82)

1.1 El gran lienzo que es la ciudad.

Cada mañana, la gente la recorre de maneras diferentes, subiendo y bajando, en un andar lento y en la mayoría de las veces corriendo, saborea con agrado o enojo sus olores y sabores, zigzaguea por atajos que conoce a la perfección, se pierde entre sus recovecos lo que le permite encontrar nuevos caminos para sus pasos, y así, con este rutinario andar hace suyo el entorno, hace suyo el espacio de esta gran ciudad.

La ciudad como un caos y un orden, diseñada para que exista un perfecto andar, pero tan perfecta se planeó que ésta, en su gran crecimiento, no dejó espacio



Imagen 3. Intervención urbana.
Recuperado de <http://www.arteycritica.org/criticas-de-arte/festival-de-intervencion-urbana-hecho-en-casa/>



para la total perfección y el caos ha imperado en varios sectores.

Pero dentro de todo el caos, hay también diálogo, un discurso que se puede ir completando no nada más con los elementos propios de la arquitectura, sino también con el apoyo del diseño gráfico, que es el objetivo de este trabajo.

Lo que nos hace preguntarnos: ¿cómo es que la ciudad se puede presentar de diferentes formas siendo esta la misma para cada persona que la transita? la respuesta puede ser ambigua, ya que esta puede ser apreciada de manera distinta por el trabajador que la circula temprano o la persona que sale a pasear por la noche.

Cada articulación de la ciudad representa un complejo texto conformado por elementos urbanos y gente, elementos aislados que se unen en un vaivén, un entramado urbano-colectivo que presenta una gran oportunidad de ser desafiada visualmente con pequeños o grandes detalles, que



Imagen 4. Ciudad 2.
Recuperado de <http://nomadaq.blogspot.mx/2011/08/mark-jenkinspaint-your-city.html>

tal vez no permanezcan para siempre en sus recuerdos, pero les puedan generar alguna reacción al momento de verlas.

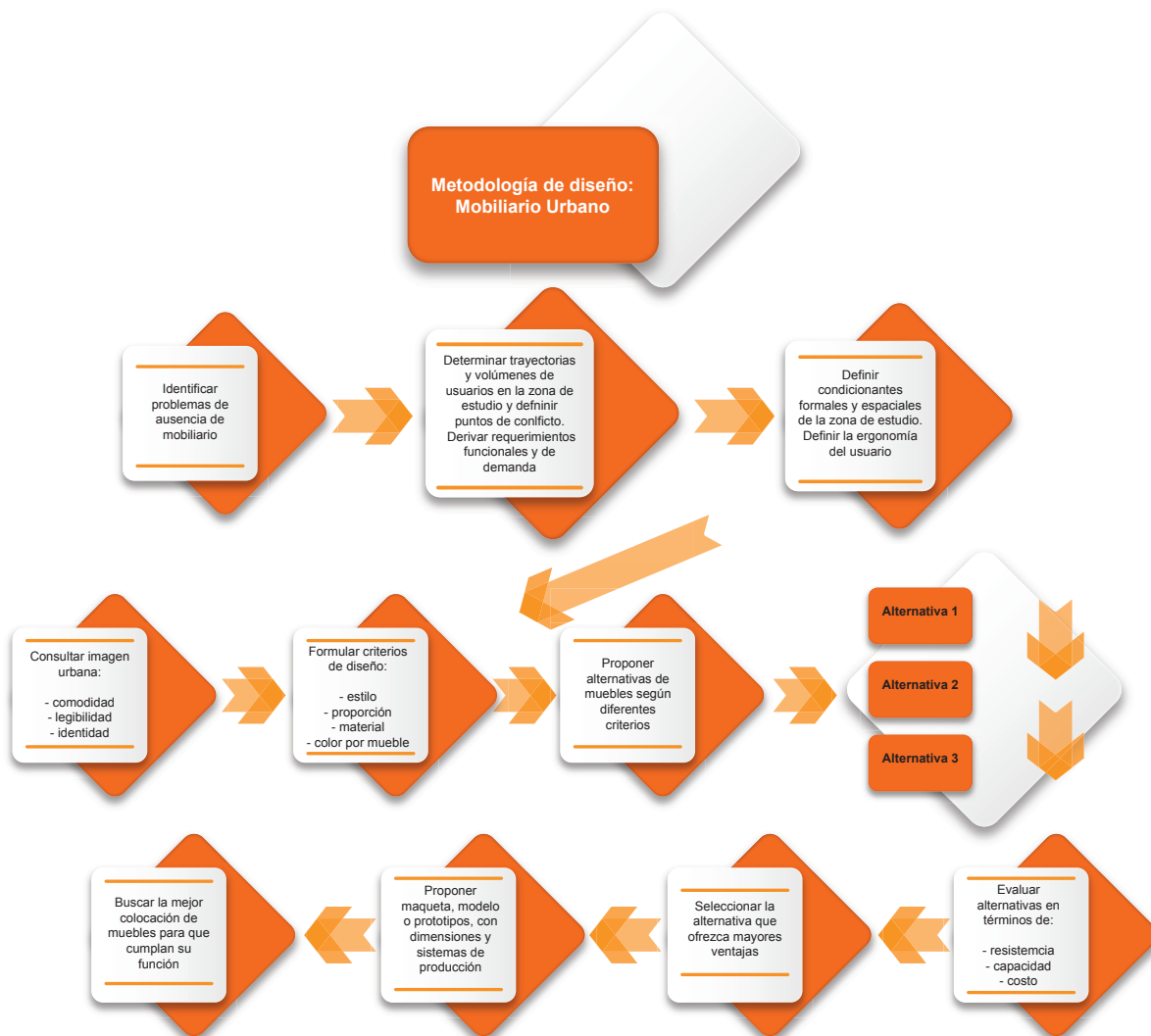
1.2. Espacios urbanos: los lugares por donde transitamos.

El espacio urbano bien conceptualizado es el resultado del estudio, la elección de determinados materiales junto con la exclusión de otros más, exige el involucramiento de arquitectos, urbanistas,



del estado y la población, en dónde cada uno de los integrantes aportará beneficios para el conjunto. Si esta participación no tuviera equilibrio, el resultado final serían espacios dignos de no circular o habitar. Kotanyi y Vaneigem (1961: 28) mencionan: “ El urbanismo nos promete la felicidad, por tanto, el urbanismo deberá juzgarse en función de ésta promesa” por lo que la coordinación entre cada uno de sus participantes deberá ser equilibrada.

Bazant (2011:82) explica la metodología del diseño de diseño de la imagen urbana en la siguiente gráfica:



Gráfica 1. Metodología de diseño: Imagen urbana (Bazant 2011: 82)



1.2.1. Conceptos básicos

El espacio en el que nos encontramos se concibe como un proyecto que ha sido el resultado del producto de la civilización, que ha estado organizado de acuerdo a las características propias de la época, la naturaleza y los humanos que la conforman. Reflejo de las condiciones del pasado, de las acciones realizadas cotidianamente, en donde hubo planes o problemas que necesitaban una solución rápida y que se realizaron sólo para dar respuesta inmediata y nada elaborada a la situación.

Lynch (1998:11) menciona que debe existir una “claridad o legibilidad del paisaje urbano, entendiéndola esta como la facilidad con que pueden reconocerse y organizarse sus partes en una



Imagen 5. Ciudad 4.
Recuperado de <http://nomadaq.blogspot.mx/2011/08/mark-jenkinspaint-your-city.html>



pauta coherente; y en el caso de una ciudad legible sería aquella cuyos distritos, sitios sobresalientes o sendas son identificables fácilmente y se agrupan en una pauta global”. En donde se resalta la importancia de la planeación de cada uno de los elementos que van conformando la ciudad.

Mas adelante Lynch (1998: 12) comenta “las sensaciones visuales de color, forma, movimiento o polarización de la luz al igual que otros sentidos, como el olfato, el oído, el tacto, la cinestesia, la sensación de gravedad y quizás de los campos eléctricos y magnéticos” como una comparación entre los humanos con algunas especies de aves en la forma en que ambos buscan el camino más adecuado para su asentamiento.

Con esto, Lynch señala la importancia que tiene el mezclar los sentidos con el espacio por el que estamos rodeados, que es el título que este proyecto lleva, y que en palabras de Silvestri (2012: 67) menciona: “las relaciones entre arquitectura y retórica forman parte del corpus disciplinar desde Alberti”; el reto implica encontrar esta relación perfecta, para que los sentidos puedan ser capturados, cautivados y hasta de cierta forma, manipulados; con lo que se intenta, no otra cosa, más que generar sensaciones, la armonía entre la parte útil y la estética.

El espacio urbano es el lugar o lugares por donde transitamos, que nos pertenece y al que pertenecemos, donde convivimos, interactuamos y participamos, un espacio que al ser muy libre también presenta limitantes, en las que no se deben olvidar el diálogo y la comunicación, en



Imagen 5. Ciudad 4
Recuperado de <http://nomadaq.blogspot.mx/2011/08/mark-jenkinspaint-your-city.html>



donde se pueden tratar temas de diferentes índoles y se pueda apreciar la estética al mismo tiempo.

1.2.1.1. Definiciones del espacio urbano

Para entender lo que es el espacio urbano Serra (2002: 25) describe “la comprensión de espacio urbano prescindiendo de criterios estéticos, exige la consideración, en cuanto tal espacio urbano, de todo tipo de espacio intermedio entre edificios, tanto de si se trata de áreas como rurales. La definición geométrica de este espacio de la diversa disposición de las fachadas de las casas. Sólo a través de una lectura de sus características y cualidades estéticas accedemos a la consciencia experimental del espacio exterior en tanto que espacio urbano”.

En el espacio urbano es importante considerar aspectos que se relacionan las actividades que se realizan cotidianamente, los que ocurren aleatoriamente, los horarios en que hay más actividad, los días en que hay mayor y menor afluencia de personas, hacia dónde es que va la gente que circula, si es que se queda en el área y de dónde viene; esto con la intención de conocer las necesidades de los usuarios.

Serra (2002: 26) continua describiendo las funciones características de espacios urbanos en donde “las actividades de una ciudad transcurren en zonas públicas y privadas. En ambas zonas el comportamiento humano es muy parecido. Esto explica la gran influencia que en todas las épocas han ejercido las edificaciones de las áreas públicas sobre las casas privadas. Se podría concluir diciendo que se da una suerte de ritual social por el que se produce una identidad perfecta entre el individuo y la colectividad”. Estos espacios en donde el comportamiento humano tiene características similares en cuanto a patrones de comportamiento, pero que en su mente pueden estar generándose situaciones específicas, el entorno que lo esta rodeando puede tener un mensaje en específico, y sin embargo el usuario puede o pasarlo desapercibido, manipularlo a su conveniencia o estarlo



entendiendo tal cual se presenta éste; en dónde como menciona Zumthor (2006:13) “La atmósfera habla a una sensibilidad emocional, una percepción que funciona a una increíble velocidad y que los seres humanos tenemos para sobrevivir”

La finalidad es la modelación y remodelación de los lugares que habitamos, tomando en cuenta la espacialidad, tomando en cuenta las características sociales que en estas se van o se están desarrollando, estos espacios se encuentran evolucionando continuamente, esto es reflejo de los movimientos y evolución del lugar.

1.2.1.2. Conceptos del lugar.

Ching (2005:148) define el lugar como “un ambiente físico que tiene unas características particulares o que se emplea para un fin concreto”. Y un espacio como una “extensión tridimensional en la que existen objetos y ocurren cosas. Su forma visual, su cualidad luminosa, sus dimensiones y su escala derivan por completo de sus límites, en cuanto están definidos por elementos formales”.

Tomando en cuenta el concepto de lugar, en lo que significa, en cómo es que lo vamos haciendo parte de nuestro andar, de la forma en que es percibido, que tiene un por qué, una historia, que va teniendo una pertenencia, dejando huella, en lo que puede llegar a ocurrir en él, que tienen una vinculación con los habitantes, maneja una relación simbiótica entre el medio y el usuario, permite la reflexión, la crítica, el humor, el poder compartir o evadir; un lugar es en donde hay una perspectiva.

Munizaga (2000: 188) habla del lugar en donde “El sentido posicional del habitante constituye un hábito instintivo del cuerpo humano. Los lugares se identifican física y psicológicamente. Se



define un aquí y allá: estar, llegando, subiendo y bajando, son experiencias importantes de relación”

Para su entendimiento se deben tomar en cuenta el sentido común y la lógica, en donde exista una combinación de privacidad y reunión, será el resultado de ciertas características que tienen que ver con tamaño, forma, luz, espacio, etc.

Los lugares son espacios donde los usuarios se hacen visibles, en donde se realizan manifestaciones de diferentes índoles, donde se generan relatos, debates, no es solamente el espacio que queda vacío entre calles y edificios, el concepto abarca espacios públicos y privados, al aire libre y en lugares cerrado, al final todos se encuentran listos para diferentes públicos.

Un lugar, describe Borja (2000:13), “es un hecho material productor de sentido. Una concentración de puntos de encuentros”.



Gráfica 2. Interacción de los componentes de la estructura espacial urbana (Bazant 2011: 24)



1.2.1.3. Estructura urbana.

Ching (2005:87) define a la estructura como “una organización de elementos o partes de un sistema complejo, dominadas por el carácter general del conjunto”. Cuando esta organización no se realiza planeada, los efectos que generan son de conflicto, trayendo consigo caos y repercusiones a futuro. En el caso de una estructura urbana, esta Bazan (1984:24) la define como “el resultado del proceso interdependiente,

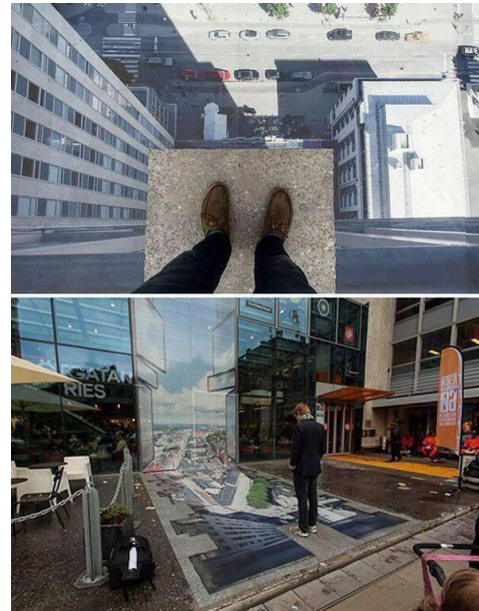


Imagen 6. Altura
Recuperado de <https://twitter.com/ilusionOptica>

por medio de los cuales edificios y actividades se ubican en determinados lugares”.

Bazan (1985: 23) también menciona que se deben registrar los siguientes criterios para realizar una investigación que tenga que ver con espacios urbanos, esto con la finalidad de que el espacio sea el óptimo para el usuario.

- Las actividades que son fijas y las que son aleatorias.
- Los orígenes y destinos de los recorridos.
- Las actividades y localizaciones probables.
- El horario en que se realizan estas actividades.

De la misma manera, se tienen que tomar en cuenta las actividades físicas, sociales, económicas, culturales y políticas, además del tiempo que se gaste en estas actividades , con esto se deberán identificar las características similares de la población para poder realizar propuestas de cómo deberá ser la estructura, de la misma forma se deben tomar en cuenta los elementos

La estructura urbana es la relación que existe entre el interior del espacio urbano y los



diferentes componentes que tienen una ciudad; la base de esta es la organización que se encuentra planteada por un orden específico que se fue construyendo dependiendo del crecimiento y las necesidades de la ciudad. De esta manera, ejes viales, calles, barrios, plazas le van dando el cuerpo a ésta.

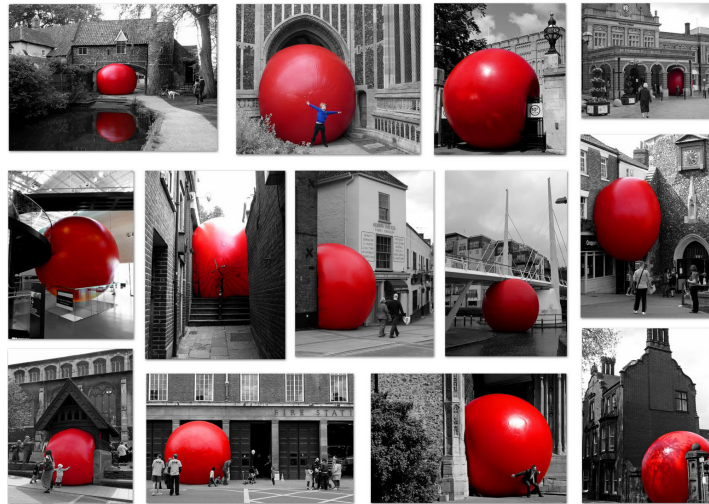


Imagen 7. Red Ball
Recuperado de <http://anythingbrilliant.com/home/?tag=red-ball-project>

Bazant (2011:83-84) enlista dos elementos básicos en el caso de espacios exteriores:

La Plaza, que resulta de la agrupación de casas alrededor de un espacio libre. Permite que las edificaciones colindantes tengan acceso directo al espacio exterior y que éste aún permanezca accesible para el resto de la población. La plaza abre perspectivas para que la arquitectura de sus edificios pueda ser apreciada”.

La Calle es el resultado del crecimiento en superficie de una localidad después de haber rodeado densamente la plaza central con edificaciones. La calle organiza la distribución de terrenos y comunica cada una de las parcelas. Tiene un carácter más utilitario que el de la plaza, y dada su estructura, crea por si sola un ambiente de tránsito y rapidez. En la calle la arquitectura sólo se percibe de forma casual.

Se puede dividir en dos medios a los elementos que constituyen la estructura urbana:

Medio ambiente.

- Relieve y morfología del terreno: Los que tienen que ver con la topografía.



- Tipos de suelo: capacidad de soporte.
- Cursos de agua: ríos, arroyos, lagos.
- Tipos de vegetación: zonas verdes
- Clima y microclima: temperatura, lluvia, humedad.
- Características ambientales.
- Características del paisaje

Medio constructivo

- Uso del suelo.
- Sistema vial
- Sistemas de espacios verdes
- Equipamiento
- Soporte infraestructural.

De acuerdo a estas definiciones y elementos que constituyen la estructura urbana, cabe recalcar la importancia de los espacios públicos y los espacios privados; en el espacio público se trabajará en convivencia, en el privado la intimidad, para el trabajo de estructuras urbanas, lo más importante es el público en donde hay mayor dinamismo, en el que se relaciona en si la arquitectura. con la combinación de la naturaleza en si del edificio y el ordenamiento urbanístico.

Bazant (2011: 86-93) menciona que la imagen urbana no sólo esta compuesta de un concepto, también es el resultado de la articulación de varios elementos, los más recurrentes son los siguientes:

Organización visual, en donde se generan hipótesis visuales o se construyen imágenes mentales organizadas.



Contraste y transición, que constituyen el modo de relacionar las partes, si tienen continuidad, forma o carácter entre ellas.

Jerarquía, la estructura principal del diseño de un medio urbano se encuentra siempre en su jerarquía, predominación centralización. Por tanto, pueden existir espacios centrales a los cuales todos los demás elementos se subordinan y relacionan, o bien, un elemento dominante que eslabona muchos otros menores.

Congruencia, cuya estructura proyectual deberá ser congruente con el uso actual del suelo y su ecología. Las rasantes visuales deberán corresponder a los lugares de mayor significado de actividad, las secuencias principales deberán ir a lo largo de las vías de circulación más importantes; o sea, que los aspectos básicos de organización del sitio, localización de actividades, circulaciones y la forma deberán funcionar juntos, además de tener una estructura formal similar.

Secuencia visual, la orientación en la circulación es importante, así como la aparente dirección hacia una meta o la claridad de entradas y salidas en los espacios.

Proporción y escala, los espacios difieren en carácter de acuerdo con su forma y sus proporciones, siendo éstas una relación dimensional interna entre los edificios circunvecinos. Los espacios se juzgan también por su escala con respecto a los objetos que los circundan y al observador.

Relación de la edificación con el sitio, Las interrelaciones entre edificios se vuelven complicadas cuando hay que coordinar el diseño de una estructura individual con el del medio urbano considerado como un todo. Las estructuras tienen un patrón de uso, circulación y forma visual que



debe corresponder a los patrones que conforman el medio urbano.

Configuración del terreno, en un área urbana el espacio puede definirse por las estructuras hechas por el hombre. En el medio natural se definirán por los componentes básicos, como son la tierra, las rocas, el agua y la vegetación que las cubren.

Textura del pavimento, la textura puede proveer carácter visual y escala como fondo armonioso que unifica la escena urbana, o puede ser una superficie dominante que comunique los principales patrones y direcciones de un desarrollo.

Actividad visible, el espacio puede enfatizar la visibilidad de acción y de actividad mediante el juego de escala, jerarquía, textura y otros atributos espaciales. La concentración o la mezcla de diferentes actividades para provocar espacios para encuentros, celebraciones o de mutua observación pasiva ayuda a reforzar la conducta visible que estabilizar y enaltece el comportamiento de los usuarios.

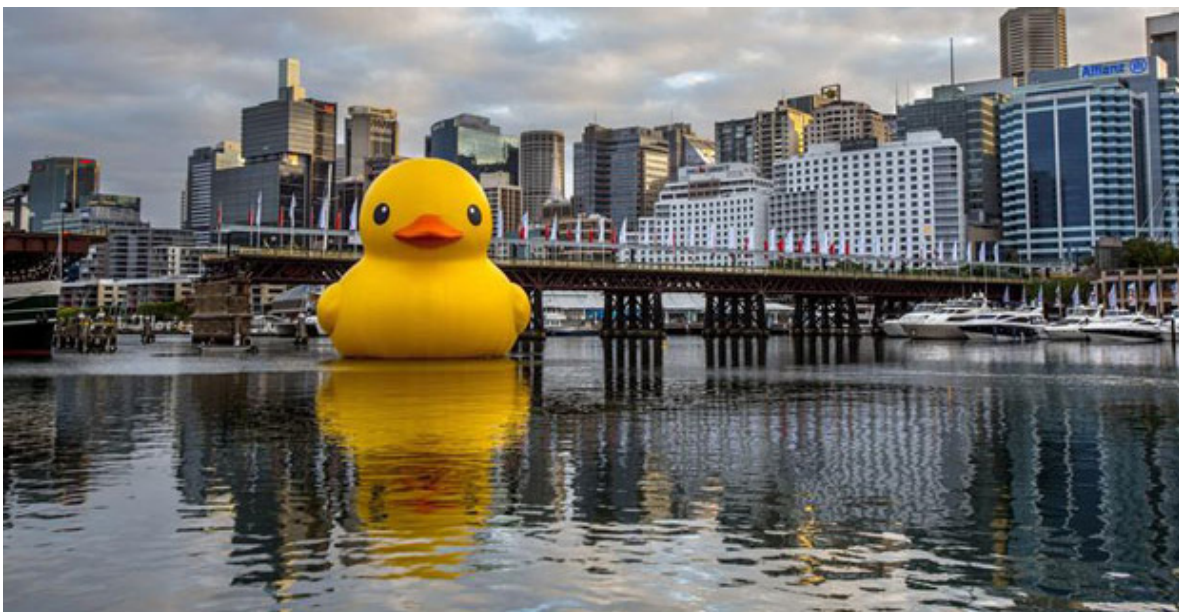


Imagen 9. Patito de hule gigante.
Recuperado de <http://www.elmanana.com/fotogaleria/patitodehulegiganteadornasidney/1915656>



1.2.2. La imagen de la ciudad y sus elementos.

La definición de los espacios urbanos depende de la diversa disposición de las fachadas de las edificaciones que lo conforman.

Ducci (20012: 23-26), menciona diferentes parámetros para definir una ciudad: La cantidad de población, la densidad de población, morfología, división de trabajo, nivel de cultura de los habitantes, grupos sociales y contactos personales, instituciones, heterogeneidad y movilidad de la población.

Pero, ¿qué es la ciudad? La ciudad es un texto que puede ser leído como experiencia espacial y formal, y presenta elementos reconocibles. Así son cauces o sendas, las vías por las cuales se establecen recorridos y secuencias espaciales de observación y reconocimiento. Las barreras y pantallas constituyen los límites: elementos que bloquean total o parcialmente la percepción (un muro, un bosque, etc.) Los hitos constituyen los puntos singulares de referencia y de reconocimiento,

los indicadores y las áreas homogéneas o distritos son zonas o sectores urbanos reconocibles independientemente de la estructura total. (Sarquis, 2012: 43)



Imagen 10. Basurero original.
Recuperado de
<http://www.dimelaneta.com/basureros-muy-originales/>

Lynch (2012: 61-63) plantea que la “imagen de cada ciudad es el resultado de la superposición de muchas imágenes individuales”. El lugar y las personas le van dando la vitalidad a cada uno de estos espacios, sin olvidar la historia del espacio y de la gente que la rodea que le va dando un significado específico.



Lynch continua con su descripción de la ciudad mencionando cinco elementos importantes; sendas, bordes, barrios, nodos y mojones.

Las sendas son conductos que sigue el observador normalmente, ocasionalmente o potencialmente. Pueden estar representados por calles, senderos, líneas de tránsito, canales o vías férreas.

Los bordes son los elementos lineales que el observador no usa o considera sendas. Son los límites entre dos fases, rupturas lineales de la continuidad, como playas, cruces de ferrocarril, bordes de desarrollo, muros. Constituyen referencias laterales y no ejes coordinados.

Los barrios o distritos son las secciones de la ciudad cuyas dimensiones oscilan entre medianas y grandes, concebidas como de un alcance bidimensional, en el que el observador entra “en su seno” mentalmente y que son reconocibles como si tuvieran un carácter común que los identifica.

Los nodos son los puntos estratégicos de una ciudad a la que puede ingresar un observador y constituyen los focos intensivos de los que parte o a los que se encamina. Pueden ser ante todo confluencias, sitios de una gran ruptura en el transporte, un cruce o una convergencia de sendas, momentos de paso de una estructura a otra. O bien los nodos pueden ser sencillamente, concentraciones cuya importancia se debe a que son la condensación de determinado uso o carácter físico, como una esquina donde se reúne la gente o una plaza cercada.

Los mojones son otro tipo de referencia, pero en este caso el observador no entra en ellos, sino que le son exteriores. Por lo común se trata de un objeto físico definido con bastante sencillez, por ejemplo, un edificio, una señal, una tienda o una montaña.



1.2.3. Mobiliario urbano

El mobiliario urbano son los diferentes accesorios, objetos y muebles que se instalan en el paisaje urbano con el fin de ser útiles a los usuarios. Entre los diferentes usos que podemos encontrar para ellos esta el de: jugar, recolectar basura, proteger de la lluvia, iluminar, ser

paradero de autobús, dar información, llamar por teléfono, comprar periódicos y revistas, realizar deporte, sentarse, mandar cartas, etc.



Imagen 11. Banca original.
Recuperado de <http://chermay.metroblog.com/labels/chucherias/page/3>

En muchos casos el problema de estos es que están mal instalados, diseñados, orientados o simple y sencillamente son ignorados por el usuario por falta de una educación social; en otros casos el diseño no esta realizado de acuerdo con el ambiente y en lugar de ser un objeto que vaya de acuerdo con el entorno, obstaculiza o deteriora la imagen urbana lo que genera confusión visual

Los elementos más comunes de mobiliario urbano son (Bazant, 2011: 296-306)

Bancas, su función es proporcionar descanso a los usuarios y proporcionar una posición cómoda en un lugar acogedor, por lo que conviene colocarse en lugares parcialmente asoleados o sombreados y en la cercanía de plantas. Se deben seleccionar materiales adecuados al medio ambiente, que no retengan frío ni calor, materiales rugosos o lisos y que no se astillen.

Basureros, deberán recopilar y almacenar temporalmente desperdicios para evitar la contaminación y procurar la higiene del medio urbano; se deberán colocar al alcance del usuario,



Imagen 12. Whall-Holla.

Recuperado de <http://www.popsci.com/technology/gallery/2012-01/gallery-playgrounds-tomorrow?image=2>

así como asegurarlos a banquetas, postes o paredes para evitar el vandalismo. El interior debe ser removible para facilitar el vaciado de los desperdicios. También se deberá tomar en cuenta el tipo de basura que va a contener, ya sea orgánica o inorgánica.

Teléfonos, permite la comunicación individual; la cabina debe contener el aparato telefónico, un apoyo para recargarse y un espacio suficiente para el usuario.

Paradas de autobuses, deberán proteger al usuario contra el mal tiempo, en algunos casos cuentan con bancas para hacer más cómoda la espera al usuario; estas sirven de guía para que los usuarios tengan visibilidad ante la llegada del transporte y no se dispersen.

Topes y obstáculos para zonas en donde los vehículos no deben entrar, existen postes



pequeños y de baja altura cuya función es la de impedir u obstaculizar la entrada de vehículos a zonas específicas, por lo regular se encuentran pintados en forma llamativa o con un símbolo fácil de identificar. Las banquetas tienen la función de obstruir el acceso de vehículos a zonas peatonales. Topes dentro de del mobiliario que protegen al peatón. Barreras de contención que contribuyen a la seguridad pública y le dan una apariencia estética a las vías rápidas, además de evitar accidentes.



Imagen 13. Banquetas
Recuperado de <http://tedroden.tumblr.com/post/27617342/fred-wilson-i-love-urban-art-this-is-so-cool>

Elementos decorativos en jardines, dentro del mobiliario urbano la vegetación es un factor muy importante ya que ambienta los elementos artificiales con los naturales, buscando un aspecto visual agradable. Se pueden conjugar andadores peatonales con jardineras, árboles no muy altos en zonas de pasto, aprovechar los colores de la vegetación para combinarlos con los materiales como son terrazos, ladrillos o adoquines.

Fuentes, es un elemento muy agradable ya que le da al lugar un aspecto de frescura y naturalidad. Si se combina con naturaleza el conjunto resultará muy agradable.

Juegos infantiles, generalmente se instalan en parques y áreas dedicadas a la recreación infantil. Los materiales y costos pueden variar dependiendo de la propuesta. Estos pueden ser: puentes colgantes, columpios y barras, tubos de drenaje, juegos combinados, resbaladillas, figuras de diferentes objetos o animales y de variados materiales, etc.



Imagen 14. Sonata
Recuperado de <http://crowdsourcedc.com/sub-bentry/100-urban-interventions-in-1-day-event/>

1.3. Intervención de espacios: los elementos que se pueden adaptar e incorporar.

Toda intervención pública nace de una necesidad de ofrecer respuestas y soluciones a problemas y demandas, concretas, respuestas y soluciones que se integrarán en un entorno que, la mayoría de las veces, está definido de antemano y que plantea limitaciones de varios tipos.

Las intervenciones no necesariamente deben ser proyectos que generen grandes costos o que sean macros, el ejercicio debe resultar de analizar bien la situación y de ahí generar propuestas que mejoren el lugar sin caer en excesos.



Se han incorporado elementos naturales o fabricados en el entorno, muchas con el fin de cumplir con las diferentes demandas de los usuarios, otras más por el aprovechar el espacio para expresar diferentes emociones y otras más porque encontraron el espacio y momento oportuno para poder plasmar alguna idea espontánea que de la situación se suscitó.

Hemos notado grandes cambios en las ciudades, el espacio urbano se ha venido afectando debido al gran crecimiento de la ciudad, por lo que intervenir los espacios para generar una revitalización ha sido imperante para muchos arquitectos, urbanistas y diseñadores, aportando su conocimiento y experiencia para dotar a los espacios de un aire diferente; sin olvidarse del contexto, las reglamentaciones, la planeación y por su puesto las diferentes soluciones creativas que puedan resultar.

1.3.1. La intervención y las razones para hacerlo

La intervención es la participación en un asunto o situación, su significado es tan amplio que es utilizado en medicina para referirse a la operación que realiza un cirujano; en el caso de cuestiones judiciales es la acción que la autoridad ejercerá sobre una situación o un individuo en específico; y en el caso de paisaje cuando se modifica mediante una propuesta el espacio urbano. Intervención ambiental es cuando se realiza a cualquier cambio en las estructuras físicas de un lugar, que directa o indirectamente provoquen una alteración en el ecosistema, en la estructura social o en la interacción social entre las personas. Ello puede venir dado por efectos directos sobre el medio y sobre los sujetos, o bien potenciando, inhibiendo o alterando formas de relación social, que en última instancia cambiará sus formas de interacción con el ecosistema (Moreno y Pol 1999:11)

El objetivo será desarrollar acciones que luchen contra la monotonía; resaltar objetos inanimados que causen sorpresa, embellecer el entorno, generar conciencia, alegrar el andar



cotidiano, salir de la rutina o simple y sencillamente causar una sonrisa.

La intervención, con los conceptos de sostenibilidad: medio ambiente, ámbito social y la economía, son importantes ya que generan conciencia y aunque muchos de ellos puedan representar una inversión, se pueden emplear elementos ya existentes para disminuir costos para la protección y conservación. Se deben unificar criterios y soluciones a la par de la sostenibilidad a la par de la intervención del paisaje urbano, para que se logre un entorno armonioso.

Para la realización de un proyecto de intervención urbana o de nueva creación, se pueden valer de diferentes herramientas que le permitan pronosticar el impacto que este tendrá en el medio ambiente, como lo son las de dispersión de tráfico para evitar contaminación y ruido; reciclaje, así como mejora en iluminación y mobiliario. Así la intervención estudia los espacios y la naturaleza de las ciudades, para que esto no los afecten o alteren.

La intervención no se trata sólo de llenar vacíos, de encontrar huecos en el espacio urbano, la intervención nace de la necesidad de ofrecer respuestas a demandas, soluciones a espacios que en algunos casos presentaban limitantes. Por lo mismo su esencia debe satisfacer criterios estéticos de diferentes índoles.

Consiste en generar distribución y apariencia en los espacios, centrándose en calles, plazas, jardines o cualquier lugar que pueda ser mejorado. Utilizan formas, dimensiones y funciones diferentes; ocupando bancos, jardineras, postes o alcantarillados; tratando de que cada elemento pueda ser practico, agradable o novedoso, o simple y sencillamente que despierte curiosidad o sonrisas. Basándose en colores, formas, texturas, utilizando ritmo, armonía y equilibrio, pero sobre todo tratando de impactar y de mejorar la calidad de vida para aquellos que transitan por estos espacios.



El intercambio de bienes e ideas entre los habitantes de las ciudades ha supuesto un aumento de la actividad cultural y comercial, así como del poder adquisitivo. Los espacios públicos abiertos han desempeñado una función fundamental a la hora de definir el entramado social. Las plazas, parques y avenidas acogen la vida diaria, y constituyen una característica cultural, un símbolo de desarrollo y la prueba de la vitalidad de una sociedad. Losantos A. (2008: 7)

1.4. El lenguaje visual en el contexto urbano.

Munari (2002:79) en su libro *Diseño y comunicación visual* comienza el apartado dedicado al tema con la pregunta: ¿Se puede definir lo que se entiende por “comunicación visual”? antes de dar la respuesta que él da a su pregunta, a la mente pueden venir varias ideas, comenzando con todo aquello que tenemos frente a nuestros ojos en éste momento, con cerrarlos y visualizar lo que en el día se nos fue presentando, entrar en una habitación y que el olor del lugar nos traiga una imagen específica, que una voz al otro lado del teléfono tenga el mismo impacto que el del olor, y así podríamos continuar, así que volviendo a la pregunta de Munari, él responde “Prácticamente es todo lo que ven nuestros ojos: una nube, una flor, un dibujo técnico, un zapato, un cartel, una libélula, un telegrama como tal (excluyendo su contenido), una bandera. Imágenes que, como todas las demás tienen un valor distinto, según el contexto en el que están insertas, dando informaciones diferentes”.

La comunicación visual tiene dos variantes, cuando se da intencional o casual; la casual es cuando hay objetos que existen a nuestro alrededor, pero que no tienen algo específico que comunicar, al contrario de la intencional que está dotada de una carga de mensajes. La casual puede interpretarse dependiendo del espectador y su estado de ánimo, la intencional dirigirá un mensaje que no puede tener interpretaciones diferentes a las que está diseñada.

Tomando como base la comunicación visual y la definición que Munari hace, podemos decir



Imagen 15. IBM Paul Rand
Recuperado de <http://www.eblog.com.ar/17278/el-hombre-logo/>

que el lenguaje visual es la clave que tiene la comunicación para que entre el receptor como el emisor exista un diálogo, cabe resaltar que este emisor puede ser desde un objeto hasta un elemento impreso.

Una de las características más importantes del lenguaje visual es el efecto de penetración que posee, ya que a través de ella se puede dar un idea sin necesidad de tener un texto muy grande, considerando sobre todo, el porcentaje tan grande de gente que no esta acostumbrada a la lectura. Su misma naturaleza le permite también ser uno de los elementos más utilizados de manera universal, ya que su mensaje puede ser tan claro y preciso que lo puedan entender usuarios de diferentes nacionalidades, edades y niveles culturales; además de que éste posee la característica de poseer un alto grado de parecido con la realidad, lo que lo diferencia del lenguaje escrito u oral, recordemos que una imagen dice mas que mil palabras, como lo demuestra el cartel de Paul Rand diseñado para la marca IBM.

Es un sistema de comunicación que analiza el cómo se debe generar un significado y cómo



se debe articular un discurso.

La semiología urbana estudia la transferencia de significados existentes en las formas construidas de la ciudad. La condición semiológica es cultural, subjetiva y muchas veces abstracta. Es un contenido que diferencia la condición concreta y física de la morfología de lo que es la ciudad percibida.

Los modelos semiológicos describen y explican los procesos de percepción visual y de significación cultural de la forma y el espacio intersticial

1.4.1. El discurso y la legibilidad: Su importancia en el contexto

Presentación, composición, significado, comunicación, entre otras, son características importantes de un buen ejercicio de lenguaje visual; así cuando éste no tiene que ser explicado, no importando en el contexto en que se presente y la imagen llega directa al usuario y logra transmitir su mensaje; por lo que es importante el discurso que se este empleando y que tanto la imagen como el contenido sean legibles.

Un discurso es el acto en el que se transmite un mensaje específico a un público seleccionado; su función es la de comunicar ideas con el objetivo de persuadir y provocar reacciones a la audiencia.

El discurso susurrado, de acuerdo a las definiciones, son la intervención urbana mediante elementos del lenguaje visual



Imagen 16. El valor de las calles.
Recuperado de <http://an-baeza.blogspot.mx/2011/06/roadsworth-el-valor-de-las-calles.html>



Imagen 17. Libros en las calles para compartir.

Recuperado de <http://www.plataformaurbana.cl/archive/2012/04/29/intervencion-urbana-libros-en-las-calles-para-compartir-y-gratis/portada2-8/>

La legibilidad es cuando la palabra se hace descifrable, cuando los caracteres se encuentran bien definidos; en cuando a percepción es cuando el usuario puede reconocer sin problema lo que el elemento quiere decir, el significado de éste se muestra nítido. Aunque legibilidad se aplique más a un elemento tipográfico, una imagen también tiene esa característica.

Uno de los problemas más grandes a los que nos enfrentamos con la gran cantidad de información visual, es que los usuarios podemos ahogarnos en ese sin fin de ideas encontradas al no estar bien estudiada la imagen. Aunado a esto el hecho de que mucha gente prefiere las imágenes que los textos, por lo que buscar una mejor legibilidad en éste último será un acto definitivo; finalmente las 2 salen de una misma naturaleza, que es el trazo en si, trazo que le da forma a la letra y trazo que produce imágenes, al final esta combinación generará un discurso, discurso que podrá ser descifrado, articulando la memoria, examinando el entorno, entendiendo significados.



Una vez definido lo que es discurso y legibilidad, queda la interrogante la importancia de estas en el contexto, y sobre todo en el propósito de ésta, finalmente ambos aspectos tienen características similares, ambas tienen legibilidad y hay un discurso latente a cada paso, las transformaciones que va sufriendo constantemente la ciudad como parte del crecimiento, entornos cambiantes que se van reestructurando, metamórfosis de eventos espontáneos que marcan los lugares; trazos que no son otra cosa más que imágenes que se han ido formando por necesidad, por gusto o por combinación de los dos; pero dotadas de una gran personalidad, que no son otra cosa más que reflejo de la propia creatividad, de ser escuchados y entendidos, he ahí parte de la esencia del discurso.

1.4.2. La semiótica del lugar.

Saussure (2005: 453) define a la semiótica como “Una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social” un punto de vista que tiene que ver con el signo en sí apoyado en un factor altamente social. Peirce (2005: 453), por su parte dice: la semiótica es una teoría que trata de explicar la apropiación significativa que el hombre hace de la realidad: es una doctrina formal”.

Esto lleva a analizar y conceptualizar el entorno con base precisamente en eso, en signos. Signos que tienen una repercusión, fragmentos de un gran collage que forman la ciudad, estos fragmentos autónomos con órdenes específicas que le permiten al usuario saber a dónde está o cómo es que debe trasladarse a otros lugares.



Imagen 18. Cancha.
Recuperado de <http://noticias.arq.com.mx/Detalles/11489.html#UqE7UWRDuDk>



Imagen 19. Cerveza.

Recuperado de <http://www.interactivity.com.ar/wp-content/uploads/2011/08/intervencion-urbana-cerveza.jpg>

Muxi (2004: 143) dice que “la construcción de la imagen emblemática de la ciudad corporativa se basa en acciones o intereses individuales, pero deben mostrarse como colectivos, crear consenso y servir de referencia. Para lograr estos objetivos se crea o se utiliza un imaginario colectivo manipulado. La ciudad diversa es una de las premisas, aunque no sea más que una diversidad escenográfica”. Finalmente la ciudad no es otra cosa más que la representación de la actualidad de el usuario; tecnología e información; intimidad que se ve invadida por cada uno de los signos que lo rodean; la estructura urbana servirá como escenario para representar esta imagen pública; discurso de pequeñas y grandes ciudades; interpretaciones a voces propias en las que los elementos del lenguaje visual se van mezclando; intérprete de su propia cultura y de las actividades que transcurren; usuarios generadores de estímulos que complementen este código de signos.



El espacio urbano no está desligado del usuario, pero sin embargo muchos usuarios si se encuentran deslindados de los lugares que los rodean, “Imágenes, signos y esquemas tienen un lejano origen común: la mano humana que traza formas y figuras. Y proceden de una misma matriz ambivalente: el signo convencional y la imagen figurativa o abstracta” Costa (2003: 115).



Imagen 20. Art eggcident 1.
Recuperado de <http://issole.blogspot.mx/>



Imagen 20. Art eggcident 2.
Recuperado de <http://issole.blogspot.mx/>

Un signo es todo fenómeno u objeto que representa algo que generalmente es distinto, a lo cual sustituye al referirsele. Es decir, todo dato perceptible por los sentidos que, al representar algo no percibido, permite advertir lo representado. (Muxi, 2004: 462). Para entenderlo mejor es necesario considerar la sintáctica que estudia las relaciones entre los signos de un sistema; la semántica estudia la relación entre el signo y un objeto; y la pragmática que estudia la relación entre un signo y sus usos; juntando estas 3 perspectivas describen al signo en su totalidad.

Considerando esta combinación, en el caso de el espacio urbano, y tomando en cuenta la



interrogante de Joan Costa con respecto a si todo comunica, de si todos los elementos que tenemos al rededor nos están enviando constantemente mensajes, a lo que la conclusión es los signos tienen el objetivo de dar un significado de un objeto que no está presente tal cual, pero que está simbolizada en él, y que sin el usuario no tendría motivo, ya que no habría un mediador e intérprete de este significado; así en el espacio urbano, considerando el factor de uso para lo cual están diseñados los objetos que lo componen podremos concluir que debe existir una sola lectura en éstos y que son precisamente la de guiar, servir, facilitar o ayudar al usuario a que encuentre en el lugar lo que le facilite el tránsito, informe o descanso de él. Costa (2003: 52) termina comentando “No todo comunica, pero sí todo significa”.

Muxi (2004: 30) describe dos tipos de imágenes en la ciudad; la nostálgica y la tecnológica; para la primera la define como “valor de cambio ya sea en la reutilización y recuperación de áreas

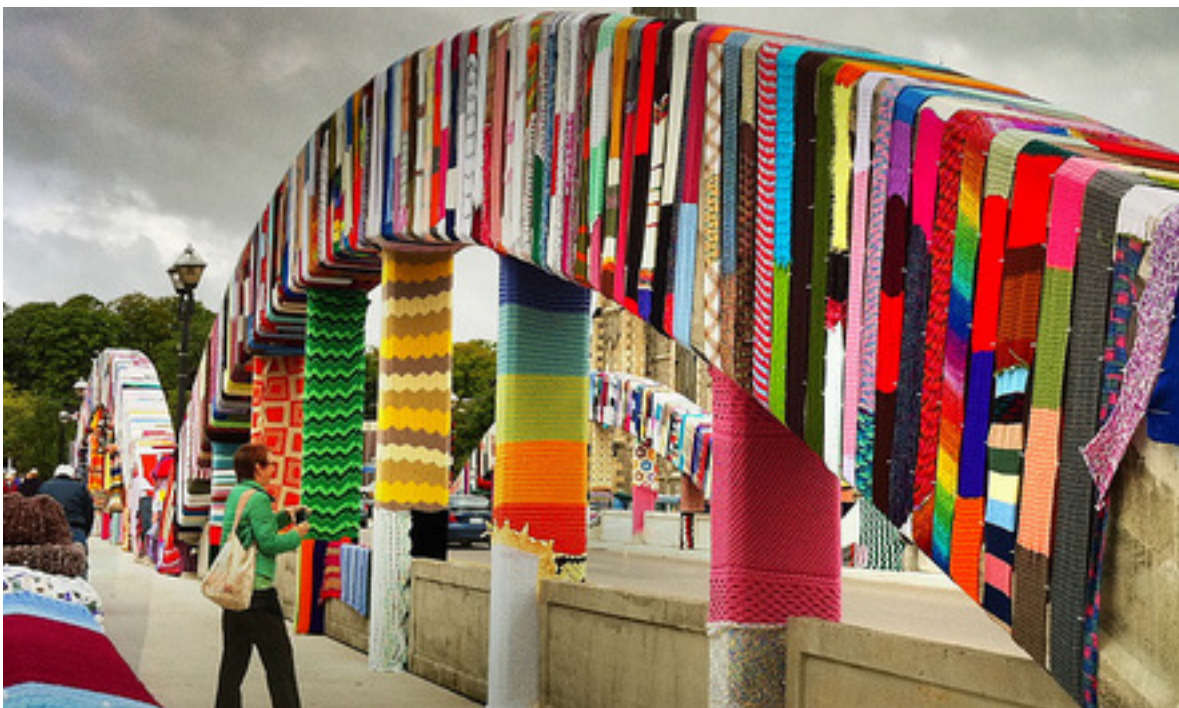


Imagen 22. Intervenciones de color.
Recuperado de <http://mundodisparate.blogspot.mx/2011/04/intervenciones-en-el-espacio-urbano.html>



históricas para nuevos usos de ocio o empresarial, de modo que lo preexistente se transforma en la imagen de nuevas relaciones y se mercantiliza en la memoria. En el caso de la tecnológica es la imagen de la hipertecnología, la transparencia y los edificios inteligentes”.

La semiótica en el espacio urbano no es otra cosa que el gran escenario de nuestro devenir cotidiano, la herencia que tenemos de nuestro pasado y el legado que dejaremos, atracción hacia el turista que la admira desde otro punto de vista; lugares que son agredidos por el uso y mal empleo que aveces le damos, agresiones que se dan en el aumento poblacional, flujo de tránsito vehicular y peatonal; espacios que se ven consumidos por la cantidad de basura y desperdicios, de carteles mal colocados; en donde impera el caos y se ve en la gran necesidad de recibir campañas sociales que hablen de reciclaje, no violencia y promesas de un futuro mejor.

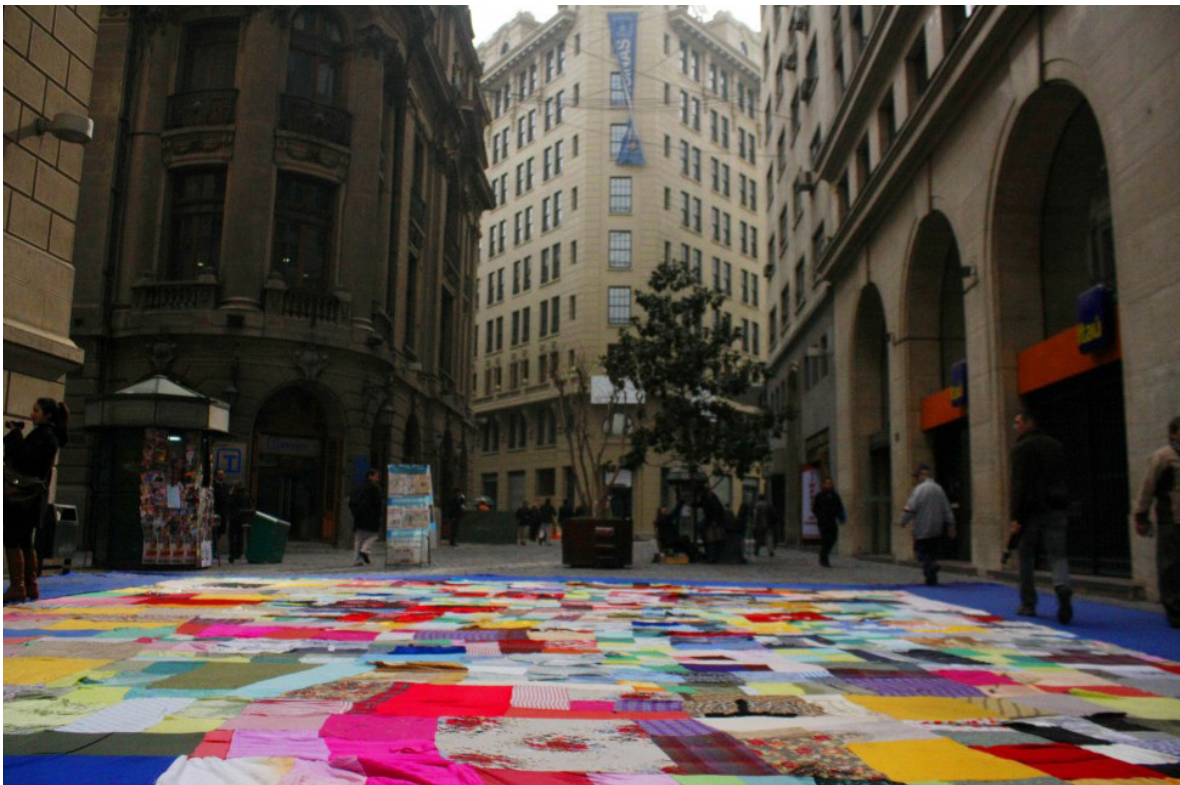


Imagen 23. Cosas que me gusta hacer.
Recuperado de <http://www.plataformaurbana.cl/archive/2012/06/17/intervencion-urbana-cosas-que-me-gusta-hacer-porque-si-iii-2/colorida-intervencion-urbana-en-calle-nueva-york-3/>



1.4.3. Herramientas del lenguaje visual.

Acaso (2006: 49-103) clasifica las herramientas en dos vertientes: Las herramientas de configuración y las de organización.

Las herramientas de configuración están conformadas en primer lugar el tamaño que es la dimensión física del producto visual y que se selecciona con relación con la escala del espectador y a través de un sistema de comparación.

- Impacto psicológico.
- Efecto de notoriedad
- La comodidad de manejo o de ubicación.

El impacto que tendrá el tamaño lo dictaminará la relación que se pueda dar entre el espectador y la representación visual.

El segundo aspecto es la forma, que es la determinación exterior de la materia, los límites del material visual y que se pueden dividir en:

- Formas orgánicas o naturales.
- Formas inorgánicas o artificiales.

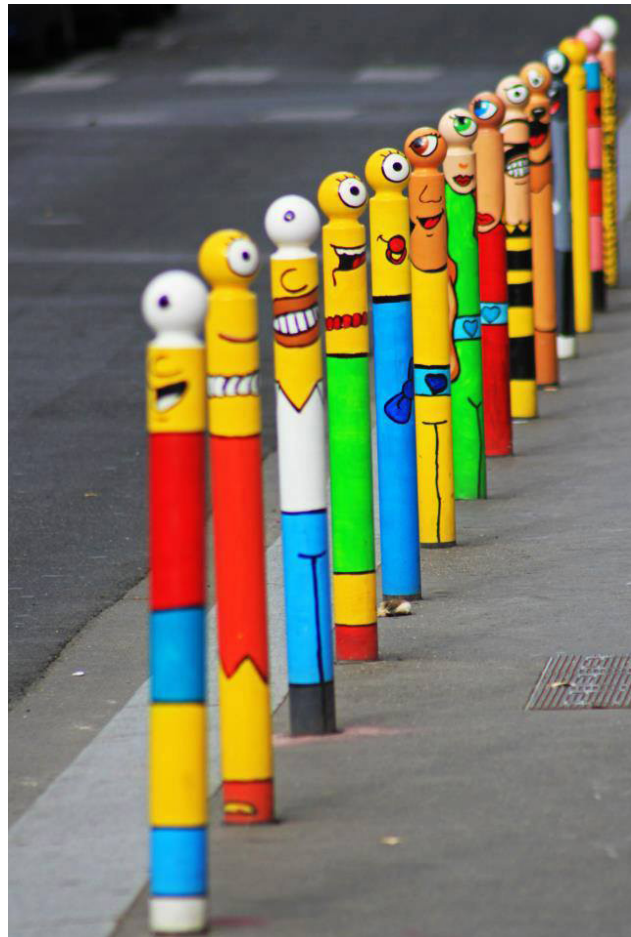


Imagen 24. Los Simpsons.
Recuperado de <http://www.quecanteo.com/tag/arte-urbano/>



Así como de tres niveles:

- Selección de la forma del producto visual como objeto.
- Selección de la forma del contenido del producto visual.
- Selección de la forma del espacio que alberga al producto visual.

Además de los criterios antes mencionados, en la forma se deben considerar la adaptación al soporte, el sentido a la lectura y el contenido simbólico. He aquí la libertad de la estructura urbana al no haber un formato único, sin la restricción de la medida estándar de un papel o de la orientación vertical u horizontal, en donde puede existir una participación física por parte del usuario, y sobre todo, donde la bidimensionalidad de esta forma no será una limitante, la tridimensionalidad estará implícita por los propios límites del objeto. Sin olvidar tampoco que la forma del espacio que alberga al producto visual forma parte del significado (Acaso, 2006: 60)

El tercer elemento importante es el color, que por su importancia y carga de significados, se puede considerar como uno de los elementos más importantes del lenguaje visual; el color por sus características se divide en dos: colores pigmentos y colores luz. Los colores pigmentos son aquellos que son manipulados por el humano, con los que se trabaja físicamente; los colores luz son aquellos de carácter intangible.

Para el caso de gente que trabaja con los medios impresos, las artes gráficas, manipulación física del color, diseñadores, arquitectos, entre otros, el trabajo se realizará en colores pigmentos; para el trabajo que se realiza en web, tv, cine, video se trabajará en colores luz.

Las características que tiene el color son:

- La luminosidad que es la cantidad de luz que tiene un color como característica propia.



- La saturación es la pureza del color en relación con el gris.
- La temperatura que esta relacionada con un fenómeno visual expresado en términos de sensaciones corporales.

Para la elección del color se deben tomar en cuenta los siguientes criterios:

- Contenido simbólico, tomando en cuenta las características del contexto.
- Calendario comercial, considerando que los colores de los productos visuales dependen de la temporada del año en la que se estén reproduciendo.
- Contraste visual, lo que facilitará la identificación del objeto.
- Identificación de la marca, la identificación que tiene el usuario sobre las marcas.
- Identificación con el público-objetivo, dependiendo del usuario al que va dirigido el objeto.



Imagen 25. Grillete.
Recuperado de http://img.corcholat.com/img/el_arte_urbano_de_peter_gibson_0Z1_wide.jpg



El cuarto elemento es la textura, que es la materia con la que está construido un producto visual, así como la representación visual de cualquier materia.

La textura puede tener características visuales o táctiles, además de que también puede tener las características físicas del soporte o de los materiales que se aplican sobre él.

Se puede considerar un tercer tipo de textura y es la ficticia en donde la imagen puede llegar a engañar al usuario, esto se logra cuando la imagen da la apariencia de una calidad cuando tiene otra.

1.4.4. La composición y la identidad

Hablar de composición es pensar en la construcción y ordenación de las herramientas visuales, en lo que queremos transmitir al usuario y cómo es que tenemos que hacerlo; el esqueleto invisible del que se vale el diseñador de la imagen.



Imagen 26. Sombras.
Recuperado de
http://carfree.mx/mx/wp-content/uploads/2011/07/tb_20080714231931_vultures.



Para la generación de la composición Acaso (2004: 79) menciona dos composiciones importantes: la composición reposada y la composición dinámica.

En la composición reposada se deben tomar en cuenta las constantes, la simetría, los elementos rectos, los centrípetos, los completos y los centrados.

Para los de composición dinámica las inconstantes, los asimétricos, los oblicuos, los centrífugos, los incompletos y los descentrados.

La identidad es la relación que se tiene ya sea con uno mismo, con una ideología, con una creencia, en el caso del espacio urbano, aquella que se da cuando hay una relación de pertenencia, similitud o apropiación hacia los elementos que lo componen, en sí cuando el usuario hace suyo ese espacio.

La importancia de esta radica en cómo se va interactuando con cada uno de los objetos que hay al rededor, en muchos casos llega a ser tan territorial que se forman grupos cerrados que impiden el paso a nuevas ideas, más personas, o incluso por cuestiones de seguridad llegan a delimitar los espacios para impedir la entrada. Ésta puede ser tan radical que puede llegar a tornarse en una empatía tan poderosa que ciegue al usuario acerca de lo que está bien o está mal.

1.4.5. La combinación de los sentidos.

Finalmente, este mundo conformado de imágenes, no llega de otra forma a nosotros más que a través de los sentidos, explosiones de colores, olores, sabores, texturas y todos los sentimientos que nos penetran en cada una de éstas, mezcla de sensaciones que desatan recuerdos, nos transportan a otros sitios o nos hacen desear no estar en ciertos lugares. Podríamos considerar



estos pensamientos que nos evoca el paisaje urbano como la piel de la ciudad, la cual podemos recorrer tan suave o fuerte como se nos vaya presentando en distancia y tiempo, tal vez el recorrer cotidiano nos haga maltratarla con nuestros pasos, a diferencia de un día tranquilo en donde la acariciamos visualmente al apreciar los diferentes tonos que la luz va tiñendo a lo largo de ella.

Nuestros sentidos se van mezclando en uno solo en este recorrido, el tacto, apreciamos los objetos a través de nuestra vista, pero ni dejamos de sentirla, el característico olor a tierra mojada que hace que nuestro olfato despierte también la sensación de estar tendido en este espacio tan fresco o cuando queremos alejarnos de los gases contaminantes que salen de los escapes de los camiones; así, la ciudad se nos presenta con diferentes opciones de recorridos sensoriales, experiencias que nos hacen identificarnos con los espacios.

De esta manera es importante destacar la experiencia de envolver y cautivar en espacios abiertos o internos, buscar la manera de que la vista encuentre este equilibrio con el tacto, el oído y el gusto, en dónde el usuario pueda tener un rato de escape de toda la contaminación auditiva y visual y dejarse llevar por la sorpresa de un lugar inesperado que lo pueda transportar a un descanso mental o que lo apantalle antes de que continúe su camino.

A través de la vista podemos apreciar la distancia, la separación, a diferencia del tacto que nos permite acercarnos, tener intimidad; el ojo señala, el tacto acaricia; pero también a través de los ojos podemos explotar otro elemento que se puede remarcar de la ciudad, que es la sombra, estos elementos que deforman las siluetas, que asustan, que impactan, que invitan a la protección, que dan la sensación de frescura; aquellas sombras que nos permiten jugar con la imaginación y adivinar las formas de las que resultan estas proyecciones, que aparecen y desaparecen a lo largo del día, que cambian de acuerdo a la rotación, infinitas posibilidades



Si a esto le agregamos que el clima puede participar también en este juego de luces y sombras y agregar bruma a los espacios, éstas se pueden tornar aún más pálidas y fantasmales; puede provocar un estado de melancolía, de pensamientos silenciosos o de meditación; así la textura del pavimento oculte sus grietas a nuestra visión nublada, los árboles tengan una proyección diferente, como de soledad y sí a esto le agregamos un poco de viento, el crepitar de sus hojas pueda no sólo provocar susurros a nuestros oídos, sino hacer que nuestra piel sienta esa caricia típica de su soplo, el leve escalofrío que nos invade en su recorrido, la invitación al cobijo de nuestros propios brazos; o al contrario, el sol fuerte que nos acerque a refugiarnos en esas sombras que incluso dependiendo de la hora del día puedan ser casi inexistentes.

1.5. Conclusiones.

Con los parámetros anteriormente expuestos, además de la combinación de los sentidos, el capítulo ha abarcado los componentes básicos de los espacios urbanos, enunciando las características de la ciudad; continuando con la definición de la intervención y cómo esta afecta el espacio y concluyendo con los elementos del lenguaje visual y como es que se puede combinar con los sentidos.

Como hemos podido apreciar, la combinación de estos puede despertar de los objetos que pasan desapercibidos al andar en las calles, pueden provocar sorpresa o ser evitados.

El objetivo de la presente investigación es el encontrar esa combinación para lograr hacer resaltar tanto el espacio urbano como el lenguaje visual, sin olvidar las emociones que de estas puedan resultar.



Para poder realizar la propuesta del discurso del susurro, se realizó una investigación de los elementos que conforman el espacio urbano, con el objetivo de que a través de la semiótica, el lenguaje visual, la composición, los sentidos, los elementos del espacio y el mobiliario urbano.



Bibliografía

- (2007) Arquitectura del paisaje: mobiliario urbano. Ed. Monsa
- Acaso, María. (2006). El lenguaje visual. Barcelona: Ed.Paidós.
- Aicher, Otl. (1994) El mundo como proyecto.Barcelona: Ed GG
- Arango Cardinal, Silvia. (2012). Ciudad y arquitectura. México: Ed. Fondo de cultura Económica.
- Auge, Marc. (2000). Los no lugares: Espacios del anonimato. Barcelona: Ed. Gedisa
- Bazant, Jan (2011) Manual de diseño urbano. México: Ed Trillas.
- Belluccia, Raúl. (2007). El diseño gráfico y su enseñanza. Buenos Aires: Ed. Paidós.
- Beristáin, Helena (2004). Retórica y poética. México: Ed. Porrúa
- Borja, Jordi. (2000) El espacio público, ciudad y ciudadanía.
- Castells, Manuel () La cuestión urbano. México: Ed. Siglo XXI
- Castells, Manuel () Movimientos sociales urbanos. México: Ed. Siglo XXI
- Ching, Francis D. K. (2005) Diccionario visual de arquitectura. Barcelona: Ed. GG.
- Corral y Bécker. Carlos (2011) Lineamientos del diseño urbano. México: Ed. Trillas
- Costa, Joan. (1989). Señalética. Barcelona: Ed.Enciclopedia del diseño.
- Costa, Joan. (1998). La esquemática. Barcelona: Ed.Paidós.
- Costa, Joan. (2003). Diseñar para los ojos. Bolivia: Ed.Design.
- Ducci, María Elena (2012) Conceptos básicos de urbanismo. México Ed. Trillas
- Espinosa Fernández, Enrique Ignacio (2013) Distancias Caminables. México: Ed. Trillas
- Frascara, Jorge. (2000). Diseño gráfico para la gente. Buenos Aires: Ed. Infinito.
- Frascara, Jorge. (2006). El diseño de comunicación. Buenos Aires: Ed. Infinito.
- Frutiger, Adrian. (2002). Signos, Símbolos, Marcas, Señales. Barcelona: Ed. GG.
- Joshep María Montaner, Sistemas arquitectónicos contemporaneous. Ed GG
- Kotanyi A. y Vaneigem R. (2006) Urbanismo situacionista. Barcelona: Ed. GG
- Krier, Rob (1981) El espacio urbano. Barcelona: Ed GG



Locker, Pam. (2011). Diseño de exposiciones. Barcelona: Ed. GG.

Llovet, Jordi. (1979). Ideología y metodología del diseño. Barcelona: Ed: GG

Lynch, Kevin (2012) La imagen de la ciudad. Barcelona: Ed. GG

Moya, Luis (2011) La práctica del Urbanismo. Madrid: Ed. Síntesis

Munizaga Vigil, Gustavo (1992) Diseño Urbano. México: Ed. Alfaomega.

Muntañola, Josep. (1974) La arquitectura como lugar. Barcelona. Ed. GG

Muxí, Zaida (2004). La arquitectura de la ciudad global. Barcelona: Ed. GG

Pallasmaa Juhani (2012) Los ojos de la piel. Barcelona. Ed. GG

Press, Mike. Cooper, Rachel (2007) El diseño como experiencia. Barcelona: GG

Rossi, Aldo. (2012) La arquitectura de la ciudad. Barcelona. Ed. GG

Sarquis, Jorge (2012) Arquitectura y modos de habitar. Colombia: Ediciones de la U Nobuko.

Serra, Josep Ma. (2002) Elementos Urbanos: mobiliario y microarquitectura. Barcelona: Ed. GG

White, Edward T. (2009) Manual del conceptos de formas arquitectónicas. México: Ed. Trillas



2

El lenguaje visual en la
aplicación a los conceptos de
imagen urbana



*“Nadie es dueño de la ciudad, hay que repensarla, saberla usar y
tener la capacidad de convivirla”*

Jorge Legorreta

2. El lenguaje visual en la aplicación a los conceptos de imagen urbana.

Dado el objetivo general de este capítulo que es el de analizar los conceptos del espacio urbano y el lenguaje visual que se investigaron, así como casos análogos en donde se articulen estos componentes, tanto a nivel nacional como internacional, en las siguientes páginas se presenta el resultado del análisis que nos permite distinguir el impacto visual generado en los usuarios ante diferentes escenarios producto de la interrelación de los componentes ya citados.

Las ciudades, a parte de darnos cobijo, a lo largo de la historia han jugado otros papeles, se han convertido en pistas de baile, escenarios, lienzo de pintura, material para realizar grandes esculturas, galerías, salas de concierto, pistas de carreras o de obstáculos, y así podríamos continuar, estas transformaciones pueden ser sólo el recuerdo de algún evento o dejar una huella que llegue a transformar estos espacios.

Estos detalles pueden llegar a convertirse en *mapas del tesoro* que nos lleven a grandes descubrimientos ya sea de los restos de acontecimientos o que se conviertan en grandes reliquias que formen parte de una nueva intervención, si a esto se le agrega el efecto que las luces y las sombras producen, y que además estas variantes se puedan convertir en una constante que le agregue un toque que se ajustan a los diferentes cambios del día, así un escenario que podía tener una primera variable de ruido y estrés urbano se convierta en un lugar en donde exista un pequeño descanso visual.



Lo que hemos encontrado en las páginas anteriores nos introduce a los conceptos iniciales para dar entrada al análisis que en el presente capítulo encontraremos, en un análisis mas puntual de la aplicación del lenguaje visual en espacio urbano concluyendo con una comparación de lo que se esta realizando en el mundo, en nuestro país y en un caso local.

La ciudad, ese espacio que nos rodea, es el que hacemos nosotros, al que le damos forma, función y sentido; nos comunica y nosotros nos fusionamos con ella, la hacemos nuestra y ella nos envuelve de manera distinta a cada persona que la transita.

Considerando el discurso que diariamente tenemos con ella, pensemos en una escena típica de una ciudad con un gran número de habitantes, en la que una persona se levanta por la mañana calculando un tiempo específico para llegar a su lugar de trabajo, tiempo que tiene medido por la rutina a la que esta acostumbrado, pero ese día varias cosas le pueden pasar, un neumático averiado, tal vez ese día se encuentre con una manifestación que le haga rodear, un maratón, o como en estos días lo hemos estado viviendo en nuestra ciudad, varias calles en reparación, después del paso de los maratonistas cientos de botellas de plástico en el recorrido que tuvieron; se disuelven por fin los manifestantes y qué dejan a su paso, a parte de la gran inconformidad de los transeúnte normales, basura, caos vial y muchas veces pintura en aerosol a las casas, negocios, calles, postes o bardas que se vayan cruzando por su camino; el resultado tránsito lento en ciertas horas pico, calor, ruido, impaciencia, en resumen caos general; la respuesta inmediata, además



Imagen 27. Debajo de la tierra, recuperado de http://4.bp.blogspot.com/-uIXerDi_H0Y/US_Q5tC1TgI/AAAAAAAAAGEU/LHFQEArPrSY/s1600/3d+Street+Art02.jpg



de los pensamientos clásicos derivados del mal humor, el comenzar a buscar una salida que nos permita llegar más rápido a nuestro destino, entendemos que una de las reacciones inmediatas será el de dejar el menor espacio posible entre nuestro carro además de que comenzamos a notar los carteles que nos indican: Utilice vías alternas, así la ciudad esta teniendo un gran discurso con nosotros; en cada uno de estos ejemplos, el buscar salidas que tal vez nunca habíamos contemplado, que tal vez ofrezcan minutos de más o de menos hacia el destino al que teníamos fijado llegar, seguramente nos enojaremos aún más de ver hermosas fachadas cruelmente grafiteadas por frases ilegibles, contenedores de basura que no fueron debidamente utilizados al no estar señalizados, por no estar bien localizados, o esos carteles de buscar vías alternas cuyo único mensaje es ese, pero que no indican cuáles son las calles cerradas o cuáles serían estas vías de apoyo,

Podríamos ir mencionando muchos ejemplos similares, en todos existe esta gran combinación



Imagen 28. Nikita Nomerz 6, recuperado de <http://www.mundoflaneur.com/wp-content/uploads/2012/04/Nikita-Nomerz-Street-Art-6.jpg>



de lenguaje visual con el espacio urbano, tal vez bien aplicada, tal vez muy mal realizada: las tiras de color amarillas amarradas de poste a poste que nos indican que no debemos pasar por peligro, o esas barreras viales de color naranja que nos cortan la circulación de uno o varios carriles; carteles colocados en postes, unos hechos a mano otros impresos con buena calidad, mensajes que llegan completos o que por su forma y colocación no son ni siquiera notados.

2.1. De los conceptos del espacio urbano a su aplicación en las calles de la ciudad.

¿Cómo es que nos relacionamos con los espacio que nos rodea? ¿cómo es que entendemos los lugares por los que transitamos? ¿cómo puede este discurso ser legible para cada persona, teniendo en cuenta el gran abanico de personalidades que lo reciben? La ciudad se ha ido construyendo



Imagen 29. Ernest Zacharevic Italia 4, recuperado de http://img.tendenciaslifestyle.com/2013/08/ernest_zacharevic_italy_04a.jpg



Imagen 30. Hola cariño, Bratislava Eslovaquia, recuperado de <http://www.taringa.net/posts/imagenes/16134377/Lo-mejor-del-arte-callejero-en-el-2012.html>

sólo en por un solo canal y de un solo sentido. Hay ciertos horas del día o momentos que nos permiten convivir de una manera en dónde el espacio juega el papel más importante, combinaremos sonidos, olores y formas, permitiremos que nuestro espacio vital sea reducido, caminaremos codo con codo, la ciudad se ha transformado en éste momento, se ha convertido en un ambiente diferente, ha dejado de ser un espacio en el que el aire fluía libremente, se ha tornado en un espacio viciado; el mensaje ahora es otro, los eventos de estas horas pico nos hacen compartir códigos diferentes a los de los momentos en donde el espacio era menos saturado.

El espacio urbano, que se construyó con un fin en específico, se transforma, esta capacidad de generar códigos compartidos, prácticas rutinarias que se interrelacionan en eventos complejos, que permiten que los espacios cambien su esencia y adquieran caracteres políticos, sociales, culturales, de recreación o sólo un recorrido de ocasión; el discurso que cambia de una ciudad grande a una pequeña o a un pueblo, en donde el silencio y el ruido juegan más o menos con el momento, en donde la gráfica es interpretada de otra manera, las necesidades para cada persona de estos lugares podría tener similitudes o grandes diferencias.

con base en las necesidades y el rápido crecimiento, se ha tratado de que exista una relación equitativa entre el espacio urbano y la gente, que la comunicación sea reconocida rápidamente con una mirada o agudizando el oído.

Sin embargo, la forma en la que nos comunicamos ciudad y usuarios no es necesariamente



Los espacios urbanos pueden tener en común el sistema de transporte, los edificios, las oficinas, los espacios verdes, los alcantarillados, etc., pero con las características propias de cada lugar, combinaciones que se han ido dando con el tiempo y la gente que lo ha ido conformando; épocas en las que el espacio era aprovechado de una manera diferente por las creencias del momento, evolucionado en sus colores, olores y en como la gente fluye a través de él.



Imagen 31. Paris, Francia, recuperado de <http://www.taringa.net/posts/imagenes/16134377/Lo-mejor-del-arte-callejero-en-el-2012.html>

2.2. La aportación del lenguaje visual en la conformación de la imagen urbana.

Tomando en cuenta el hecho de que un objeto gráfico debe estar realizado con el fin de tener una funcionalidad, que le permita relacionarse con el entorno y con las necesidades del hombre, de esta manera el discurso existente entre ellos logrará su fin, el código será entendido, no de manera aislada, sino como parte del sistema.

González (2007:20) menciona que “todos los productos de la práctica proyectual pueden estudiarse desde diversos ángulos: el técnico, el estético, etc. pero sobre todo desde tres áreas fundamentales: la forma, la función y la significación” cada uno de ellos tomando en cuenta el



ambiente, la cultura, la historia, los materiales y las técnicas con los que fueron realizados; los signos desde los cuáles el espacio fue construido.

¿Qué quiere decir el espacio por el que transitamos? ¿tiene algún significado especial que los objetos se encuentren en ese lugar? la respuesta inicial se encuentra en el momento en el que fueron colocados ahí, la época en la que fueron construidos, la razón primaria por la que se ubicaron en ese sitio, en cómo evolucionaron o en cómo evolucionó la gente que camina a su lado; el espacio tiene un sentido, está orientado, es un escenario donde se produce nuestra existencia, en el que estamos incluidos y recludos, el lugar en donde cobramos acciones.

De ésta manera las condiciones que permiten a una ciudad construir las normas y la identidad



magen 32. Londres, Reino Unido, recuperado de <http://www.taringa.net/posts/imagenes/16134377/Lo-mejor-del-arte-callejero-en-el-2012.html>



que la identifican varían a lo largo del tiempo y del espacio; a lo largo del tiempo los cambios han estado marcados por eventos específicos y por la capacidad urbana que cada ciudad ha tenido un avance diferente, en la actualidad la globalización y los medios digitales han permitido que estas condiciones cambien, es por esto que es importante que se innove en la la confección de diferentes elementos de comunicación gráfica, con la que se genere un impacto que pueda ser compartido por los medios digitales y que con lo que se refuerce la promoción de algún lugar en específico.

2.2.1. Fusión de conceptos gráficos y de espacios urbanos.

Aunque el presente trabajo se pueda centrar en una calle en particular, cabe resaltar que el proyecto que dió como resultado puede ser aplicado a diferentes calles y otras ciudades, sólo se deben tomar en cuenta las condiciones propias de cada lugar, como lo son los lugares en dónde se dio inicio la ciudad, los lugares en donde se asentaron los inmigrantes, los barrios con sus diferentes



Imagen 33. Guerrilla colilla y chicle masticado, recuperado de <http://informabtlcdnzone.grupodecomunicac.netdna-cdn.com/wp-content/uploads/2012/06/sncf-incivility.-ambient-outdoor.jpg>



Imagen 34. Street art by Oakoak, recuperado de <http://www.123inspiration.com/wp-content/uploads/2014/03/Street-Art-by-oakoak-10.jpg>

tradiciones, el comercio, la industria, los nuevos complejos, etc.

En las calles, podemos encontrar el espacio ideal para que cada persona pueda construir su historia, claro no solamente en éste lugar, más que nada considerando que la calle es un lugar público y visible, al alcance de todos los ciudadanos y visitantes, en donde se pueden notar las carencias y diferencias de mentalidades, en donde se pueden combinar la política, la cultura, la sociedad, etc. Sobre todo si se considera que ha sido en las calles en donde muchos movimientos han tenido su cuna e impacto. Es tan fuerte el impacto que tiene sobre el pueblo que en muchos casos se ha prohibido que circulen a ciertas horas o que se reúnan más de tres a conversar libremente por ellas.

Saskia Sassen (2014: 22) menciona “plantear el discurso de la ciudad es su capacidad de alterar, de dar forma, de provocar, de invitar, todos en pos de la lógica que busca mejorar o proteger



Imagen 35. Eclipse, recuperado de <http://www.arte-en-la-calle.com/2014/05/07/sol-y-sombra/>

la complejidad y lo incompleto de la ciudad”. El hecho de no sólo utilizar la mirada para entender el habla de la ciudad, de sólo limitarnos a un sólo canal para poder escucharla, trabajar sobre las diferencias que hay entre el espacio y la gente para lograr el discurso requerido.

Otro de los elementos importantes a considerar es el tiempo, el tiempo no como historia del lugar, sino los momentos que ocurren en el día, el momento en que la ciudad despierta, las horas de entrada al trabajo, la escuela, la industria, las hora pico, el esparcimiento, las salidas, etc. en donde la comunicación será distinta con calor o lluvia; la ciudad tiene un lenguaje diferente entre semana que en fines de semana, diferente de la gente que las zonas rurales, y aunque sea la misma gente, reaccionará diferente cuando hay eventos en donde el espacio interpersonal se ve reducido y la gente acepta que por el momento así sea.

Hemos estado mencionando los factores que van moldeando los espacios que habitamos, pero no podemos dejar de mencionar la parte del racismo, estas diferencias que han hecho que la ciudad se haya construido también agrupando a las diferentes comunidades y colocando el sello



característico de cada uno de ellos en la zona donde les tocó habitar: Una “tolerancia” permitida.

Pequeños detalles que pueden marcar similitudes entre las ciudades: señales de tránsito, paradas de autobús, casetas de teléfono, pasos peatonales, ambientes en general que generan la diversidad, en resumen la imaginería propia de cada país.

2.2.2. Sistema de análisis de imagen y espacios urbanos con su lenguaje visual.

Mike Press (2007: 136) menciona que “la experiencia nos enseña que un consumidor puede decirnos que quiere botones más grandes, menos opciones o un mejor precio; pero se trata de



Imagen 36. Parasol inteligente, recuperado de http://www.archdaily.mx/291946/urban-parasol-diseno-mexicano-inteligente-que-reducira-la-contaminacion-en-paris/52fd24f5e8e44e3cd00000df_urban-parasol-dise-o-mexicano-inteligente-que-reducir-la-contaminaci-n-en-paris_parasol-inteligente-jpg/



necesidades relativamente superficiales. Si analizamos con mayor profundidad, encontramos que el consumidor tiene grandes dificultades para expresar, o incluso prever, la clase de productos que le serán imprescindibles en los próximos años” Los espacios construidos en las ciudades reflejan las necesidades que han ido adquiriendo conforme la población lo va requiriendo, la experiencia del diseño nos recuerda que los cambios llegan cuando nos damos cuenta de lo que ha acontecido, analizamos todas las maneras en que el diseño pueda influir y beneficiar al usuario de manera física, emocional, intelectual y cultural, es aquí en donde el usuario demuestra, involucrándose con él,

Transformación del diseño	Proceso	Objetivo	Prioridad del diseño
Desarrollo	El diseñador estudia la tecnología y el contexto y propone el producto o servicio	Creación de un producto "simple" de uso cotidiano	<ul style="list-style-type: none"> - Facilidad de manejo - Estilo diferenciado - Prioridad del producto o servicio
Optimización	El diseñador perfecciona la tecnología o el producto existente para adecuarlo funcional y estéticamente a su contexto de uso	Mejora continua en diseño que aumenta la relevancia del producto	<ul style="list-style-type: none"> - Facilidad de manejo - Diferenciación funcional y estética - Personalización
Metadiseño	Se diseña después de realizado el producto para tener en cuenta las experiencias que rodean o pueden rodear al producto o servicio	Diseño de la experiencia en que se sitúa un producto dentro de su contexto	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de experiencias - Revisión de función - Personalización - Individualidad - Prioridad del contexto

Gráfica 4. El valor de los objetos según una cadena de medios para un fin y la interpretación del diseño La experiencia del diseño (Press 2007: 61)



como puede manipularlo de manera innovadora en cada experiencia que tiene.

Partiendo de éste pensamiento, el lenguaje visual con la relación que adquiere con la imagen urbana debe analizarse desde un *contexto vital*, el ciclo comienza con las condiciones de uso y la experiencia del usuario, en dónde éste buscará su sitio, el comportamiento de la gente, las pautas



Gráfica 5. El valor de los objetos según una cadena de medios para un fin y la interpretación del diseño

de vida y la rutina de trabajo, la cultura compartida, las inquietudes y creencias, además de las novedades que ayuden a contribuir con el contexto en el que se esta desarrollando.

Una siguiente etapa consistirá en la *vinculación* en donde ya existe una fase de transición, el usuario ya toma una conciencia del espacio y el diseño, él ya percibió su entorno, ya se relacionó con él y ya hizo suyos los atributos de éste.

La experiencia, en donde el usuario ya adquiere un compromiso, probablemente sin darse cuenta, tal vez de manera mecanizada, pero ya sintiéndose parte del entorno que lo rodea, ya lo hizo



parte de su rutina, el objetivo acá es satisfacer las necesidades del usuario, pero también superar estas, sorprenderlo, tomando en cuenta que a la gente le gusta recibir algo que no esperaban, ser sorprendidos con algo que no esperaban pudiera pasar o que pudiera ser posible. Considerando que muchas veces puede existir el riesgo de que el mensaje no sea comunicado de manera correcta y sólo quede en una experiencia que pueda ser olvidada fácilmente o criticada por falta de seriedad y entendimiento.

Actualmente y tomando en cuenta la evolución de materiales y medios a nuestro alcance, debemos considerar también la resolución y el canal por el cuál le llegará la información a nuestro usuario, tal vez vinculando nuestros dispositivos móviles con el entorno, la forma en que podemos utilizarlos para involucrarnos más con el entorno, acercarnos al pasado o dar un vistazo al futuro, darnos señales, guiarnos o acercarnos de una manera más rápida o segura a nuestro lugar de destino.



Imagen 37. Bicicletas en el agua, recuperado de <http://www.caracasbti.com/news/fascinantes-esculpturas-de-bicicletas-sobre-el-canal-frances/>



Imagen 38. Claes Oldenburg, recuperado de <http://3.bp.blogspot.com/-qgQOj6BOWdo/UYdwXvJx3gI/AAAAAAAAAZcw/0Dxy2mXrseU/s640/giant-sculptures-01.jpg>

Los diseñadores y arquitectos están trabajando cada vez más en la optimización, tanto en tiempo, materiales y respuesta al usuario, ajustando el contexto y la participación que el usuario tendrá; tomando en cuenta la personalización, la individualidad, pero también la rutina colectiva de la gente que transite por el sitio.

La dinámica creativa que se generará entre personas con diferentes puntos de vista, conocimientos y experiencias; la estrecha relación que tendrá el diseño con las funciones claves, analizando el aprendizaje y permitiendo un conocimiento más amplio de otras especialidades que le permitan mejorar la capacidad de resolver problemas.

Press (2007: 136) sugiere considerar los siguientes puntos para mejorar la experiencia del diseño:

- *El diseño sirve a las necesidades del usuario, no al diseñador:* un fundamento etnográfico garantiza que el diseño se basa en el contexto vital, necesidades y preferencias del usuario.

- La investigación puede revelar usuarios o situaciones de uso que no estaban previstos: Las tecnologías tienen diversas aplicaciones y contextos de uso que pueden descubrirse con los métodos etnográficos; de este modo es posible ampliar mercados y variaciones de producto.



- Un enfoque sobre el significado y la identidad: La etnografía tiene que ver con el significado cultural de los objetos, rituales y otras actividades, junto a la identidad social vinculada a todo ello. En esta época de cultura de consumo, en la que los productos son expresiones de significado e identidad, esta perspectiva garantiza que la experiencia cultural transmita información al proceso de diseño.

De esta manera, unificando criterios, analizando las soluciones, las técnicas, los materiales, la cultura, la historia, etc. se podrá lograr el discurso apropiado entre el usuario y el espacio.

2.2.3. Análisis de elementos existentes

Vilchys (2002: 81) define a la teoría de la comunicación en donde “cada objeto comunica un sentido, es decir, un complejo de significados, éstos se manifiestan en las cualidades materiales,



Imagen 39. Bicicletas en Berlín, recuperado de http://www.javahe.eu/tl_files/fotogalerie/Strassenkunst/Strassenkunst_47.jpg



estructurales, y socioculturales. De diversas formas, la función determina el sentido y éste el mensaje que se comunica. Este proceso no es lineal y siempre da lugar a la creación de redes de comunicación, por ejemplo las bicicletas se han diversificado en sus funciones exigiendo espacios propios de estacionamiento o de circulación, así mismo han generado un sistema de comunicación gráfica para su identificación y no ha sido indiferente a artistas y diseñadores la posibilidad de plasmarla como una forma estrictamente plástica”

Nuestra vida cotidiana esta llena de signos, de enunciados llenos de conceptos, que dependiendo de la estética éstos pueden ser muy controversiales, ya que engloba la parte controversial del punto de vista subjetivo, elementos que emplean juicios sobre aspectos físicos y estados emocionales, que son cuantificables de manera diferente que los puntos de vista objetivo; nos enfrentamos a la realidad que ha sido instituida, en algunos casos, de manera casual en nuestras vidas.



Imagen 40. Soft Rocker 1, recuperado de <http://www.mypinkadvisor.com/wp-content/uploads/2011/12/Soft-Rocker-1.jpg>



En fusión con éstos signos se debe cuidar la calidad, durabilidad, materiales, estilo y lugar en donde se coloquen, además de generar una armonía con el entorno utilizando colores adecuados, ritmo, equilibrio, finalmente lo importante será generar impacto y que el usuario se sienta cómodo con el entorno.

2.3. Aportaciones del lenguaje visual en las imágenes urbanas.

A lo largo de éste capítulo se han estado analizando los elementos que han ido interfiriendo en el espacio que nos rodea, cada objeto que se coloca, no es producto de la casualidad, claro en la mayoría de los casos, pero aquellos que han sido estudiados, que cumplen con las necesidades de



Imagen 41. Soft Rocker 2, recuperado de <http://www.mypinkadvisor.com/wp-content/uploads/2011/12/Soft-Rocker-2.jpg>



nacional aunque el impacto fue mundial y el tercero como el caso local.

Los tres con la característica de tener diferentes elementos del lenguaje visual que tuvieron una repercusión, una interacción con el usuario y sobre todo manejo de forma, color y textura.

Hovland, investigador de la comunicación, a quien se le considera uno de los más importantes teóricos en éste tema, remarca la importancia de la respuesta que se obtiene de estímulos en donde este expuesto un mensaje y del que se necesite llamar la atención, ser comprendido, aceptado y retenido, y que en el caso de la comunicación visual, como objeto de estudio del presente proyecto se utiliza como referencia para realizar el análisis de percepción de los casos análogos y que son:



Gráfica 7: Comunicación y cambio de actitud. El modelo de Hovland



Modelo de Hovland

Saint Gallen City Lounge





Modelo de Hovland





Modelo de Hovland





Saint Gallen City, como caso análogo internacional; el diseño gráfico y de espacios urbanos de México 68 como caso nacional y los Corazoles, como caso local.

2.3.1.2. Saint Gallen City Lounge, una sala roja para descansar.

En Saint Gallen, Suiza, en el barrio Bleicheli/Raiffeisen, se encuentra una alfombra roja realizada con goma granulada, obra de Pipilotti Rist y Carlos Martínez, quienes trabajaron para grupo Raiffeisen y Helvetia, y que tomaron en cuenta el edificio diseñado por Moneo para la Previsión Española.



Imagen 42. City Lounge 1, recuperado de http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/d/da/City_Lounge_0215.jpg



La alfombra roja esta ubicada cerca del centro histórico medieval, aunque no es parte del mismo, la zona contiene una gran cantidad de edificios con oficinas financieras, lo que provocaba que el entorno no fuera amigable para el ciudadano.



Otra característica a la que se enfrentaron los encargados de la

Imagen 43. City Lounge 2, recuperado de <http://2.bp.blogspot.com/-169R1Au7dqA/TvCQ0m1RCcl/AAAAAAAAACM/PzgLJTHxTN8/s1600/cc68a0816a.jpg>

propuesta, es que la ciudad es Patrimonio de la Humanidad declarada por la UNESCO por la historia que tiene, pero aunque conserva ésta herencia, también posee avances de modernidad en el arte y la arquitectura, dando hogar a obras de Heinz Tesar, Herzo y Meurons y Santiago Calatrava.

El proyecto simula una gran alfombra roja en donde el pavimento fue recubierto en su totalidad, así como el mobiliario, esculturas, bancos, butacas, asientos, divanes, un Porche y fuentes que permiten al usuario no sólo caminar y sentarse en ellos, sino hasta escalarlos.



Imagen 44. City Lounge 3, recuperado de http://www.lostatemiyor.com/wp-content/uploads/2007/08/establish_picture-stadt-lounge-laem.JPG

Se dividió el espacio en diferentes ambientes, cada uno cumpliendo con una función en específico: recepción, zona de café, salón de relax, salón de negocios, parque de las esculturas y espacio de la sinagoga; los árboles existentes fueron respetados, para ellos se diseñaron maceteros de acuerdo al



Imagen 45. City Lounge 4, recuperado de http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/6d/City_Lounge_0218.jpg

lugar que les correspondía por la división del espacio; la fuente marca el centro de la plaza.

La alfombra roja tiene una base que permite que el agua fluya sin problema y no exista el estancamiento; la capa de revestimiento, cuyas características físicas son similares a las del tartán que se utiliza en las pistas de atletismo, permiten que sea drenante. Se tomó en cuenta también el tamaño del granulado y el espesor para producir texturas diferentes. Así, mobiliario urbano, color, textura y materiales se unen para generar una superficie suave y resistente, pero a su vez contrastante y cálida.

Las luminarias diseñadas para el espacio son una especie de globos, que asemejan ovnis, que se encuentran sujetados a los edificios laterales por cables, y que tienen la característica de regular la luz dependiendo de la hora del día, la época del año y la actividad que se esté desarrollando en el City Lounge; lo que permite que el lugar tenga un toque de espacio privado y público al mismo tiempo, que le permita al usuario sentir confort y seguridad, pero al mismo tiempo aprovechar el aire libre.



El espacio público ha sido recuperado como el lugar en donde las personas podían pasar un rato al aire libre como el espacio que estaba destinado a eso; por lo que también se diseñaron señales viales y se pintaron unas más en algunos lugares para estacionar bicicletas y automóviles. Éstas señales se identifican como Zonas de encuentro, que señalan a los peatones que esos espacios son para su libre circulación, en donde puedan desarrollar diferentes actividades deportivas, culturales o recreativas.



Imagen 46. City Lounge 5, recuperado de <http://archide.files.wordpress.com/2008/11/city-lounge21.jpg>

El proyecto, tanto por sus características como por su ubicación, puede ser encontrado bajo diferentes nombres: la Plaza Roja, la Alfombra Roja, el Stadrlounge (City Lounge) o la Raiffeisenplatz (por las oficinas del grupo financiero Raiffeisen).

El objetivo del proyecto fue el de generar mobiliario urbano en donde mesas, divantes, esculturas, las fuentes y el alumbrado tuvieran formas libres bajo la alfombra roja continua, dotando al espacio del granulado de goma un espacio de elementos en condiciones óptimas para que la superficie sea blanda y resistente, en donde la textura juega un papel importante en firmeza y al mismo tiempo antiderrapante.

Los diseñadores del proyecto obtuvieron el resultado de seguir con la tradición del espacio



Imagen 47. City Lounge 6, recuperado de <http://europaconcorsi.com/projects/147522-Carlos-Martinez-Pipilotti-Rist-City-lounge-in-St-Gallen/images/2193800>

público al aire, que una plaza debe tener, pero dotándola de fuerza, pero al mismo tiempo dándole un toque hogareño proyectado con la alfombra y los muebles, pero con el toque de la alfombra roja con todo el glamour de las grandes entregas del cine; así espacios exteriores se fusionan con ambientes interiores.



Imagen 48. City Lounge 7, recuperado de <http://static.panoramio.com/photos/large/18950024.jpg>



Imagen 49. City Lounge 8, recuperado de <http://www.the-dreamhome.com/wp-content/uploads/2011/04/Outdoor-Living-Room-City-Lounge.jpg>

El proyecto le dió a esta Ciudad Patrimonio un toque fesco, alegre, elegante y de gran sensualidad en sus formas y color, lo que le hizo merecedora del premio City People Light Award 2008.

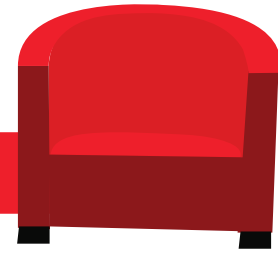
Para la vegetación se solicitó que ésta fuera mínima, por lo que para acentuar el rojo prominente se agregaron algunos árboles ginkgo que tiene como característica que sus hojas son de tonalidades verde claro.



Imagen 50. City Lounge 9, recuperado de <http://www.the-dreamhome.com/wp-content/uploads/2011/04/City-Lounge-Red-Chair-Design.jpg>



Saint Gallen City Lounge

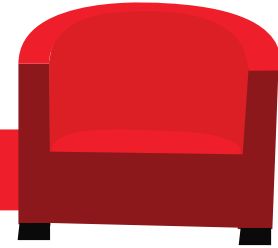


Características generales

Nombre del proyecto	Saint Gallen City Lounge
Localización	Barrio Bleicheli/Raiffeisen, en Saint Gallen, Suiza
Características del lugar	St. Gallen es una pequeña ciudad suiza situada en un valle entre cadenas de colinas Fue fundada al rededor del siglo VII, por el monje irlandés San Galo, al que se le debe su nombre.
Responsables de la obra	Arquitecto: Carlos Martínez Architekten AG Artista: Pipilotti Rist
Espacio urbano	Plaza y calles del Barrio Bleicheli/Raiffeisen
Problemática general	Un ambiente poco amigable para el peatón por su gran cantidad de oficinas.
Objetivo del proyecto	Generar en un espacio público un lugar doméstico que simule la calidez y el confort de una sala de casa.



Saint Gallen City Lounge

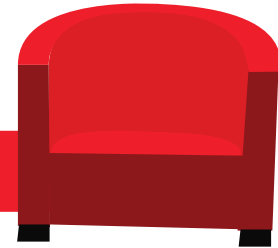


Características sensoriales

<p>Elementos a considerar</p>	<p>Árboles existentes. Fuente que indica el centro de la plaza Edificios financieros Cercanía al centro histórico medieval</p>
<p>Sentidos a considerar</p>	<p>Vista: color, textura visual, contraste, forma, hipérbole, interposición. Tacto: textura táctil, forma, movimiento.</p>
<p>Sensaciones</p>	<p>Calidez, alegría, confort, comodidad, diversión, calor de hogar, bienestar, espacios internos con la frescura del aire natural, escape de la rutina, envolvimiento, escape</p>
<p>Textura</p>	<p>Textura táctil natural modificada</p>
<p>Denotación y connotación del color</p>	<p>Rojo, tono cálido que estimula los sentidos proporcionando sensaciones de calidez, alegría, movimiento, vitalidad, pasión</p>
<p>Denotación y connotación de la forma</p>	<p>Rojo, tono cálido que estimula los sentidos proporcionando sensaciones de calidez, alegría, movimiento, vitalidad, pasión</p>



Saint Gallen City Lounge



Características especiales

Proyecto propuesto	Stadtlounge, City Lounge, Sala Urbana
División del proyecto: Ambientes	Recepción, zona del café, salón del relax, salón de negocios y parque de esculturas.
Material utilizado	Granulado de goma en color rojo que simula una gran alfombra roja
Caraterísticas del material	Pavimento Capa de revestimiento que permite drenar el agua Los grosores de los granos y espesores del material producen texturas diferentes
Proyección de material y color en el proyecto	La textura y moldeabilidad del material le permitieron adherirse a cada uno de los espacios y esculturas que se construyeron en ese lugar. El color acentuó las calles de la zona en la que se aplicó logrando una mancha visual que contrasta con los peatones y edificios que lo rodean, al mismo tiempo que le dan una sensación de calidez hogareña, un espacio para que la persona se sienta cobijada en un gran cálido tapete que lo protege.
Objetos colocados	Sofás, mesas, fuentes, esculturas, un automóvil tipo porsche
Iluminación	Luminarias en forma de globos que regulan la luz dependiendo de la época del año y de las actividades del lugar
Señalización	Regulada por las Ordenanzas de Señalización Vial se encuentran diferentes banderolas que identifican la zona peatonal, flujo de la circulación, área para ciclistas, además de utilizar diferentes pictogramas ilustrados directamente sobre el granulado rojo que refuerzan el área señalizada



Este sistema de comunicación conectó a México con el mundo, al mundo con México y, quizá - si tan sólo por pocas semanas o meses- conectó a los mexicanos con ellos mismos de una manera que nunca había sucedido en el México moderno, y no ha sucedido desde entonces.

Daoud Sarhandi y Carolina Rivas

2.3.1.3. México 68, el diseño en el deporte

Era 1968, el mundo entero tenía sus ojos en nuestro país por una razón muy grande: las Olimpiadas en México, sabemos que el movimiento tuvo fuertes repercusiones a nivel político que mancharon de sangre las calles de nuestra ciudad y que trataron de ser borradas para que nadie se diera cuenta, pero también tuvo uno de los más grandes eventos en el diseño gráfico y la arquitectura que nuestro país ha vivido, incluso para muchos un evento visual de tal magnitud que no se ha podido igualar.

El movimiento se llevo a cabo bajo la presidencia de Gustavo Díaz Ordaz; en el área creativa a la cabeza el arquitecto Pedro Ramírez Vázquez que lidereaba a todos aquellos creativos que le dieron forma, color, sabor y cuerpo a cada elemento gráfico y de construcción que se diseño en ese momento para dar alojamiento a cientos de atletas y espectadores que recorrieron nuestras calles.



Imagen 51. Logotipo México 68 diseño de Lance Wyman



En la parte del diseño urbano el coordinador fue el arquitecto Eduardo Terrazas, quien se encargó del diseño urbano, de generar el ambiente que fuera un facilitador del movimiento deportivo y cultural, sin olvidar a los residentes de la Ciudad de México, en las olimpiadas; además debía contagiar éste entusiasmo a toda la gente involucrada en los preparativos durante y después de las olimpiadas.

En sus manos se encontraba la responsabilidad de proveer a cada uno de los usuarios el código exacto para poder desplazarse y ubicarse en las diferentes sedes en donde ocurrían los eventos; la estrategia debía ser sencilla y al mismo tiempo ser comprensible para los múltiples idiomas que se hablarían en ese momento.

Para lograr el cometido se diseñaron para cada sede y las vías de acceso hacia estas, señales específicas utilizando un color por deporte y para las principales avenidas, con estos colores se señalizaron postes de luz, que además se reforzaron con pendones para orientar al público.

Los elementos urbanos que se diseñaron para el movimiento fueron: casetas de información, paradas de autobuses, mapas urbanos y señalamientos con el pictograma del deporte; además se complementó la imagen con enormes globos con el estampado del logotipo, esculturas que representaban a los atletas y a los deportes, logotipos tridimensionales de México 68 y en donde el espacio lo permitía, el tramado del diseño se dibujó también en el piso donde eran colocados. Cada



Imagen 52. Logotipo tridimensional en la explanada de la Villa Olímpica: Diseñando México 68: una identidad olímpica (2008:75)



Imagen 53. Logotipo tridimensional en el Colegio Oxford: Diseñando México 68: una identidad olímpica (2008:74)

uno de estos elementos fue diseñado con base en elementos de la cultura popular, de esta manera las esculturas de los deportistas estaban basados en los “Judas”; los globos y estandartes en los tapetes de aserrín que se realizan en Huamantla Tlaxcala.

Los Judas, fabricados originalmente en papel mache y que por lo regular se utilizan como juegos de pirotecnia, fueron realizados en fibra de vidrio y representaban a los atletas en sus diferentes especialidades, así estos grandes judas sirvieron para señalar las sedes.



Imagen 54. Modelo a escala para Judas: Diseñando México 68: una identidad olímpica (2008:83)



Imagen 56. Judas Ciudad Deportiva: Diseñando México 68: una identidad olímpica (2008:83)

Imagen 55. Judas Auditorio Nacional: Diseñando México 68: una identidad olímpica (2008:83)

La visión estratégica de Pedro Ramírez Vázquez fue un gran parteaguas en la historia de los juegos olímpicos, ya que no sólo se ocupó del movimiento deportivo, sino que abrió lugar a la olimpiada cultural, con lo que reforzaba el elemento humanista, en su momento histórico marcado por la guerra fría y sus movimientos políticos e ideológicos. Ésta visión debía representar en los espacios, los íconos, los objetos, los impresos y en su arquitectura el espíritu de México 68, hecho que aún es considerado uno de los hitos para el diseño internacional.

Para el diseño de la imagen de cada olimpiada, se llevan a cabo con 7 años de anticipación, para las Olimpiadas de México 68 se realizaron en 27 meses antes de que se encendiera el pebetero en el día de la inauguración, evento que el mundo entero dudaba se pudiera completar con éxito al ser un país de tercer mundo, así, bajo el mando de Eduardo Terrazas y Beatriz Trueblood y la participación de los primeros 5 diseñadores de la Universidad Iberoamericana se logró dar vida a la imagen. El diseño del logotipo estuvo en manos del diseñador Lance Wyman.



Imagen 57. Globos olímpicos, recuperado de: <http://photos1.blogger.com/blogger/544/1597/1600/globos68Wy.jpg>

Para la simbología se tomó en cuenta a los conductores de vehículos privados y de transporte público, colocando en los postes de luz tiras de plástico del color correspondiente y la paloma de la paz, estas rutas correspondían a las que se diseñaron para el evento, y que fueron indicadas en los mapas que se repartían; los signos viales además se incluían en buzones, botes de basura, casetas de información, todo con el fin de unificar el Programa de Identidad Olímpica.

Los globos se ejecutaron como esas esculturas aéreas que fungían como ornato y elemento de señalización para anunciar la proximidad de las sedes deportivas, el criterio del que se rigieron fue el de objeto con espíritu lúdico.

Además de los globos y los Judas, las paradas de autobuses y esanquillos fueron equipados imágenes de las rutas de las sedes olímpicas; la ciudad de México se iluminó con motivos alegóricos semejantes a los que se colocan en Navidad y Fiestas Patrias.



Imagen 58. Mobiliario de señalización urbana: Diseñando México 68: una identidad olímpica (2008:82)



Imagen 59. Mobiliario de señalización urbana: Diseñando México 68: una identidad olímpica (2008:82)

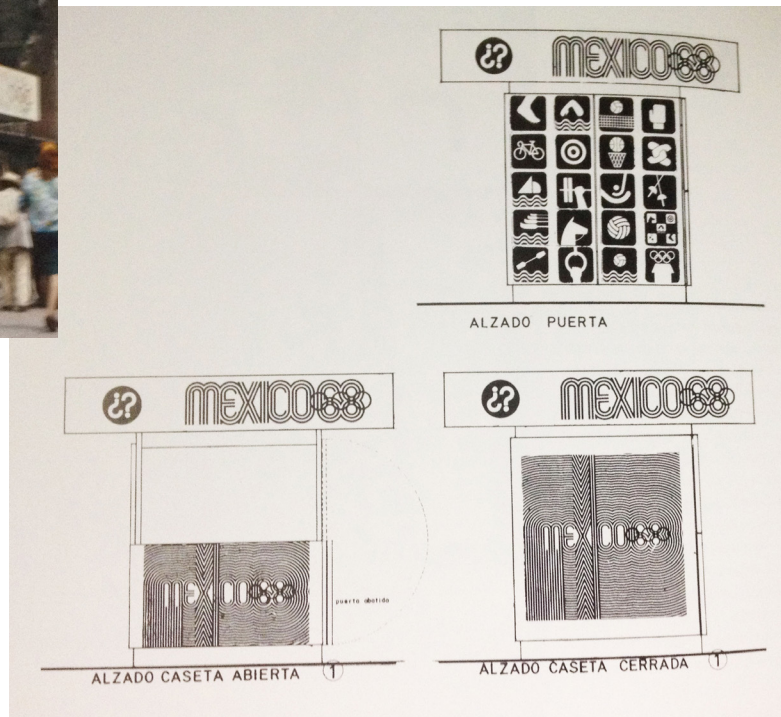


Imagen 60. Mobiliario de señalización urbana: Diseñando México 68: una identidad olímpica (2008:82)

Para la Ruta de la Amistad, se realizó la convocatoria de la Reunión Internacional de los Escultores, que dió como resultado 19 esculturas monumentales en el Anillo Periférico de la Ciudad de México; el proyecto fue concebido por el escultor Mathias Goeritz, quien en algún momento colaboró con Luis Barragán, Goeritz convocó escultores de los 5 continentes.

En el piso exterior del Estadio Azteca y del Estadio Olímpico de Ciudad Universitaria se pintaron círculos concéntricos de acuerdo con el diseño del logotipo. Para el Estadio Olímpico los círculos partían de las puertas de acceso y para el Estadio Azteca de los soportes de la escultura de Alexander Calder.



Los artistas seleccionados con sus obras fueron los siguientes:

Ángela Gurría: Señales; México estación 1.

Willi Gutman: El ancla; Suiza estación 2.

Miroslav Chlupac: Las tres gracias; Checoslovaquia, estación 3.

Kioshi Takahashi: Esferas; Japón, estación 4.

Pierre Székeli: El sol bípedo; Francia estación 5.

Gonzalo Fonseca: Torre de vientos; Uruguay, estación 6.

Constantino Nívola; Italia, estación 7.

Jacques Moechal: Bélgica, estación 8.

Todd Williams: Estados Unidos, estación 9.

Grzegorz Kowalski: Polonia, estación 10.

José María Subirachs: México España, estación 11.

Clement Meadmore: Australia, estación 12.

Hebert Bayer: Muro Articulado, Austria, estación 13.

Joop J. Belijon: Tertulia de gigantes; Holanda estación 14.

Itzhak Danziger: Puerta de paz; Israel, estación 15.

Oliver Seguin, Francia. estación 16.

Jorge Dubón, México, estación 18.

Helen Escobedo: Puerta al viento; México. estación 19.

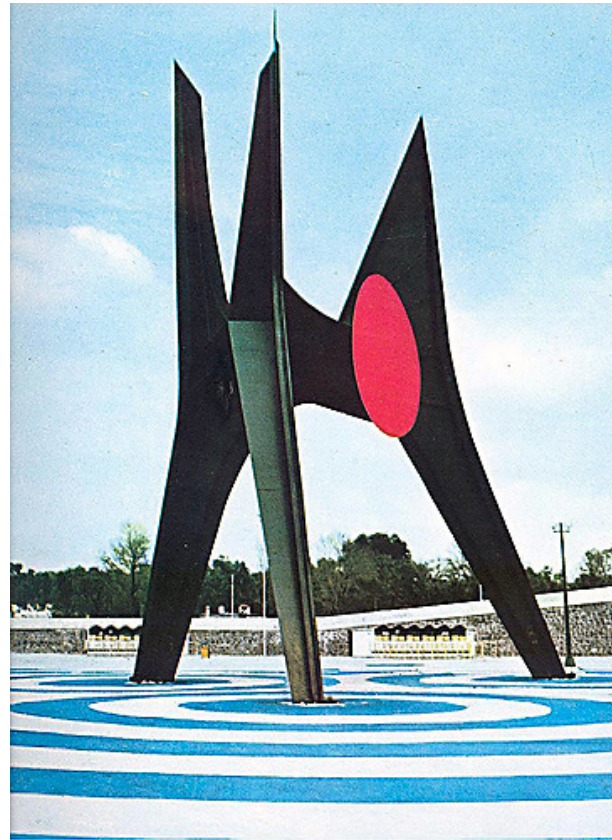


Imagen 61. Explanada del Estadio Azteca. Escultura de Alexander Calder, Sol Rojo 1968. recuperado de : http://37.media.tumblr.com/tumblr_loqxjySqRN1qez8tmo1_400.jpg



Imagen 62. Muro articulado Herbert Bayer. recuperado http://fotos.eluniversal.com.mx/web_img/fotogaleria/ruta_amistad_nueva_obra.jpg



Imagen 63. Tertulia de Gigantes Joop J. Bejon. recuperado <http://www.gstriatum.com/info/images/stories/ruta%20amistad.jpg>

Actualmente se planean mover 8 de las 19 esculturas al corredor cultural San Jerónimo-Cuemanco, ya que se consiera que la construcción de la autopista con sus losas y columnas las dañen, se tomó en cuenta que el espacio en donde planean ser ubicadas este libre de anuncios y queden protegidas del constante crecimiento urbano.



Imagen 64. Abel Quezada, recuperado de: <http://img.informador.com.mx/biblioteca/imagen/370x277/97/96297.jpg>

También formando parte de las Olimpiadas Culturales y como alegoría al movimiento de Paz que simbolizan, se realizó una serie de carteles y fotomurales del artista plástico y caricaturista Abel Quezada bajo el lema "Todo es posible en la paz", colocando

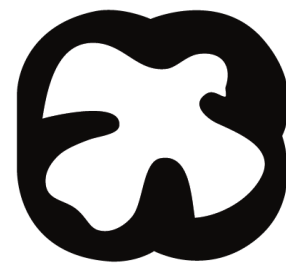


Imagen 65. Paloma, recuperado de: <http://revistahaus.com/olimpiadas-mexico-68/>



por toda la ciudad carteles, estandartes, etiquetas, calcomanías y espectaculares con la paloma diseñada especialmente para el movimiento.

Aunque el presente documento esta enfocado más al lenguaje visual en el espacio urbano, es imposible hablar de México 68 sin mencionar todos los elementos de la gráfica que se desarrollaron, partiendo del logotipo, publicaciones, timbres postales, carteles, cartas, periódicos, formularios, mapas, boletines, programas y más elementos gráficos que han sido señalados como una de las mejores imágenes y campañas entre todos los movimientos olímpicos.



Imagen 66. Pictogramas, recuperado de: <http://www.sorryzorrito.com/wp-content/uploads/tdomf/35396/juegos%20olimpicos.jpg>



Imagen 67. Pictogramas, recuperado de: http://moisesmansur.files.wordpress.com/2012/08/mexico68_13.jpg

productores e investigadores; el programa incluía todos los detalles de cómo se avanzaba con las obras y preparativos y era lanzada a nivel nacional e internacional; daba a conocer también el patrimonio histórico y cultural del país, así como el entusiasmo y hospitalidad del mexicano

Para publicaciones el equipo fue dirigido por Beatrice Trueblood, que contó con la participación de editores, escritores, fotógrafos, traductores, diseñadores, correctores de estilo, impresores,



Imagen 68. Timbres postales, recuperado de: <http://2.bp.blogspot.com/-tM60obakp2M/UEbdmN2ge4I/AAAAAAAAAh8/O6fhAzn1QZQ/s1600/OLIMPICOS68014.jpg>



que se encontraba listo para la visita de los deportistas e interesados en el movimiento deportivo.

El logotipo fue inspirado del trabajo realizado en las artesanías huicholas, se tomó en cuenta los círculos que forman el 68 y los aros olímpicos y partiendo de este eje se comenzó con el diseño del logotipo emblemático, además de tomar en cuenta que en ese momento se encontraba de moda en Op Art en donde se incluían líneas convergentes, divergentes, paralelas y concéntricas y ya con la fusión del arte huichol se logró terminar la imagen. Una vez concluido el imagotipo se le agregó la

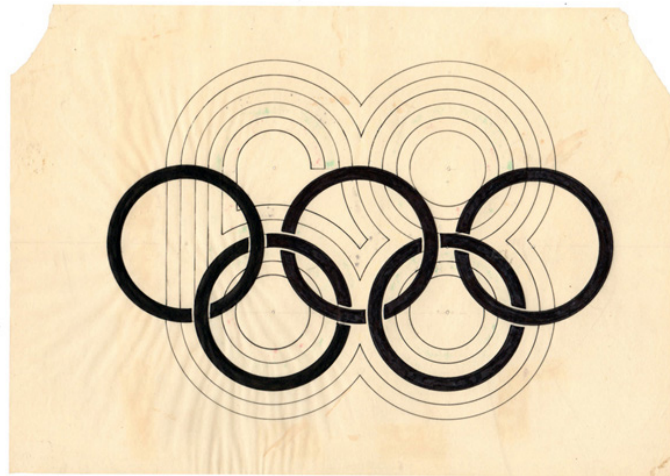


Imagen 69: Bocetos, recuperado de: http://moisesmansur.files.wordpress.com/2012/08/mexico68_01.jpg

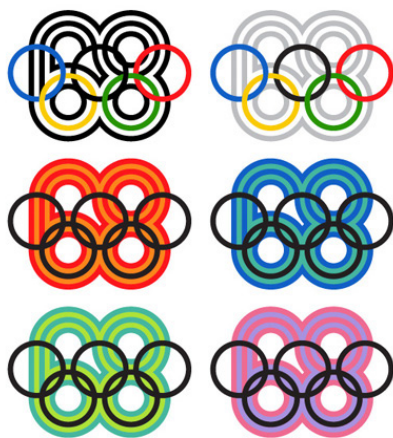


Imagen 70: Bocetos, recuperado de: http://moisesmansur.files.wordpress.com/2012/08/mexico68_08.jpg

parte tipográfica, que nació de la inquietud de que debía seguir reflejando eventos deportivos en su construcción.



Imagen 71: Logotipo, recuperado de: <http://www.theprisma.co.uk/wp-content/uploads/2012/06/olimpicos-en-la-tierra1.jpg>



Imagen 72: Pendones, recuperado de:
http://moisesmansur.files.wordpress.com/2012/08/mexico68_30.jpg

Para los uniformes y otros elementos que se colocaron en productos conmemorativos se respetó la gama cromática utilizada para cada deporte, lo que también ayudó a los equipos de trabajo que se encontraban en

la organización, de esta manera era más fácil identificarlos por actividades, así los uniformes seguían los patrones de: anaranjado para prensa, rosa para Comité Olímpico Internacional, negro para el Comité Olímpico Nacional, etc.

Así como la imagen fue ocupada en nuestro país, en



Imagen 73: Uniformes, recuperado de:
http://moisesmansur.files.wordpress.com/2012/08/mexico68_26a.jpg



Milán se construyó un pabellón que representó a México, en el que se exhibieron carteles, símbolos, pictogramas, globos y muestras de los avances en el diseño urbano de los Juegos Olímpicos.

Como hemos estado viendo en estas páginas, el impacto visual, urbano y arquitectónico de México 68 marcó un gran parteaguas en el diseño Mexicano e internacional, el trabajo realizado requirió de muchos talentos, trabajo en equipo, diferentes disciplinas, pero sobre todo de un gran compromiso; la imagen que resultó de la artesanía huichola pudo romper el estereotipo del mexicano detrás del sombrero, los extranjeros se fueron felices de nuestra cultura, se temía que la altura de México dificultara el desempeño de los atletas y al contrario muchas marcas mundiales fueron rotas en ese evento, y aunque difícil más no imposible, sería interesante poder vivir nuevamente otras olimpiadas en México y ver cómo podríamos superar el impacto visual que en ese momento México 68, el diseño en el deporte



Imagen 74: Logotipo tridimensional, recuperado de:
http://moisesmansur.files.wordpress.com/2012/08/mexico68_05.jpg



Características generales

Nombre del proyecto	Olimpiadas México 1968
Localización	Ciudad de México en su mayoría, Guerrero, Puebla, Querétaro y Guadalajara
Características del lugar	El país, en específico la Ciudad de México no tenían la suficiente infraestructura para albergar a tantos atletas y visitantes
Responsables de la obra	Presidente: Gustavo Díaz Ordaz Arquitecto responsable de la organización: Pedro Ramírez Vázquez Diseño Urbano: Arq. Eduardo Terrazas Diseño del logotipo: Lance Wyman
Espacio urbano	Calles, plazas, estadios, Villa Olímpica, paradas de autobus
Problemática general	Falta de instalaciones apropiadas para la cantidad de gente que un evento de ese estilo. Problemas de índole social y político a nivel nacional e internacional.
Objetivo del proyecto	Movimiento deportivo de nivel internacional: Olimpiadas. Movimiento cultural para complementar el movimiento deportivo Diseñar y construir toda la imagen visual y las instalaciones para los diferentes elementos deportivos
Elementos a diseñar	Imagen corporativa: logotipo, pictogramas y señalización, artículos promocionales, caricatura, carteles, banners, etc. Imagen urbana: estadios, villa olímpica, casetas de información, rutas viales, esculturas, etc. Imagen textil: uniformes de personal, deportistas y voluntarios.



<p>Elementos a considerar</p>	<p>Situación política y social delicada. Espacios deportivos insuficientes para las diferentes disciplinas. Espacios para el descanso de los atletas insuficiente. Flujo de gente, flujo de vehículos. Diferentes actividades deportivas y culturales de manera simultánea.</p>
<p>Sentidos a considerar</p>	<p>Vista: color, textura visual, contraste, forma, repetición, abstracción Tacto: textura táctil, forma, movimiento, volumen</p>
<p>Sensaciones</p>	<p>alegría, emotividad, dinamismo, fuerza, energía, vitalidad, calidez humana, apegamiento a las tradiciones, cercanía, movimiento, hermandad</p>
<p>Textura</p>	<p>Textura táctil natural modificada diseñada con base en la artesanía huichola</p>
<p>Denotación y connotación del color</p>	<p>La base inicial se centra en los aros olímpicos: rojo, azul, amarillo, verde y negro, que a su vez fueron pensados en los tonos que más se repiten en las banderas del mundo. De esa paleta primaria se desprende: del rojo al naranja, del azul al turquesa, del verde bandera al verde limón, además de negro, blanco, gris y de dos tonos rosa. Los tonos agregados se seleccionaron de la inspiración de diferentes artesanías, frutas y trajes típicos mexicanos. Connotativamente el color sobre todo esta reflejando la alegría, la hospitalidad y el folclore mexicano. La paleta de color de éstos juegos ha sido de las más coloridas en la historia de los juegos olímpicos. Se tomaron en cuenta los colores utilizados en los diferentes trajes típicos, el movimiento que se obtiene de ellos en los bailables.</p>



Características especiales

Proyecto propuesto	Diseño de Identidad visual y arquitectónica
División del proyecto	Espacios deportivos, culturales, informativos, escultóricos. Palacio de los Deportes, Pista Olímpica de remo y canotaje, Velódromo Olímpico Agustín Melgar, Sala de Armas, Alberca Olímpica Francisco Márquez, Polígono Olímpico de Tiro, Gimnasio Olímpico Juan de la Barrera, además de los espacios que fueron acondicionados
Material utilizado	Dependió del espacio a construir, pero es en México 68 en donde se comienza a utilizar el tartán en pistas de atletismo. Para el Estadio Olímpico se aprovechó la base de mampostería de roca volcánica y concreto
Objetos colocados	Una serie de esculturas diseñadas por diferentes artistas internacionales, casetas de información, grandes logotipos, pendones, grandes Judas representando cada deporte, ilustraciones fuera de las sedes, mapas informativos
Señalización	Diseñada mediante abstracciones de cada deporte, lo que las diferenció de los pictogramas que se habían utilizado hasta ese momento en juegos olímpicos.



2.3.1.4. Corazoles, una campaña de corazón

El Grupo Voluntario Mexicano Alemán A.C. con motivo de su vigésimo aniversario y para seguir apoyando a los niños decide organizar una 1a. Gran Campaña Estatal de Unidad y Responsabilidad social, para la que convoca a diferentes instancias para realizar una campaña financiera en la que participaran diferentes artistas, diseñadores y público interesado, las ganancias fueron para el hogar infantil Casa del Sol.

Para la campaña se tomaron en cuenta otros ejemplos de arte urbano como el Cow Parade que ha estado en diferentes ciudades, Lion Parade de Múnich, los Osos del United Buddy Bears en Berlín y el Elefant Parade de Londres; la campaña altruista llamada “Corazoles en Puebla” se planea para comenzar en la Ciudad de Puebla, pero se pretendía que visitara diferentes ciudades.

El comité partió del concepto Corazón y tomando en cuenta Casa Sol que dió lugar a la palabra Corazol, con la que se emprendió la campaña social en la se diseñaron 140 esculturas



Imagen 75: Corazoles 1, recuperado de:
<http://www.andares.mx/images/quehay/corazoles2.jpg>



hechas en forma de corazón, 70 piezas grandes y 70 a escala, además de una serie de joyería que complementara la campaña.

Los corazoles fueron diseñados con diferentes temas artísticos y se colocaron principalmente en el Complejo Cultural Universitario BUAP; el diseño del Corazol fue realizado por el maestro Pepe Lazcarro Toquero; los corazoles fueron supervisados en todo momento para que el trabajo realizado en cada uno de los corazoles fuera diferente a los demás.



Imagen 76: Corazoles 2, recuperado de: <http://www.andares.mx/quehay/corazoles.html>



Imagen 77: Corazoles 3 Sodi Pastrana, recuperado de: http://2.bp.blogspot.com/-A_VfQIBN3vE/T-p_u_nd9m1/AAAAAAAAANc/ZsguaGz-dJQ/s1600/SoidPastrana%5B1%5D.jpg

Su composición consistió en una estructura interior que fungía como peso muerto, lo que permitía asentarlos e inmovilizarlos en las diferentes superficies en donde fueran colocados, teniendo unas medidas de 1.50 m de alto por 1.50 m de ancho y pesando aproximadamente 25 kg, al final fueron recubiertos por una laca automotiva con lo que se garantizaba su durabilidad y brillantez.

Para la selección de los diseñadores fue necesario que éstos cedieran sus derechos a favor de Casa Sol, mandar fotografías de su obra y del proceso del diseño y elaboración del corazol, la ficha técnica de



la obra, nombre de la pieza y el racional creativo de su pieza, aceptar que su pieza pudiera ser reproducida en diferentes artículos promocionales, poder ser expuestas en otras exhibiciones, entre otros.

Los corazoles debían diseñarse para estar a la intemperie y podían tener una empresa patrocinadora, pero se solicitaba que no tuviera temas relacionadas con violencia, sexo, bebidas o tabaco.

En Puebla hemos visto en nuestras calles muestras de éste estilo, como lo fueron las



Imagen 78: Corazoles 4 José Bayro, recuperado de: <http://www.corazolesenpuebla.com/artistas.php?selection=artistas>



Imagen 79: Corazoles 5 Paz Cohen, recuperado de: <http://www.corazolesenpuebla.com/artistas.php?selection=artistas>

Manzanas y Platos de Talavera colocados en la Avenida Juárez y que de la misma forma tenían distintos patrocinadores y que fueron diseñados con motivos acerca de la empresa que le daba hogar; campañas de tipo BTL como las de Nescafé en el Zócalo, así como otras esculturas más, a diferencia del Distrito Federa, en donde se han expuesto, como ya mencionamos el Cow Parade, Diálogo de bancas en el Paseo Reforma, Alebrijes y una exposición más completa de Despierta a la vida patrocinada por Nescafé, entre otras.



El espacio en la Ciudad de Puebla no puede representar una limitante, ya que existen diferentes avenidas, camellones y plazas que podrían dar cabida no nada más a un ejercicio de índole artístico, sino a uno en donde se pueda intervenir el espacio ya sea utilizando algún elemento que haya quedado colocado ahí por el paso del tiempo, casualidad o estudio, y que para conveniencia del presente trabajo las calles se tomarán lienzos para ser intervenidas.



Imagen 80: Corazoles 6 Mario Benedetti, recuperado de: <http://www.corazolesenpuebla.com/artistas.php?selection=artistas>



Imagen 81: Corazoles 7 Eugenia Marcos, recuperado de: <http://www.corazolesenpuebla.com/artistas.php?selection=artistas>



Corazoles
en Puebla

Características generales

Nombre del proyecto	Corazoles, una campaña de corazón
Localización	Diversos lugares de la Ciudad de Puebla: Complejo Cultural Universitario, El Triángulo, Vía San Ángel
Características del lugar	Plazas con espacios amplios para la colocación de diferentes stands comerciales y exposiciones
Responsables de la obra	El diseño de la pieza fue del artista Pepe Lazcarro, de ahí diferentes artistas y diseñadores dieron características propias a las piezas
Espacio urbano	Plazas
Problemática general	Galería urbana que podía ser exhibida en espacios abiertos y cerrados
Objetivo del proyecto	Campaña para la recolección de donativos que serían empleados en la Casa del Sol



Corazoles
en Puebla




Características sensoriales

Elementos a considerar	Peso, altura y material de la pieza. Al finalizar serían recubiertas por una laca automotiva Cada corazol debía ser supervisado para evitar temas similares entre ellas.
Sentidos a considerar	Vista: color, textura visual, volumen Tacto: textura táctil, forma, movimiento.
Sensaciones	Dependía del autor y del patrocinador, los temas eran libres, por lo que cada pieza reflejaba un sentir propio
Textura	En algunos casos las piezas eran lisas, en otras se ocupó textura táctil
Denotación y connotación del color	Cada pieza tiene su propio lenguaje

Características espaciales

Proyecto propuesto	Intervención del espacio urbano: Corazoles
División del proyecto: Ambientes	Diseño del artista Diseño del patrocinador
Material utilizado	Fibra de vidrio. Se hicieron reproducciones para joyería del diseño original
Objetos colocados	Esculturas en forma de corazón abstracto



Nombre del proyecto			
Ubicación del proyecto	Suiza	Suiza	Suiza
Ejemplo tipo	Internacional	Nacional	Local
Proyección	Local	Internacional	Local
Adaptación al entorno	Sí	Sí	No
Interacción del usuario con el proyecto	Sí	Sí	No
Propuesta de materiales	Sí	Sí	No
Color	Rojo y blanco	Paleta variada	Paleta variada
Señalización	Sí	Sí	No
Iluminación	Sí	Sí	No
Definición de espacios	Sí	Sí	No
Lenguaje visual	Sí	Sí	Sí



2.4. Conclusiones

Constantemente somos bombardeados por cientos de imágenes estas se van superponiendo sobre otras más, sobre estructuras que conforman espacios y espacios que a su vez forman la ciudad, aumentamos sensaciones, olores y entramados texturizados, y con esto logramos complementarnos con nuestro entorno.

Lecturas diferentes se pueden ir armando de toda esta miscelánea de formas e imágenes, una síntesis que en muchos casos debería ser unívoca se convierte en un gran abanico de posibilidades, esta información si es precisa comunica su objetivo, y muy en específico cuando nos encontramos con un diseño más lúdico en donde los propósitos, los fines, los medios y los usuarios pueden jugar papeles diferentes en cada una de las experiencias que tenga con éste.

Hemos hablado de 3 casos en el capítulo presente, sin embargo a nuestro alrededor existen grandes obras que van resaltando por su ejecución, impacto, materiales, originalidad, movimiento, en muchos casos porque supieron aprovechar la circunstancia, el tiempo o los fragmentos de “algo” que despertaron una chispa de genialidad para lograr impactar al transeúte, para hacerle su andar más ligero, recordarle el camino que debía seguir o una nueva vereda que debía explorar, tal vez una promesa para regresar con más calma. La perspectiva tanto física como el tipo de pensamiento que traiga en ese momento el usuario complementarán el diseño, harán que cobre vida, que finalmente el diseño logre su cometido.

El discurso existe cuando existe una lectura de los elementos propuestos, la lectura de las imágenes se activan simultáneamente en cada uno de los espectadores, el entorno podrá influir en su estado, podrá de igual manera pasar desapercibido dependiendo del estado de ánimo; metáforas pueden estar contenidas en la historia propia del lugar, por lo que es importante considerar el poder



de la interpretación, los lugares que nos abran espacios a la interpretación, y que en muchos casos hasta podrán afectar nuestro hábitos.

Con esto podemos decir que los cambios que ha sufrido el espacio urbano, la creciente tecnología y el gran poder persuasivo de las palabras y las imágenes pueden lograr que estos grandes proyectos, el lograr impactar, el poder comunicar.

Hemos estado hablando de qué elementos componen la ciudad, del poder de la retórica y del lenguaje visual, ahora el reto será el conjuntarlos en un proyecto que logre sembrar esa semilla, el lienzo está colocado, es momento de diseñar.



Bibliografía

(2007) Arquitectura del paisaje: mobiliario urbano. Ed. Monsa

(2008) Diseñando México 68: una identidad olímpica. México: Ed. Landuci

(2014) Habla ciudad. México: Ed. Arquine

Acaso, María. (2006). El lenguaje visual. Barcelona: Ed.Paidós.

Bazant, Jan (2011) Manual de diseño urbano. México: Ed Trillas.

Beristáin, Helena (2004). Retórica y poética. México: Ed. Porrúa

Costa, Joan. (1989). Señalética. Barcelona: Ed.Enciclopedia del diseño.

Costa, Joan. (1998). La esquemática. Barcelona: Ed.Paidós.

Costa, Joan. (2003). Diseñar para los ojos. Bolivia: Ed.Design.

Frascara, Jorge. (2000). Diseño gráfico para la gente. Buenos Aires: Ed. Infinito.

Frascara, Jorge. (2006). El diseño de comunicación. Buenos Aires: Ed. Infinito.

Heskett, Jonh (2005). El diseño en la vida cotidiana. Barcelona: Ed. GG.

Poch, Arcadi. Poch, Daniela. (2013). Creativity. Barcelona: Ed. Lemo.

Press, Mike. Cooper, Rachel (2007) El diseño como experiencia. Barcelona: GG

Regalado Baeza, María Eugenia. (2007). Lectura de imágenes. Elementos para la alfabetización visual. México: Ed.Plaza y Valdés.

Troconi, Giovanni (2010) Diseño gráfico en México 100 años. México: Ed. Artes de México y Universidad Autónoma Metropolitana



3

De los análisis a la propuesta:
los susurros de las calles.



“El diseño es el pensamiento hecho visual.”

Saul Bass

3. De los análisis a la propuesta: los susurros de las calles.

Dado el objetivo general de este capítulo que es el de conjuntar los elementos estudiados en el primer y segundo capítulo, en el presente construye la propuesta teórica para producir, lo que es un susurro y cómo éste se puede plasmar para impactar a cada uno de ellos, haciendo mayor énfasis en el visual que ha sido el objetivo de este proyecto.

La Real Academia Española define al Susurro como un ruido suave y remiso que resulta de hablar quedo; como un ruido suave y remiso que naturalmente hacen algunas cosas; este sonido de poca intensidad puede tener diferentes significados, el de generar un ambiente de confianza, que se da cuando se baja la voz y se confiesa algo a corta distancia, cuando se desea crear un espacio de intimidad o cuando no se desea interrumpir un momento pero se debe decir algo con exactitud. Los susurros no son sólo atribuidos a momentos de alegría, confianza, ternura o pasión, pueden ser también parte de una escena de terror en donde el viento pueda soplar en la nuca de una persona dejando una estela helada, se escuchen los lamentos de fantasmas, cadenas, gritos ahogados, pasos a distancia; o en la naturaleza en las olas del mar, el viento a través de los árboles, el sonido de ciertos animales, el crepitar de las hojas al caminar o las voces repetidas por el eco.

Estos susurros entran a través de los oídos, pero su impacto va más allá de sólo un mensaje que de voz, el estímulo verbal afecta el sentido del tacto, teniendo diferentes reacciones que van desde el agudizar el sentido del oído para poder entender las palabras que han sido pronunciadas, la piel se eriza, existe un cosquilleo que viaja a través del cuello, se puede llegar a ladear el cuello, sonreír, voltear o ponerse alerta, entre otros efectos, todos estos propios del tacto, pero también



Gráfica 8: El susurro a través de los sentidos

puede pasar que un susurro pueda venir acompañado de olores y que estos nos transmitan a eventos específicos del pasado, que nos recuerden a personas, lugares, momentos; en muchos de los casos que estos susurros puedan evocar hasta recordad sabores, que el estímulo entre por la nariz y nos invada una oleada de olores a comida que logre tentar las glándulas gustativas de tal forma que se nos antoje o nos repugne lo que estamos percibiendo.

De esta manera cada uno de los sentidos puede ser alterado por algo apenas perceptible como un susurro, y este a su vez puede afectar a los diferentes sentidos que una persona posee.



3.1. Los susurros en las calles: los sentidos que lo engloban y las formas de representarlos.

Con respecto al tema del presente proyecto, el susurro deberá sobre todo envolver al sentido de la vista, pero sin embargo el mensaje puede permitirse llegar a afectar no solo a los ojos, sino a



Gráfica 9: Los 5 sentidos



través de la memoria e imaginación, además de los estímulos propios del color, la textura y la forma, llegar a impactar al resto de sentidos.



Imagen 82. Intervenciones en el espacio público, recuperado de: http://www.plataformaurbana.cl/wp-content/uploads/2012/08/1343915695_curo_garden_3___stefanie_de_clercq-528x351.jpg

A través del tacto percibimos la mayoría de las sensaciones a través de los receptores, corpúsculos, que se encuentran encerrados en cápsulas de tejido conjuntivo y distribuidos entre las distintas capas de la piel.

El tacto es más eficaz cuando se combina con el resto de los sentidos, éste puede ser reforzado utilizando textura, además de que el tacto no sólo corresponde a los receptores que tenemos en las manos, la piel en general tiene la capacidad de percibir todo lo que entra en contacto con ella.

En cuanto al tipo de texturas que pueden ser utilizadas para los propósitos de la campaña Wong (1991:83) las divide en:

Texturas visuales: Captadas por el sentido de la vista que tiene la característica de provocar



sensaciones táctiles, esta es una textura bidimensional.

- Textura decorativa: Decora una superficie, quedando subordinada a la figura y si esta es removida del objeto, no afecta al diseño.
- Textura espontánea: Tanto la figura como la textura no se pueden separar, forman parte una de la otra, las marcas de la textura son al mismo tiempo la figura.
- Textura mecánica: Es el tipo de textura que se obtiene por medios mecánicos especiales como los fotográficos o de impresión, ésta depende del granulado o la retícula, en cuyo caso la textura no está necesariamente subordinada a la figura.

Texturas táctiles: Son aquellas que además de ser percibidas con la vista, pueden también sentirse a través del tacto.

- Textura natural: el material se mantiene intacto sin modificación alguna, en este caso no se oculta la naturaleza del material, por el contrario se aprovecha al máximo.
- Textura natural modificada: el material se altera por diversos métodos, según sea su propósito.
- Textura organizada: los materiales son divididos en pequeños trozos, los cuales pueden ser utilizados presentando su textura natural o modificada para después formar con ellos una gran unidad.

Los ojos son testigos más exactos que los oídos.

Heráclito



Imagen 83. Flores en el ático, Andrea Acosta, recuperado de: <http://www.floresenelatico.es/imagenes/reverso8.jpg>



El sentido de la vista permite identificar nuestro entorno de una manera gráfica, informa del tamaño, luminosidad, volumen, color y forma de lo que nos rodea, de lo que se encuentra en nuestro campo de visión.

Es a través de los ojos que sabemos con precisión a qué distancia se encuentran los objetos, los receptores de los ojos son sensibles a determinados colores, por lo que que podemos también mediante ellos, visualizar imágenes que no se encuentren ahí.

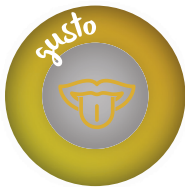


Imagen 84. Tostador gigante, recuperado de: http://www.laslentejas.com/wp-content/uploads/2011/01/marquesina_tostador.jpg

El sentido del gusto nos permite registrar el sabor e identificar ciertas sustancias en la saliva. El aparato receptor del gusto esta compuesto por la boca, las glándulas gustativas, la lengua y el paladar.

Las papilas gustativas nos permiten identificar sabores, la lengua los tiene localizados en



diferentes posiciones, de esta manera los sabores amargos son percibidos en la parte superior, los ácidos en los laterales, los salados en la zona baja y en la punta de la lengua los dulces; esto a su vez acompañado la saliva que con las sustancias químicas que contienen los diferentes alimentos se logra que los receptores de las glándulas puedan ser reconocidos. Además de las glándulas gustativas se encuentran las cónicas, receptores táctiles que permiten captar la temperatura.



Imagen 85. Café caliente, recuperado de:
http://4.bp.blogspot.com/_76OPMBZVs6s/SvhnukoTA7I/AAAAAAAAAQ4/vIU9OXY7NAY/s1600-h/mk+guatemala.jpg

Al igual que el resto de los sentidos, el trabajo en conjunto de ellos permiten que nuestra percepción acerca de los objetos sea apreciada de manera específica, pero en el caso del sentido del olfato y del gusto el trabajo colaborativo es mayor, es a través de las células sensoriales que se ubican en la boca, la garganta y la nariz que apreciamos con mayor claridad los olores, esta información es interpretada por el cerebro y decodificada, de manera que identificar con claridad lo que estamos saboreando.

Permite percibir los olores que nos ayudan a identificar los cuerpos, los objetos, las sustancias y demás elementos que nos rodean.



Las fosas nasales se dividen en dos partes: la anterior cubierta por la membrana epitelio olfativa y la posterior que se encuentra recubierta por la mucosa nasal, que son los encargados de captar los olores.

Una persona puede distinguir entre dos mil a cuatro mil olores distintos, pero aunque la cifra es muy alta, hay varios mamíferos que la superan.

El olfato tiende a acostumbrarse rápidamente a un olor, pero éstos pueden ser cambiados por algún otro predominante, sin la ayuda de la nariz, no podríamos distinguir entre alimentos que tienen texturas similares.



Nos permite percibir los sonidos, su volumen, tono, timbre y la dirección de la cuál provienen; su órgano receptor es la oreja que se divide en oído externo, oído medio y oído interno.

Es a través de vibraciones que logramos recibir los sonidos, esta información es recibida y decodificada por el cerebro

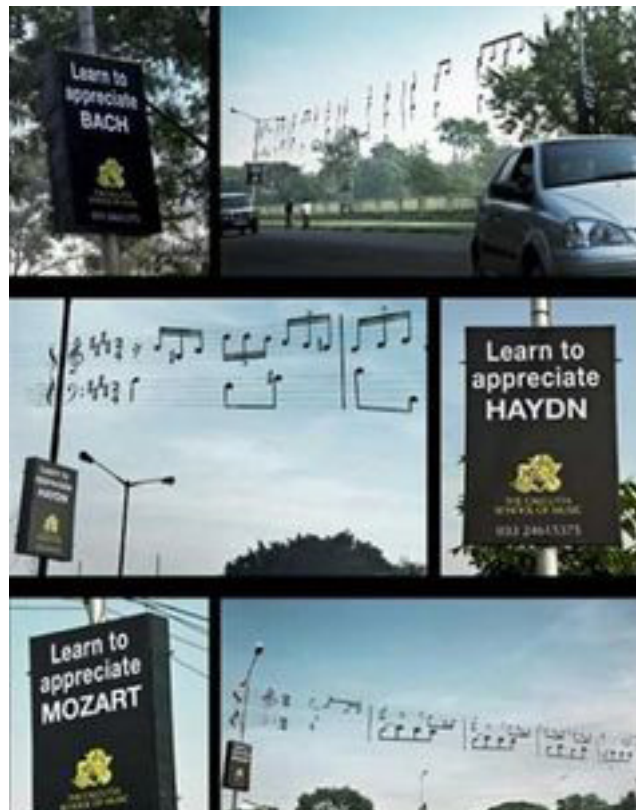


Imagen 86. Aprende a apreciar la música clásica, recuperado de: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/4b/24/63/4b2463cb2bf9e4a73fa7722d02b96822.jpg>



3.2. La interacción de los sentidos en las instalaciones efímeras.

¿Cómo es que nuestros sentidos nos permiten apreciar los detalles que nos rodean? ¿Cómo es que cada persona disfruta las experiencias sensoriales del paisaje urbano? ¿Cuáles son los elementos que más llaman la atención y cuáles son los que pasan desapercibidos? La percepción de cada persona puede tener similitudes por las características propias de los sentidos, diferencias por la deficiencia que cada persona pueda tener, ya sea por la edad o por su organismo, pero sin embargo, la manera en que cada usuario interprete su medio ambiente puede variar dependiendo de la edad, sexo, nivel socioeconómico, cultural, en cómo se sienta ese día, incluso si lleva prisa o tiene más tiempo, si seleccionó una ruta conocida o erró el camino.

Un ejercicio visual debe considerar estos y más factores para que el mensaje sea percibido de forma con el que éste fue planeado, sin importar que existan otros factores que puedan obstaculizar esta comunicación.

La forma en que se ha experimentado en la ciudad con la luz, el color, la forma, los sonidos, los olores, las texturas, varía con las condiciones propias del horario por el que circulamos, la iluminación artificial o natural dan efectos de sombras diferentes, anexando también factores tecnológicos.



Imagen 86. Aprende a apreciar la música clásica, recuperado de: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/4b/24/63/4b2463cb2bf9e4a73fa7722d02b96822.jpg>

El camino empleado para provocar sensaciones se da tanto por el uso de estímulos como por conocimientos que pueden ser evocados por experiencias pasadas, por generar un elemento sorpresa o

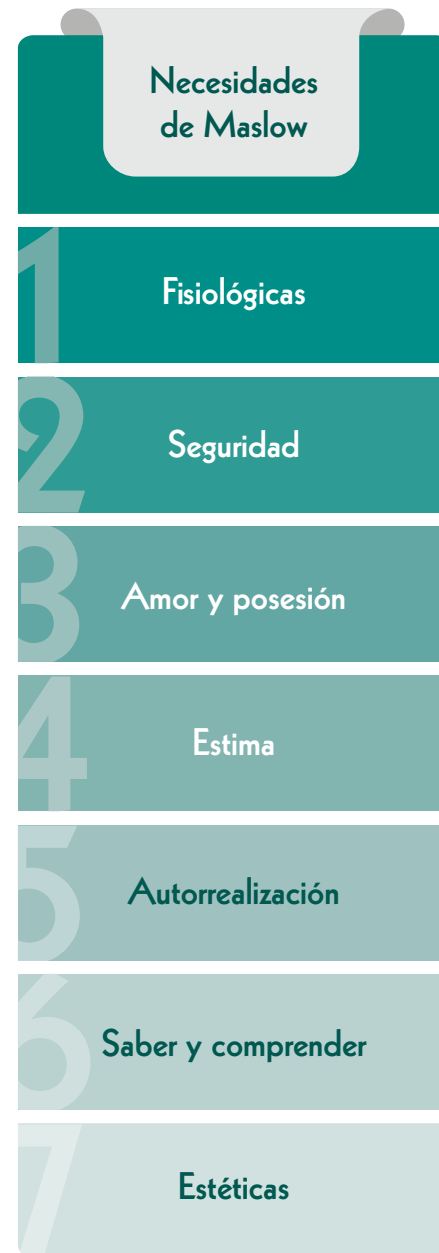


la combinación de estos. La persona, ante los estímulos que lo rodean, tanto en su entorno como en la rutina cotidiana, posee diferentes mecanismos de reacción que varían de acuerdo a sus deseos o a elementos latentes. Los mecanismos de reacción se deben a respuestas que pueden ser producidos de manera consciente, subconsciente o inconsciente. Para poder hacer que los sentidos reaccionen ante estos mecanismos se debe realizar una investigación de los estímulos que pueden ocasionar así como las relaciones que estos pueden tener directamente con las personas.

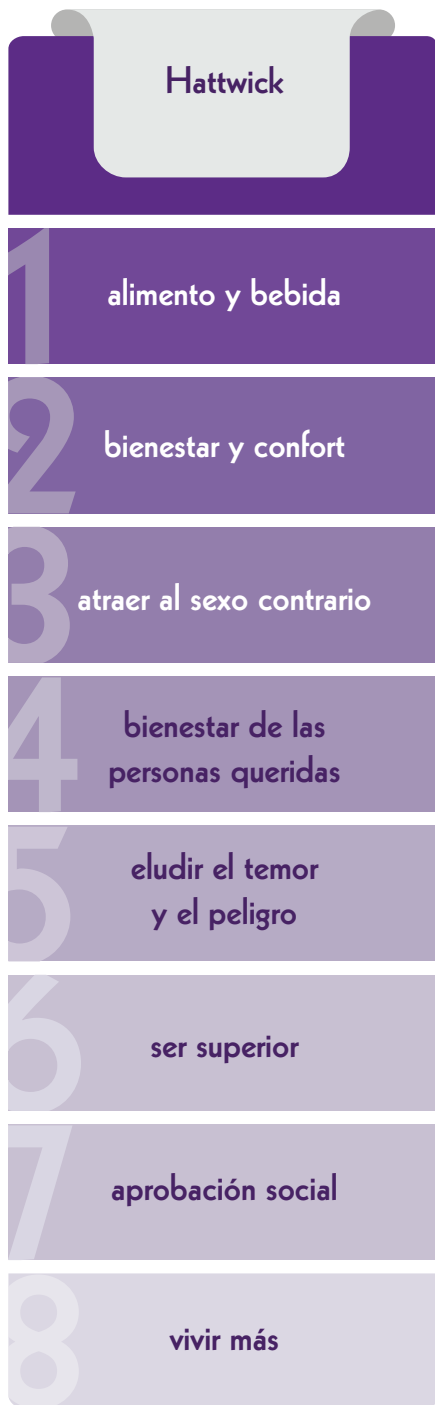
Para poder entender cómo es que reaccionarían los sentidos ante estos estímulos partamos de la Escala de necesidades que Maslow propone y con base en ella seleccionar cuál es la que tendría más impacto en el propósito del ejercicio de los susurros de la calle.

Maslow realiza esta teoría para jerarquizar las necesidades humanas, definiendo que en cuanto satisfacemos las necesidades básicas, poco a poco desarrollamos necesidades y deseos más elevados. Aunque es una teoría que se estudia en psicología, la mercadotecnia, publicidad, comunicación, entre otras, la utilizan para poder llegar a penetrar en la mente del usuario al promoverle diferentes artículos.

Las necesidades que afectan a los sentidos directamente y con los que se podrá trabajar en el proyecto son:



Gráfica 10: Escala de necesidades de Maslow



Gráfica 11: Motivos de compra Hattwick

Necesidades fisiológicas:

El Tacto: mantener temperatura corporal: ambientes cálidos

Necesidades de seguridad:

Tacto, auditiva y visual: ambientes que reflejen seguridad y protección

Necesidades de amor y posesión

5 sentidos: ambientes que motiven a la convivencia social.

Necesidades de estima:

Tacto, visual y auditivo: ambientes que reflejen seguridad y dominio del entorno

Necesidades de autorrealización:

Tacto, visual y auditivo: ambientes que reflejen seguridad y dominio del entorno

Necesidades de saber y comprender:

Tacto, visual y auditivo: ambientes que reflejen seguridad y dominio del entorno, pueden ser lúdicos o educativos

Necesidades estéticas:

5 sentidos: ambientes que jueguen con la realidad y la fantasía, lo objetivo y lo subjetivo, el juego, la belleza, la fealdad, etc.

Hattwick retoma esta escala para dar una interpretación hacia los motivos por los cuáles una persona

puede tener un motivo de compra y que son : alimento y bebida; bienestar y confort; atraer al sexo contrario; bienestar de las personas queridas; eludir el temor y el peligro; ser superior; aprobación social; y vivir más. De los que retomando para efectos del proyecto se podrán destacar que de



manera visual se pueden reforzar a través de diferentes elementos sobre todo el sentirse protegidos y bienestar y confort.

De la misma manera que se toman en cuenta las necesidades que la persona tiene para conseguir cubrir sus necesidades, tomaremos en cuenta que la comunicación tiene un impacto mayor que muchas acciones, las estrategias de esta, no sólo deben insertarse en un impacto global, sino atacar diferentes puntos para lograr la pregnancia, en éste caso, abarcar varios sentidos para lograrlo.

La visión de la comunicación contribuye a definirla, permite su realización y la controla, pero si el mensaje se da de manera equivocada puede abrir caminos que no estaban planeados y lograr que exista una pérdida de información o se olvide de los puntos esenciales de esta.

Costa (199:127) menciona una triple condición en la comunicación “que es proyectual, vectorial e instrumental”. La comunicación proyectual se refiere a la los conceptos, a las estrategias y a la creatividad; Vectorial porque define y proyecta la acción, la impulsa y conduce; y finalmente Instrumental que genera significados y valores, facilita y utiliza las herramientas para realizar, difundir y controlar el mensaje.

Una acción se realiza, tiene una dirección, genera un impacto local y efímero, una acción tiene un momento, desaparece, solo



Imagen 89. ¿Sabes dónde estás parado? Muro de Berlín - Puerta de Brandenburgo, recuperado de: <http://adictamente.blogspot.mx/2013/04/sabes-donde-estas-parado-uniendo-e-l.html>



es temporal, pero un elemento de comunicación posee un significado, información, valores, difusión, tiene un destino específico, se extiende a diferentes lugares y personas; la comunicación extiende a las acciones, las propaga, da un sentido, dota de dimensión, y cuando esta se complementa de los sentidos se convierte en un mensaje ubicuo y convincente.

La comunicación adquiere un significado cuando transporta información y esta adquiere argumentos y opiniones; y aunque pueda ser visual o verbal, si existe una combinación entre los diferentes sentidos, esta se filtra, se interpreta a niveles subjetivos y se torna en objetiva; las personas la hacen suya, la experiencia es individual y se vuelca en colectiva.

3.3. Los estímulos compuestos: memoria e imaginación como refuerzo.

Josep Campbell escribió “Lo que busca la gente no es el significado de la vida, sino la experiencia de estar vivo” (83:200), ¿Cuál es el significado de éste enunciado? ¿qué se necesita para participar en la ésta experiencia manipulando el entorno a través del lenguaje visual y más aún en el tema de estudio? El espacio urbano tiene la capacidad de guardar recuerdos, expresar movimiento, incitar a la imaginación. En su estructura las calles, a través de cañerías, alcantarillas, iluminación, banquetas, pasos peatonales, cuadras de edificaciones, parques, jardines, lotes y un sin fin de aventuras visuales que podemos ir recorriendo y descubriendo. Elementos artificiales que nutren el espacio generando exteriores atmosféricos, lugares que pueden ser crudos y fríos como lápidas, pero que al mismo tiempo generan rupturas, abren sus límites a nuevas formas y funciones, usos que no obstaculizan que la memoria obstaculice este cambio.

Los cambios en estos paradigmas escenográficos, se descubren de manera abrupta cuando el impacto del diseño estuvo bien planeado, o quedan simplemente como un vago recuerdo cuando no cumplió fin alguno.



La memoria nos permite que éstas actividades cotidianas, pasionales, neutras, ricas en energía, con una gran necesidad de sobrevivir, el elemento que nos permite continuar interesado en el recorrido o simplemente dejarlo a un lado, el efecto sorpresa que nos permite encontrar algo que no se conocía, que se había dejado de lado.



Imagen 89. ¿Sabes dónde estás parado? Muro de Berlín - Puerta de Brandenburgo, recuperado de: <http://adictamente.blogspot.mx/2013/04/sabes-donde-estas-parado-uniendo-el.html>

La memoria se define como: La facultad psicológica por medio de la cual se retienen las ideas adquiridas y se recuerde lo pasado (Enciclonet, 2015). La memoria que no sólo nos permite recordar, sino olvidar también. Nos da la oportunidad de encontrar en los lugares ambigüedades espaciales y temporales que logren desencadenar ilusiones y fantasías, memoria y fantasía que como habitantes del espacio nos haga generar, desde nuestra perspectiva, proporciones del espacio, del tiempo, que tomemos posesión de nuestra realidad, que nos motive a tomar acciones acerca del entorno, dibujemos en nuestro espacio elementos que son familiares, que podamos recordar, percibir y mantener; memoria que este impregnada de recuerdos, que nos de la capacidad de retener indicaciones mediante signos, imágenes. Datos que nutran nuestra memoria y que desplazan a la conciencia inmediata.



No hay percepciones que no estén cargadas de recuerdos, muchas veces estos recuerdos nublan el entendimiento de los espacios reales, espacios que nos exigen circular con nuestra propia creatividad.

Esta memoria del espacio dotado de grandes destellos, nos permite entrar en un estado inventivo, diseñar nuestro propia estadía, inmiscuirnos a un relato de ficción. Los mitos son eventos que el hombre ha impuesto a lo largo de los años, transmitidos a nuestra colección de conocimientos a través de leyendas, que se han nutrido por la misma sociedad, circunstancias que las han ido forjando; pero que al mismo tiempo se van nutriendo de la imaginación del usuario. Ésta ficción provoca en la gente que tenga un sentido de pertenencia, que se encuentre con el tiempo con el que esta viviendo. Lo transforma y le permite tener recuerdos de lo que fue, de la evolución de la que ha sido testigo, de lo que será.

La memoria podría tener una división básica: memoria para reconocer y memoria para recordar. Es mucho más fácil reconocer las cosas con las que hemos trabajado con anterioridad que recordarlas. Las razones de que nuestro cerebro trabaje de esta manera es porque reconocer proporciona a nuestra mente datos que facilitan a su búsqueda, como es el caso de los recursos nemotécnicos, cuando asociamos palabras, acciones o imágenes a un evento o conocimiento en específico del que debemos aprender.

La memoria del reconocimiento se obtiene cuando somos expuestos a un contexto o a un evento, apoyando a este evento con sonidos, imágenes, olores, texturas. Para el caso de la memoria del recuerdo se necesita memorizar, practicar y aplicar.

De la misma manera, utilizando el efecto de exposición, que Lidwell et al aseguran “la



Imagen 90. Pasos peatonales, recuperado de:
<http://www.paissano.com/wp-content/uploads/2014/12/pasos-cebra-pintados-advertencia-peatonales.jpg>.

exposición repetida a estímulos hacia los cuales se tienen sentimientos neutros aumenta el atractivo de dichos estímulos” (70:2009) efecto que se enfatiza cuando la exposición se complementa del uso de los sentidos a través de la música, la pintura, el dibujo, la imagen, la relación con las personas y la publicidad.

Respecto al condicionamiento operante Lidwell et al mencionan que se emplea para modificar el comportamiento al reforzar actos deseados e ignorar o castigar los actos no deseados (144:2009), y puede ser ocupado para que un peatón obedezca señales de tránsito, ocupe las líneas peatonales o tome el camión en donde deba, o al contrario, para permitirle que realice sus propias exploraciones y obtenga ventaja de ellas.

Un gran paradigma de la memoria del espacio se ha tenido considerando al lugar como



un gran receptáculo de objetos y acciones, que sólo es posible ocupar y desocupar llenado el vacío; elementos cambiantes de lugar, sin embargo éste se ha visto afectado por el tiempo, interactuando con la relación que la memoria tiene con la imaginación.



Imagen 91. Imaginación, creatividad e innovación, recuperado de: http://media.tumblr.com/tumblr_ma3da8hofC1qkk6zk.jpg

La definición de Imaginación es la facultad para representar en la mente imágenes de cosas reales o ideales; es la fantasía o facultar para inventar; la capacidad para idear soluciones a problemas teóricos o prácticos; y finalmente la memoria o recuerdo de una persona. (Enciclonet, 2015)

Los acontecimientos que han sucedido, la manera en que son relatados y en cómo nosotros los asimilamos , la manera en que estamos encadenados al antes y al después, pensamos que lo que ha sucedido no puede alterarse y que estamos encadenados a esta realidad.

No podemos modificar el ayer, tratamos de controlar el mañana y sabemos el impacto que este tendrá en el futuro, pero en el caso de la imaginación, ésta se convierte en un escape, la línea que se sigue en el espacio y el tiempo se transforma, los sueños, como parte de la imaginación, como esta reinterpretación de la realidad con la ficción que se dan en un estado en específico cuando la mente mezcla estas realidades y las transforma en ideas que pueden configurar el espacio y el tiempo de manera diferente, dotar a las imágenes visuales de posibilidades que en la realidad no podrían solas funcionar.

Este tipo de sueño, no es en el que caemos cuando nos encontramos en un estado de



vigilia, es más bien el mundo de imágenes creadas a través de la imaginación, de una realidad que no es imposible, que brotan del estudio, de la memoria y del pensamiento creativo. Son imágenes estructuradas, collage de posibilidades bañadas en fantasía, sugieren realidad, ideas, estética; producen que la persona entre en un mundo en donde el exterior e interior se fusionen, permiten que el usuario retenga la realidad y la imaginación y la transforme en su entorno, que haga suyo ese espacio por el que esta caminando; el placer y contenido en lenguaje visual, el susurro se ha adueñado de él. No se trata de un estado de traslación física, sino de un entendimiento de la realidad con la mente; es cuando la ruptura de lo cotidiano se torna instantánea y el entorno se apodera del visitante.

Las imágenes deberán servir como prototipos para manipular las acciones; que aunque sólo sean reflejadas por al superficie de los materiales en las que son plasmadas, éstas permitan visualizar nexos entre los objetos que antes no eran percibidos. Las imágenes serán no sólo el objeto, sino el estado del objeto.



Imagen 92. Aparca bicicletas, recuperado de:
<https://cronoramia.files.wordpress.com/2010/09/aparcabiciscoche.jpg>



3.3.1. El espacio lúdico y la imaginación.

Ching (2005:148) define al ambiente como un conjunto de circunstancias, carácter o atmósfera de un lugar o medio. En éste caso el ambiente puede ser catalogado como algo agradable o desagradable, en el sentido de que resulte placentero o no estar en el y en como se puede reformar para que resulte positiva la impresión que se tenga de esta.

Lúdico se define como lo perteneciente o relativo al juego (Enciclonet, 2015). Realizando una combinación de los dos términos un ambiente lúdico es aquel en el que se pueden desarrollar diferentes actividades en un espacio que propicie una buena experiencia.

En el espacio lúdico es un ambiente abierto a la libre expresión, la memoria y la imaginación se combinan para poder realizar producciones culturales, artísticas, recreativas, deportivas, políticas entre otras, en las que los intereses pueden variar dependiendo de la persona. Es precisamente con el usuario con el que su libertad de pensamiento le da esa función única a éste espacio. Cada vivencia genera discursos diferentes que se van nutriendo con cada nuevo descubrimiento o incluso con el aburrimiento que se puede generar en el andar cotidiano.

Conforme el espacio lúdico se va materializando en la persona, la propuesta se instala en la mente y el cuerpo de él y comienza ahora el juego de la imaginación y la memoria, el generar diferentes escenarios con los cuales se puede visualizar el espacio de manera diversa. La innovación y la creatividad como búsqueda incesante de panoramas nuevos, de esperanza al cambio, de la anticipación de posibilidades positivas o incluso negativas son descubiertos. Incluso el pensar que lo lúdico puede llegar a demeritar el rendimiento laboral o escolar es una posible respuesta hacia estos espacios.



La imaginería tiene dos significados, la primera esta relacionada con el arte de tallar o pintar imágenes de índole religioso; la segunda se relaciona con la literatura, en donde la referencia directa es hacia el lenguaje descriptivo en donde se crean imágenes mentales utilizando frases y envolviendo a los sentidos de tal manera que se puedan afectar a las emociones.

Considerando una figura retórica como lo es la onomatopeya utilizando la combinación de los sentidos de la vista y el oído pensemos en la representación de un sonido conocido como un estallido, ese boom, bang, blam o un pop se podrían representar como una serie de nubes de tonos grises, rojos y amarillos, en las que se pueden combinar bombas, rayos o estrellas de muchos picos, así la imaginería cobra forma en la mente de la persona, así la imaginería utilizando a los sentidos a través de figuras retóricas dan como resultado esta imagen que se ha formado en el cerebro.



Imagen 93. Boom!. Trazo

Así en un ambiente lúdico la imaginería no sólo le permitirá interactuar más con la persona, sino que le permitirá crear diferentes escenarios que vayan enriqueciendo las experiencias.



3.3.1. I love New York, el impacto de Milton Glaser.

Era el año de 1977, una gran depresión se vivía en Estados Unidos, Nueva York sobre todo se encontraba en una situación grave en índices criminales, además de que una crisis fiscal, la combinación de éstas dos hizo tambalear a los grandes negocios que comenzaron a buscar oportunidades en otros lugares, lo que también repercutió en el turismo.

De esta manera el comercio contrata a la agencia de Wells Rich y a Milton Glaser para que realizaran una campaña de mercadotecnia que mostrara a la gente que vivía en N.Y. que no importando todos los problemas que esta gran urbe tenía, aún era un lugar en el que se podía disfrutar y vivir, y que al mismo tiempo envolviera a los propios y a los turistas.

El resultado fue un eslogan: “I love New York” acomodado tipográficamente en dos líneas, utilizando una tipografía patriótica patinada American Typewriter en mayúsculas, lo que dotaba de fuerza al logo y le daba un sentido de pertenencia, además nivelando visualmente el impacto de la tipografía con un corazón rojo, con lo que terminó de sumar visualmente la potencia del logotipo.



El plan inicial era que

Imagen 94. Logotipo I love N Y, Milton Glaser.



sólo durara un par de meses, pero los ciudadanos se apropiaron tanto de la imagen que se convirtió en la identidad de la ciudad, a tal grado que es hoy por hoy uno de los recuerdos más vendidos en diferentes materiales y piezas en Nueva York.

El impacto ha sido tal que muchos otros lugares lo han explotado utilizando imágenes similares, pero con un sello propio, como lo es el caso de Londres, París, México, y otras ciudades de Estados Unidos, cambiando el pictograma por uno de la región. De la misma manera la imagen ha sido ocupada para regresar el orgullo y apoyar causas, como ocurrió el 11 de septiembre.

Lo que comenzó como un susurro se convirtió en un gran grito, un estímulo visual que logró que impregnó de orgullo a sus habitantes, lo hicieron parte de sus vidas y lo portan como bandera, como ícono, se ha convertido en un tatuaje de la ciudad.

En México han existido diferentes campañas, tanto a nivel país como por cada uno de los estados que la conforman, entre las más importantes esta el logotipo de México 68, además de la campaña realizada por la Secretaría de Turismo, que tuvo como base la campaña realizada en el



Imagen 95. Logotipo México se siente.



2009: “Vive México”, con la nueva estrategia se involucraban los sentidos y las emociones, pero sobre todo se tomó en cuenta que México vive del turismo, por lo que a través de sus colores, formas y representación se transmite la comida, arquitectura, gente, ciudades, playas, artesanías, pero sobre todo la alegría de nuestro pueblo.

De la misma manera cada estado fue diseñando una imagen propia que no sólo fuera representación del lugar, sino que también denotara un sentido de pertenencia. Como lo es en el caso de Puebla, en donde además de utilizar la imagen de la talavera, se hace una relación de palabras con uno de los platillos más representativos que tenemos: el mole, y que al jugar con las palabras se da a lugar que es lo mejor.



Imagen 96. Logotipo Puebla ¡Mi mero mole!



3.4. Arquitectura efímera e instalaciones, elementos para motivar a los sentidos.

La arquitectura efímera se concibe en función del cambiante mundo en el que transitamos, su fugacidad debe competir con los elementos permanentes que lo rodean, debe impactar al usuario, dejar su mensaje y permitir que uno nuevo lo remplace.

Su objetivo no está hecho para tener un largo ciclo de vida, sino para dejar una huella. Por esta razón se ha ido intensificando cada vez más el uso y planeación de ésta.

Debido a su naturaleza cambiante, existen cada vez más ejemplos en diferentes disciplinas que acuden a su carácter de itinerante, efímero y ligero para sus exposiciones, montajes, ambientación, promoción, escenografía, entre otros, ya que logra adaptarse rápidamente a su entorno y constante cambio.

Es importante que estas conozcan las necesidades físicas, emocionales e intelectuales de cada persona que pueda circular por él, con la finalidad de crear ambientes accesibles, educativos, lúdicos o amenos.

El proceso del diseño comenzará con el estudio de las limitaciones y posibilidades que el proyecto pueda ofrecer, así como del lugar en donde éste se colocará.



Imagen 97. Burbujas, recuperado de: http://4.bp.blogspot.com/-6TQ6JnNA_Yc/UW8TknnRIuI/AAAAAAAAAvk/I25t-TVxVpM/s320/01_arquitectura+ef%C3%ADmera+1.jpg

La arquitectura efímera se



diseña para las personas, se genera a partir de la necesidad de un público, que debe contar una historia, transmitir un mensaje que pueda ser recabado en forma eficaz.

Dadas éstas necesidades, el análisis para la propuesta deberá contar con la descripción detallada de las bases con las que el proyecto contará, el contenido, las características y la función que brindará, de tal manera que el proyecto sea único.

Los cuestionamientos que pueden ayudar para comenzar con esta comienzan con ¿cuál es la naturaleza y el objetivo del proyecto? ¿cuál es el tamaño físico que éste tendrá? ¿cuál será el contexto en el que se coloque, así como la ubicación? ¿qué tipo de dialogo tendrá con el usuario? con la intención de comenzar a formular unos parámetros primarios para la elaboración del mismo.

La gente que circule por el espacio diseñado, pueden tener diferentes personalidades, por lo que cada una podrá dotar de un sentir propio al lugar, sin embargo las necesidades culturales y emocionales deberán considerarse desde el principio para que éste logre su cometido.



Imagen 98. Descansando, recuperado de: <http://www.emergenciaemergenciaemergencia.com/revista/files/6913/5742/2026/azevedo2.jpg>

Los espacios no deberán ser pasivos, su motivación podrá ser de diferentes índoles, ya sea a través de un recorrido visual o uno físico; el color como motivación para lograr mejor circulación a través de éste.

El diálogo que se deba lograr, deberá ser atractivo para el usuario, de ahí que las instalaciones representen el elemento sorpresa que pueda cautivarlo. Es interesante remarcar



como figuras pintadas en las banquetas, muros, esculturas de plástico u otros materiales que interactúen con el peatón, galerías realizadas al exterior o en interiores; y que a diferencia de graffitis, doten de tridimensionalidad a este lienzo en el que se convierte la ciudad.

Las instalaciones en la calle están diseñadas para locaciones específicas, aunque la espontaneidad lo dota de un nivel de creatividad diferente, su carácter libre le permite utilizar cualquier tipo de material, así como diferentes técnicas para lograrlo.

Su carácter le permite jugar con lo absurdo, por lo que puede abordar al usuario con un significado de sorpresa. Aunque muchas de ellas puedan entrar en la categoría de arte urbano, la finalidad siempre será la de sorprender. De la misma manera llegará a atreverse a desafiar a la autoridad, utilizando lugares olvidados, elementos que puedan ser revalorizados, convertir el espacio en una gran vitrina y a su ocupante en un maniqués vivientes. La personalidad de la instalación lo expone a la burla o al enamoramiento del espacio. La ciudad se convierte en este momento en un gran campo de juego.



Imagen 99. Papas al sol, recuperado de:
<http://blog.abilia.mx/wp-content/uploads/2013/07/peter-pink-potatoes-designboom-14.jpg>



Su objetivo es:

- Atraer la atención.
- Invitar a participar.
- Contar historias.
- Integrar el mobiliario.
- Utilizar elementos cotidianos.
- Jugar con el ambiente.
- Utilizar el humor.
- Ubicar en sitios estratégicos.

Las instalaciones pueden hacer uso de la estrategias de publicidad BTL (Below The Line) y que son:

- Intrusión: lugares u objetos portadores del mensaje.
- Transformación: alteración física de algo real.
- Instalación.
- Ilusión: distorsión de la realidad.

En su planeación y ejecución, tener en cuenta que deberá impactar, por lo que la frase de Jung Von Matt remarca la esencia de ésta “Una gran idea es como el Caballo de Troya. Por fuera es atractiva y alegre a la gente, pero en su interior sólo tiene un objetivo: conquistar”

3.5. Conclusiones.

“Cualquiera puede buscar la moda en una boutique o la historia en un museo. El explorador creativo busca la historia en una ferretería y la moda en un aeropuerto” Robert Wieder



Como hemos visto en éste capítulo, los susurros pueden llegar a nosotros de diferentes formas, la manera de plasmarlos puede permitir que los sentidos los capten de una manera más clara; los profesionales deben comenzar primero en contemplar el paisaje en el que van a trabajar, analizar el mensaje que van a proponer; pensar en las consecuencias que éste va a tener, el impacto que va a generar. El espectador debe tener la sensación de que esta incluido en este recorrido, que puede ser libre de tomar la decisión o al mismo tiempo prisionero del entorno que lo está envolviendo.

La memoria, la imaginación, los acontecimientos y los fenómenos, son fruto de la relación que el usuario esta cosechando del espacio que esta habitando. Después de recorrer estos senderos, se deberá llegar a un espacio nuevo, un lugar que el peatón haya hecho ya suyo, comprendido y apropiado; un lugar que estará esperando al siguiente transeúnte, que manipulará a la vez la realidad del lugar y de su ser. Un espacio que es un lugar cargado de emociones.



Imagen 99. Papas al sol, recuperado de:
<http://blog.abilia.mx/wp-content/uploads/2013/07/peter-pink-potatoes-designboom-14.jpg>



El fenómeno que nos está rodeando, de iluminación, tecnología y movimiento vertiginoso de crecimiento desmedido de las ciudades, nos permiten a la vez, crear paisajes artificiales, imágenes flotantes que se mezclen y superpongan al pasado y presente de la calle; estamos construyendo lo soñado, sumergiéndonos en sonidos, olores, texturas, emociones.

El observador comenzará a intercalar los fragmentos de información visual, recolectará de las construcciones encontradas a su paso, los fenómenos ópticos y hápticos se verán configurados en el entender de su entorno.



Bibliografía

- Press, Mike. Cooper, Rachel (2009) El diseño como experiencia. Barcelona. Ed. GG
- (2007) Arquitectura del paisaje: mobiliario urbano. Ed. Monsa
- (2014) Habla ciudad. México: Ed. Arquine
- Espinosa Fernández, Enrique Ignacio (2013) Distancias Caminables. México: Ed. Trillas
- Poch, Arcadi. Poch, Daniela. (2013). Creativity. Barcelona: Ed. Lemo.
- Pallasmaa Juhani (2012) Los ojos de la piel. Barcelona. Ed. GG
- Ruíz de la Puerta, Felix (2009) Arquitecturas de la Memoria. Madrid: Ed. Akal
- Simón Sol, Gabriel (2009) La trama del diseño. México: Ed Designio, Teoría y práctica.
- Frascara, Jorge. (2006). El diseño de comunicación. Buenos Aires: Ed. Infinito.
- Heskett, Jonh (2005). El diseño en la vida cotidiana. Barcelona: Ed. GG.
- Lidwell, William. Holden, Kritina. Butler, Jill. (2005) Principios universales del diseño. Barcelona Ed. Blume
- Costa, Joan. (2003). Diseñar para los ojos. Bolivia: Ed.Design.
- Frascara, Jorge. (2000). Diseño gráfico para la gente. Buenos Aires: Ed. Infinito.
- Costa, Joan (1999) La comunicación en acción. Informe sobre la nueva cultura de la gestión. Barcelona: Ed. Paidós
- Costa, Joan. (1998). La esquemática. Barcelona: Ed.Paidós.
- Costa, Joan. (1989). Señalética. Barcelona: Ed.Enciclopedia del diseño.
- Wong, Wuicius (1991) Fundamentos del diseño bi y tridimensional. Barcelona. Ed. GG
- (1992) Biblioteca Atrium del Escaparatismo. Ed. Atrium



4

Los susurros, hechos
y trazos.



*El diseño debe seducir, educar y, quizás lo más importante,
provocar una respuesta emocional.*

April Greiman

4. La propuesta, el caso de estudio.

Dado el objetivo general de este capítulo que es el de realizar una propuesta gráfica en donde se plasme el susurro de manera gráfica a través de la intervención de las calles, se comenzará por realizar una metodología de diseño que será la base para el proyecto propuesto.

Es importante considerar en el proceso del diseño la definición del problema, el cual deberá ser apoyado por el brief, mapas conceptuales, investigación, generación de ideas, selección, implementación y evaluación.

Cada persona tiene la capacidad innata de poder recordar e imaginar lugares, la imaginación y la memoria nos permite interpretar e interactuar con el entorno con el que nos encontramos. Gracias al poder que tiene nuestra mente podemos reconstruir lugares en los que nos hemos encontrado y comparar con el que estamos parados actualmente. Aunado a esto, si lo combinamos con el aprendizaje que hemos ido adquiriendo a lo largo de nuestros años, las novelas que hemos leído, las películas que hemos visto, y en sí toda la combinación cultural, educativa, lúdica, etc., cobra en nosotros el sentido de la experiencia. Las calles como un gran libro, muestra un sin fin de oportunidades para no sólo encontrar en ellas una historia, sino para poder ir la creando a la par.

Para ejemplificar lo descrito anteriormente se anexa el cuento de “Las Ciudades y la Memoria 1” de Italo Calvino, aunque son varios cuentos en los que se abarca la memoria, se muestra el primero por la referencia a los encuentros pasados:



Partiendo de allá y andando tres jornadas hacia levante, el hombre se encuentra en Diomira, ciudad con sesenta cúpulas de plata, estatuas de bronce de todos los dioses, calles pavimentadas de estaño, un teatro de cristal, un gallo de oro que canta todas las mañanas en lo alto de una torre. Todas estas bellezas el viajero ya las conoce por haberlas visto también en otras ciudades. Pero es propio de ésta que quien llega una noche de septiembre, cuando los días se acortan y las lámparas multicolores se encienden todas a la vez sobre las puertas de las freidurías, y desde una terraza una voz de mujer grita: ¡uh!, siente envidia de los que ahora creen haber vivido ya una noche igual a ésta y haber sido aquella vez felices.



Imagen 100. Las ciudades y la memoria 1. Ciudades Invisibles. Italo Kalvino.

En este cuento Italo nos va llevando de la mano hacia una ciudad llamada Diomira, en donde mezcla la arquitectura, los materiales y los sonidos, pero sobre todo hace una referencia de ciudades que el caminante ya ha conocido e incluso evoca a los sentimientos de la envidia y la felicidad; relato que nos lleva a considerar no sólo los sentidos, la memoria y la imaginación, sino también los sentimientos.

Sobre todo tomar en cuenta que si el usuario no encuentra lo que necesita, el impacto que



se planeaba mostrar, pasará completamente desapercibido. El diseño bien planeado y justificado proveerá contrastes, ingenio y susurros sobre el espectador.

4.1. Identificación y evaluación del espacio.

Aunque el diseño es absorbido por los diferentes sentidos, es la vista, sobre todo el que más impacto recibe, en el caso del proyecto a desarrollar se debe considerar que es a través de nuestro cuerpo como asimilamos lo que nos rodea, a través de nuestras extremidades nos acercamos o alejamos del entorno, es con los brazos que puedes tener control de los objetos con los que quieres tener contacto, las piernas medirán distancias y te guiarán por los recorridos que hayas planeado o senderos que quieras explorar, tu cuerpo generará sombras que se fusionarán con el espacio en el que te estás ubicando, y que incluso, al pasar las horas del día jugarán de diferentes formas con éste mismo. Mis ojos recorren estas siluetas encontrando fisuras en las baldosas, en los huecos que generan las uniones de materiales en los muros de las construcciones, ese cambio de luces, la oscuridad que se presenta

en nuestro paso al entrar a una edificación y el breve lapso de tiempo en que nuestra mirada se acostumbra al nuevo espacio. La fresca sensación que penetra por nuestras manos cuando nos recargamos por un instante en el azulejo de algunas fachadas; el crujir de la madera cuando soportando



Imagen 101. Bus, recuperado de: <http://www.sabesdedonde.es/lugares/wp-content/uploads/sites/2/2015/01/Bus1.jpg>



el peso de la puerta abre sus alas para dejarnos entrar o salir. Y los olores, olores que brotan, guardados con el tiempo, frescas flores o de cada puesto de comida al que nos acercamos, el olor de la calle, de la gente, de los materiales. Escuchar el viento entre los árboles del parque, como silba entre los huecos que hay entre los muros, como mueve ventanas, escucho bolsas de plástico crujir mientras vuelan libres dibujando líneas curvas. El cuerpo y el entorno se fusionan, se complementan en esa historia.

La filosofía nos ha hecho plantearnos la existencia, cuando el hombre adquiere el uso de la razón, cuando comienza a darse cuenta de su existencia, de lo que lo rodea, de la forma en que aprecia el entorno, de su pertenencia a un lugar, a un estado, al universo en si, es en este momento cuando se torna inquieto y desea no sólo pertenecer sino también dejar una huella. En este intento en que va generando trayectorias es cuando las experiencias sensoriales se integran en cuerpo y entorno. Este espacio que ha sido diseñado para que esta interacción sea completa, tal vez no con las proporciones ideales para que nuestro cuerpo tengan un mejor desenvolvimiento, en muchas otras considerando la ergonomía y la propoción humana.

Las calles no sólo son el vehículo que nos transporta al lugar que será nuestro destino, ésta es una estructura conceptual y material que es medida por nuestros ojos, oídos, nariz, boca y piel, es el lazo que fortalece esta experiencia peatonal. Implica seguridad o temor, frescura o calidez, invita al paso o lo obstruye, nos hace convivir o alejarnos del peatón más cercano: pero la calle no sólo se limita a ese espacio que pisamos, al material con el que está construido; la calle es todo aquello que lo rodea también; es éste espacio que complementa la existencia del humano.

El espacio que nos rodea no sólo es medido por nuestra piel, la vista juega un papel importante, es a través de la vista que tenemos el contacto inicial, podemos calcular espacios, identificar objetos por sus texturas, bordes, etc, con la suma del tacto esta experiencia se enriquece



Imagen 102. Dream Big, recuperado de:
https://marketingdiscovers.files.wordpress.com/2015/02/marcando_tendencia_marquesina_paradas_autobus_originales_divertidas_bus_stop_shelter_rosa_barbie.png

y corrobora, permitiendo que las información adquirida se complemente, afirme o rechace.

El espacio que nos rodea posee un lenguaje que se ha ido formando tanto por la historia propia del lugar, antes de su construcción, las edificaciones en ella contenidas, los elementos que la complementan y la gente que le va dando vida con su circular cotidiano. El acto de contemplar, escuchar, sentir, palpar, oler, abre paso a la experiencia de centrar al usuario como actor único de la historia que esta creando, y al mismo tiempo de la obra colectiva que se va generando. El espacio que esta haciendo suyo, identificandolo como parte de su existir y modificándolo con su existencia, con la forma en la que se va desplazando a lo largo de el y en la manera en la que lo podrá variar en sus siguientes visitas.

Esta interacción, consciente o inconsciente, es una oportunidad en la que el diseñador y el arquitecto pueden entender y o manipular al espectador; se debe buscar el equilibrio, el movimiento, el bienestar en si de cada uno de estos actores. La comunicación entre el cuerpo y el espacio como



el resultado de la propuesta.

El espacio puede remitir miedo o tranquilidad, por lo que el flujo ameno y placentero a través de las calles, deberá estar planeado a la manera en la que el cuerpo avanza libremente por éstas.

De esta manera las calles, esos espacios de encuentro y de comunicación, no son únicamente un espacio de tránsito peatonal o de automóviles; un lugar en el que se pueden ofrecer elementos de identificación social y cultural en el que se puedan generar condiciones plásticas, deportivas o tomando en cuenta su objetivo inicial el permitir que la gente circule libremente, que tenga movilidad.

4.2. Metodología y estrategia de diseño: precisiones del espacio.

El diseño no es fruto de casualidad, un crayolazo o inspiración, nace de una metodología precisa que se va formalizando con investigación y un proceso de bocetaje que dan lugar a un concepto que deberá ser evaluado para lograr su cometido. De ahí que cualquier cosa no es un diseño, Uwe Loesch utiliza el recurso de decepción visual haciendo alusión al momento en que el espectador tiene que adaptarse porque no ha encontrado respuesta a lo que estaba buscando en un diseño.

Aunque la experiencia y el talento van permitiendo cierta rapidez en la metodología, ésta nunca deja de existir en el proceso. El diseño se concibe para mejorar un servicio o producto, para lo que debe considerarse lo siguiente:



Imagen 103. Kit Kat, recuperado de:
<http://casasincreibles.com/wp-content/uploads/2015/05/anuncios04.png>



1. Esta desarrollada con base a una metodología.
2. Tiene un componente clave de creatividad.
3. Se genera de una decisión y de la recaudación y evaluación de información.
4. Da respuestas específicas a necesidades.
5. Alcanza objetivos fijados que se establecen por encargo.
6. Tiene como resultado elementos visuales que pueden evaluarse de acuerdo a los elementos que se han encargado.

Dado esto, el diseño debe alcanzar tres funciones: Identificar, conferir y comunicar. Identifica mediante técnicas específicas de investigación y de métodos, incluyendo también otras ramas como la sociología, la antropología o la psicología, además de estrategias de mercadotecnia para poder interpretar las necesidades de las personas y poder dar soluciones adecuadas. Confiere mediante la integración de la información para el desarrollo del proyecto, además de que al mismo tiempo evalúa las restricciones que pueda tener el producto como podrían ser: presupuesto, tiempo, reglamentaciones, materiales o incluso limitaciones culturales, religiosas o políticas; para que de esta manera se pueda realizar una propuesta que se destaque por un valor diferencial del resto. Finalmente comunicar, cada objeto diseñado ya está dotado en sí de una gran carga de mensajes, es su valor intrínseco y debe ser percibido por el usuario de manera clara y precisa.

De la misma manera hay que tomar en cuenta la funcionalidad, el producto debe ser ocupado para aquello para lo que fue concebido. Deberá respetar los medios adecuados de producción y distribución procurando que no dañe de ninguna manera al usuario ni altere el entorno. En la actualidad, y como hace algunos años ya, manejar la “usabilidad” en donde se tome en cuenta que el usuario deberá manejarlo de manera fácil, no importando el estatus, edad, escolaridad o ningún otro elemento que le pueda dificultar su operación. Como parte del diseño manejar el elemento de estética, éste debe ser lo más atractivo posible para la persona y finalmente recordar que el medio



ambiente, no nada más como aporte al entorno, sino tomando en cuenta el respeto al espacio a donde será colocado.

Sobre todo tomar en cuenta que el diseño funciona como una gran estrategia, tiene un impacto directo sobre empresas o servicios y su implementación correcta aporta diferenciadores.

Para el caso del proyecto que en este trabajo se ha realizado se han tomado en cuenta dos métodos: el método de abstracción y el método sistémico.

El método de abstracción envuelve la comprensión del objeto, destacando la relación de las cosas y los fenómenos, que para el proyecto resultó útil ya que el objetivo era abordar al peatón a través de mensajes visuales, su carácter itinerante le permitió generar fenómenos que en un principio causaron sorpresa y después memorias y recuerdos.

El método sistémico modela objetos mediante la determinación de sus componentes y la relación entre ellos, de esta manera se analizaron objetos del espacio urbano y se detectaron cuáles podrían permitir un diálogo inmediato y como es que se podrían cambiar con significados personales o grupales.

La metodología es importante, pero cabe destacar que ésta se debe de ajustar a cada proyecto para el que se esté trabajando; Morin (1997:90) menciona que para llegar al punto que no conoces, debes tomar el camino que no conoces, tomando en cuenta que la metodología es una serie de pasos que hay que ir siguiendo para lograr un resultado; ésta debe ser flexible y permitir la revisión y cambios en el trayecto, con el fin de que la propuesta sea la adecuada.

El objetivo es recopilar la mayor cantidad de datos posibles, analizar el público al que se va



Metodología del Diseño



Gráfica 12: Metodología de diseño

a transmitir el mensaje, elegir los materiales con los que se va a trabajar y en lo que se desarrollará la propuesta. En el caso del usuario la recomendación es asistir al lugar en donde el producto será expuesto, analizar la forma en que éste se desenvuelve en el lugar, cómo interactúa con el entorno y con los objetos que hay al rededor y comparar.

Hay que tener muy claros los objetivos del proyecto, para que la investigación se pueda realizar de manera adecuada y nos dirija a buenas soluciones; los resultados de todo este análisis e investigación pueden llevar a grandes descubrimientos, la información puede clasificarse de diversas maneras como lo es la categorización que nos permitirá organizar los resultados de manera ordenada ya sea por coincidencias, temas o similitudes entre las respuestas obtenidas. Una síntesis del proyecto y de los resultados que nos ayuden a encontrar puntos claves que puedan ser utilizados; sobre todo reflexionar, al realizar ésta acción no sólo con respecto a la investigación y a los objetivos



Gráfica 13: Etapas de investigación



sino a todo el proyecto en general se podrá ir enriqueciendo en todo momento el proyecto, analizar cada descubrimiento y los contenidos en general. Experimentar, no tener miedo a buscar diferentes soluciones, no desechar ninguna idea o posible solución por más extraordinaria que pueda esta ser.

*Una historia debe tener un inicio, una parte central
y un final, pero no necesariamente en ese orden.*

Jean-Luc Godard

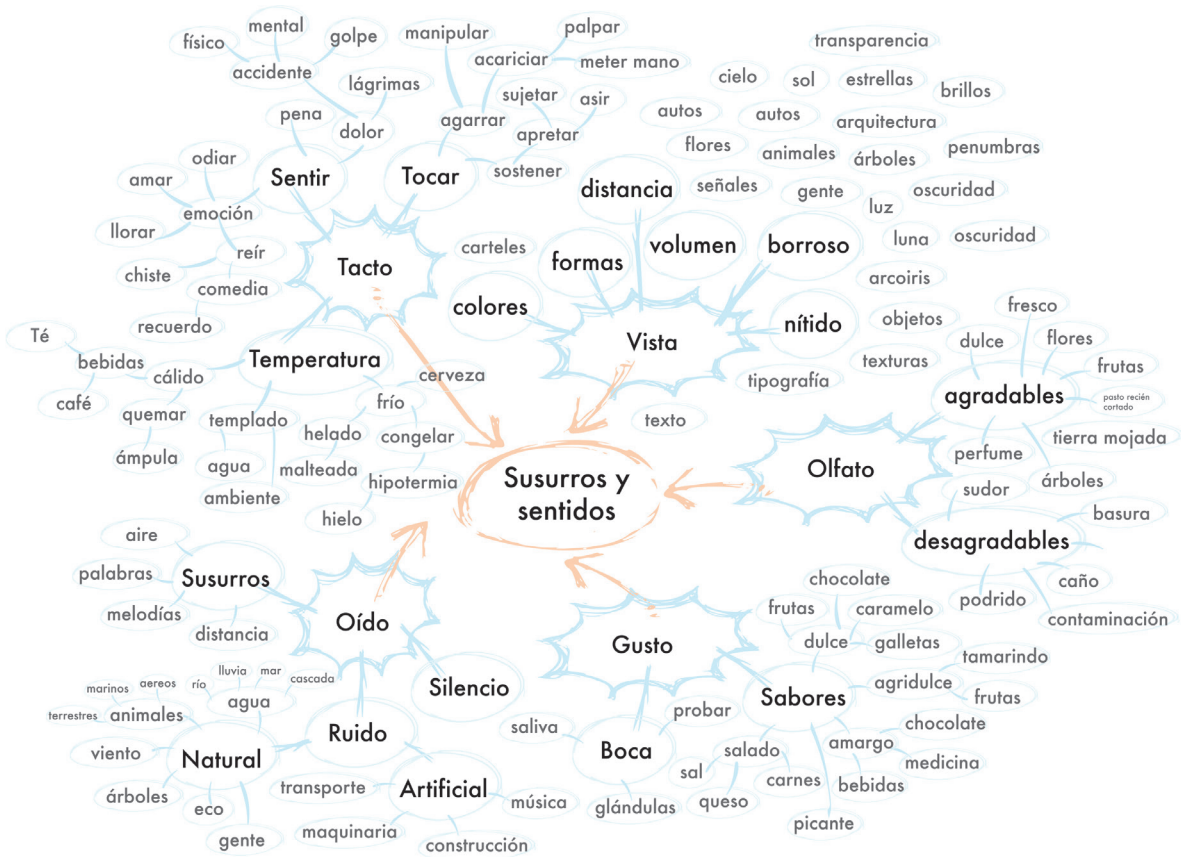
4.3. Caso de estudio.

Para el caso del presente proyecto la narrativa, aquella historia que es escuchada, que debe dejar una huella, marcar un momento, ser parte de un algo; cuando existe una investigación que se centra en las calles y los susurros, las alternativas son variadas, la misma naturaleza de que la calle que en su entronque con otras nos ofrecerá 4 opciones distintas para recorrer; de ahí que narrando una historia visual sea el inicio de este andar, a continuación se presentan diferentes proyectos de susurros callejeros.

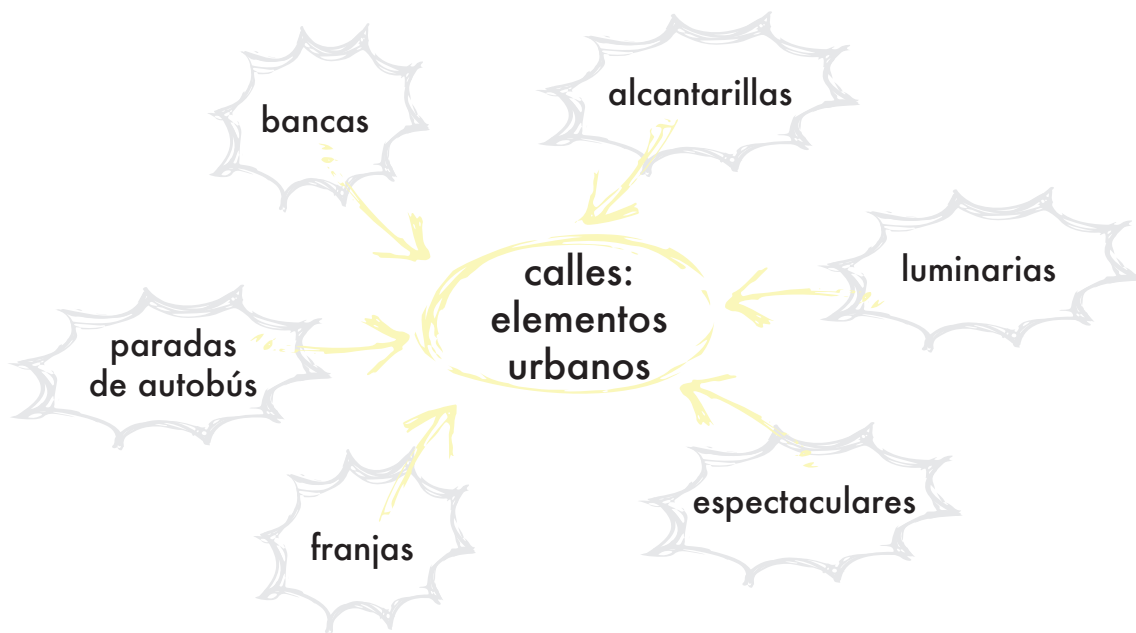
Para el ejercicio de los susurros una de las técnicas que se aplicaron es la de mapas mentales o pensamiento radial, el cual, a manera de lluvia de ideas permite clasificar los diferentes elementos que conforman el tema a trabajar.

En las siguientes páginas se muestran los mapas realizados para:

1. Ideas para las calles
2. Calles: elementos urbanos
3. Objetos a intervenir.
4. Brief: franjas peatonales



Gráfica 14: Lluvia de ideas: sentidos



Gráfica 15: Lluvia de ideas: calles



Gráfica 16: Lluvia de ideas: objetos a intervenir



Franjas peatonales: Características generales

1

Zona de intersección entre circulación rodada y el tránsito peatonal

2

Bandas paralelas pintadas sobre la calzada

3

Pintura blanca, no deslizante con la lluvia y resistente al desgaste por el tráfico rodado

4

De 2 a 4.5 m de largo. 0.50 m de ancho
0.40 m de espacio entre ellas

Ejemplos de franjas



Imagen 104. Piano, recuperado de:
<http://blogs.lainformacion.com/futuretech/files/2012/02/ped-chopin.jpg>

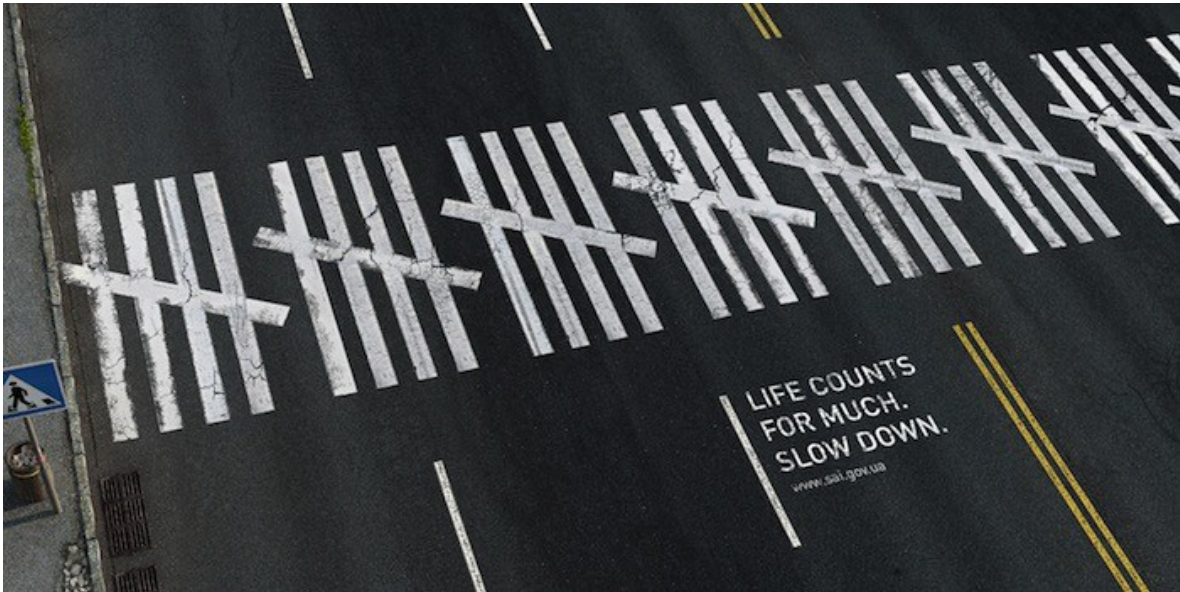


Imagen 105. Slow Down, recuperado de: <http://fress.co/wp-content/uploads/2014/07/2010.jpg>



Imagen 106. Snoopy, recuperado de: <https://www.tecnocarreteras.es/wp-content/uploads/sites/2/2015/03/616-disenos-curiosos-y-sorprendentes-de-los-pasos-de-cebra.jpg>



Imagen 107. Pacman, recuperado de: <https://arquitecturaenlanube.files.wordpress.com/2015/02/cebra9.jpg?w=300&h=267>



Imagen 108. Abbey-Road, recuperado de: <http://www.birdfaster.com/wp-content/uploads/2014/09/Abbey-Road.jpg>



Las propuestas:

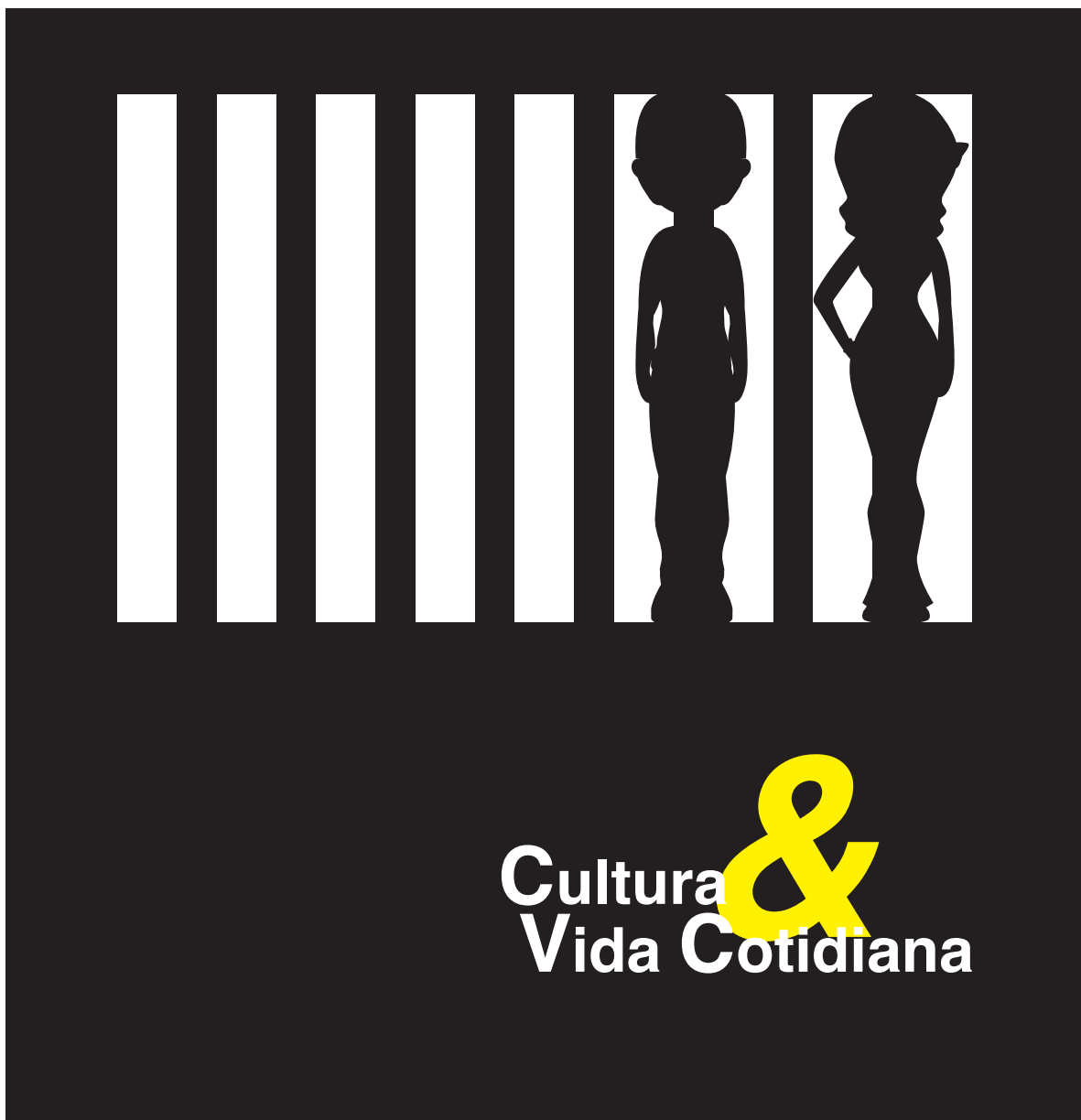
1. Siluetas:

Tema: ella y él

Inspiración: Figuras Femeninas y Masculinas contemporáneas

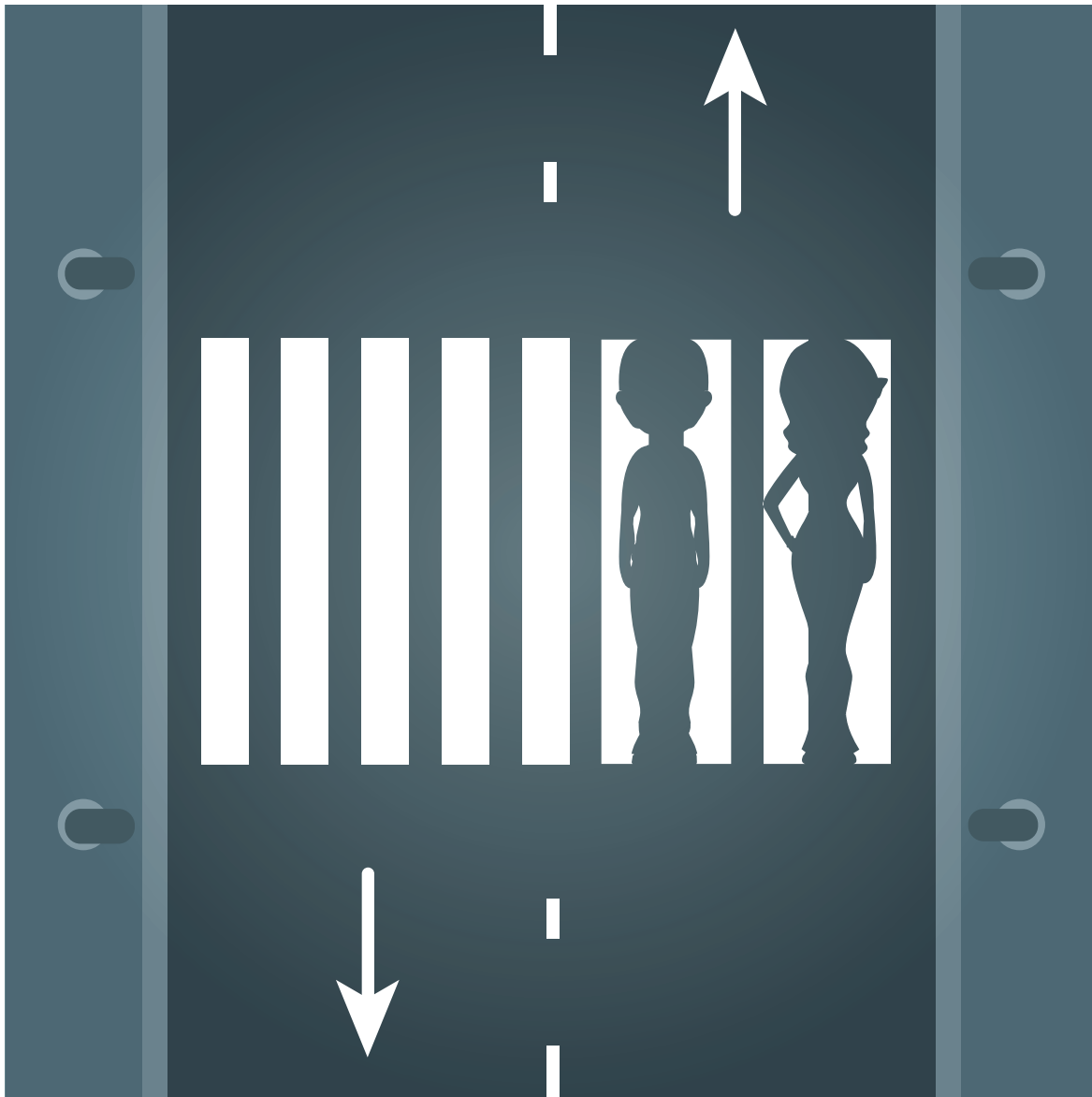
Objetivo: Respetar el ancho y largo de las franjas introducir entre ellas 2 siluetas en negativo, utilizando la figura Gestalt de Ley de Continuidad.

Elementos a trabajar: franjas peatonales.





4. Los susurros, hechos y trazos.





2. Siluetas:

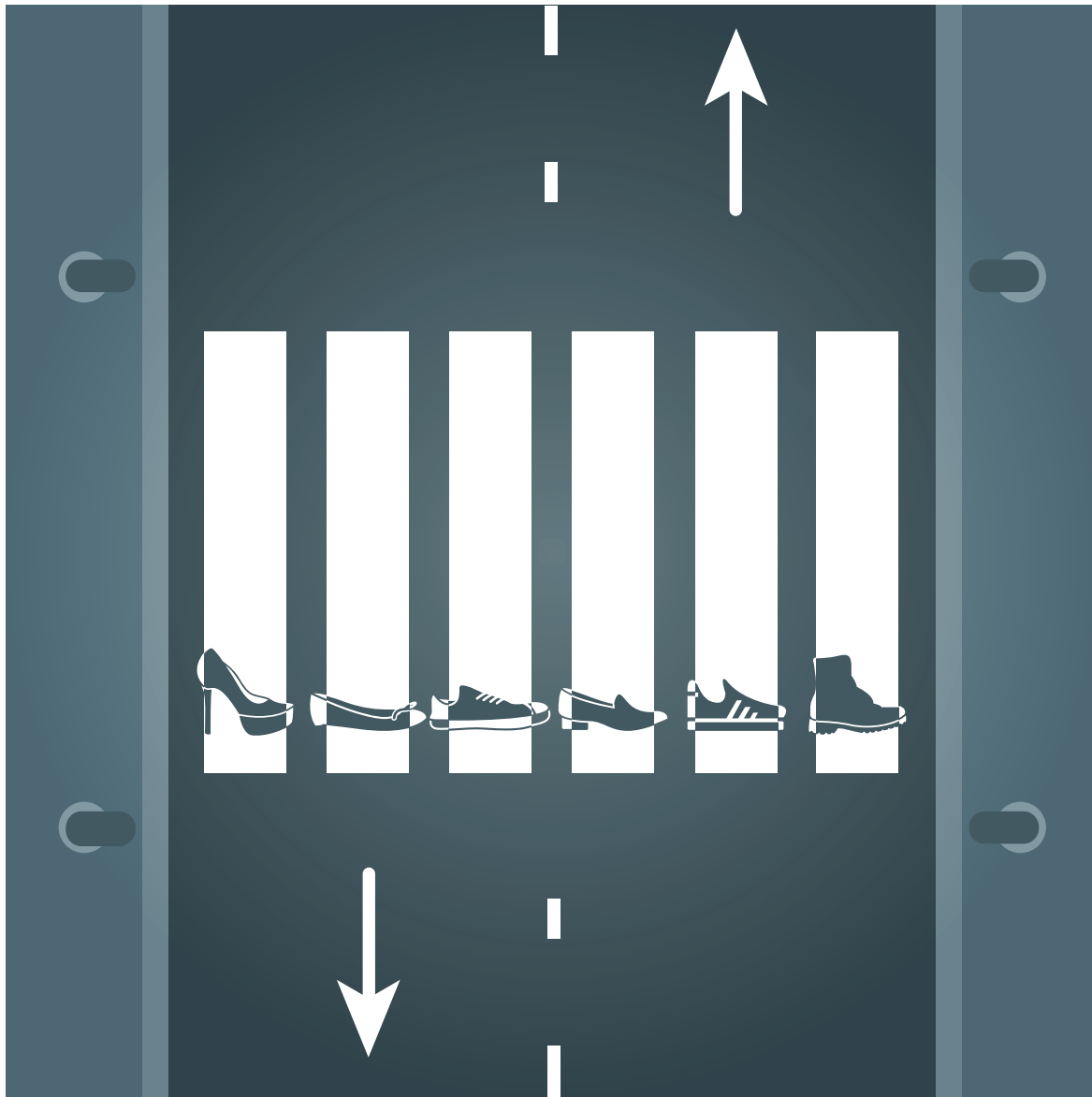
Tema: los que cruzan

Inspiración: Los tenis colgando en los alambres de luz, pero con la diferencia que estos cruzan, además de las distintas personalidades que cada día utilizan las cebras, desde el ejecutivo, el rebelde, la chica de zapatillas o la que va en zapatos de piso, en fin cada persona que atraviesa las calles.





4. Los susurros, hechos y trazos.



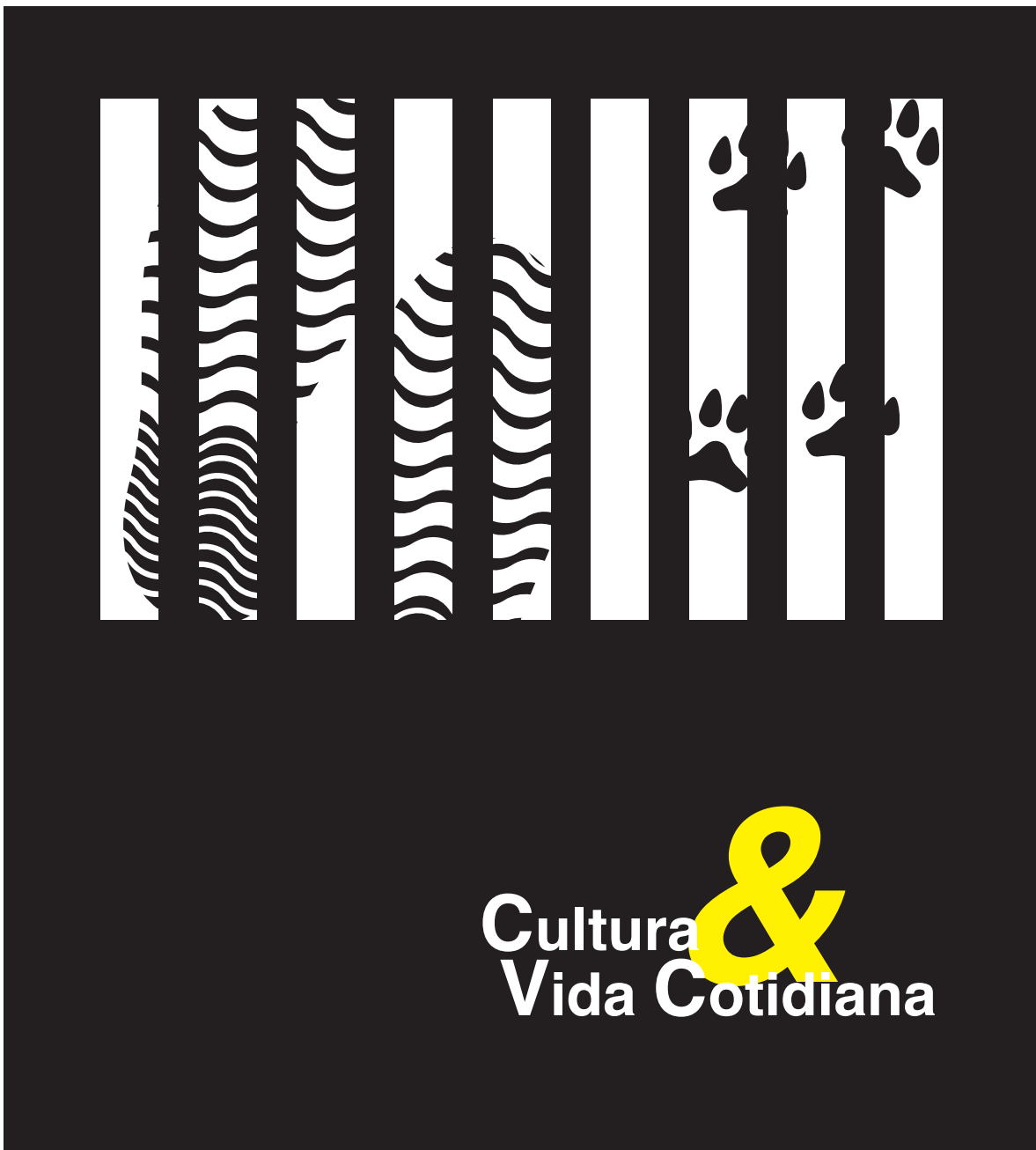


3. Siluetas:

Tema: Paseando con el perro

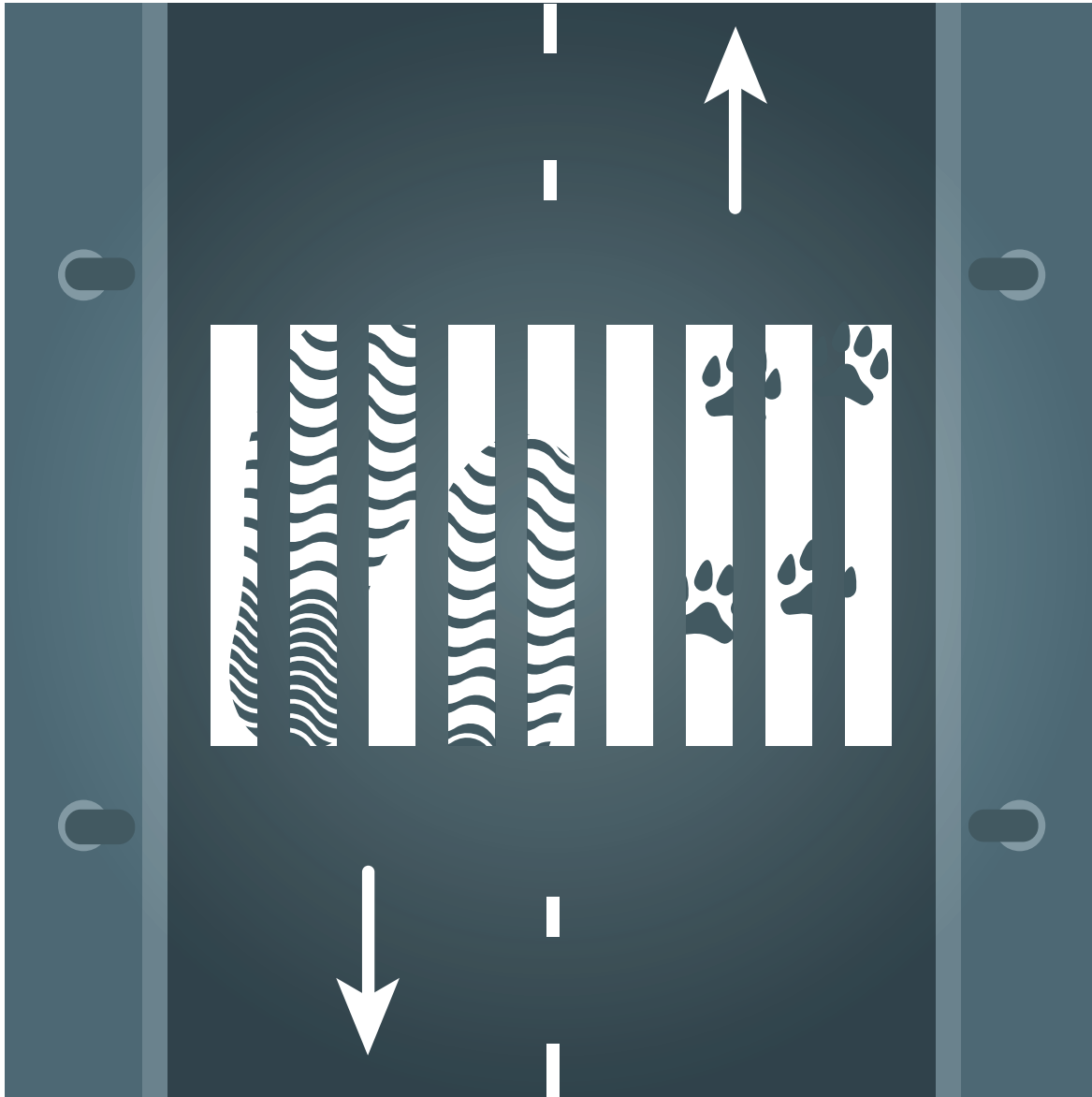
Inspiración: Todas las personas que sacan a pasear a sus mascotas, no importando el tamaño del perro, el tipo de zapato o si tienen una o dos mascotas, este diseño esta dedicado a ellos.

Elementos a trabajar: franjas peatonales.





4. Los susurros, hechos y trazos.





4. Siluetas:

Tema: Los sentidos

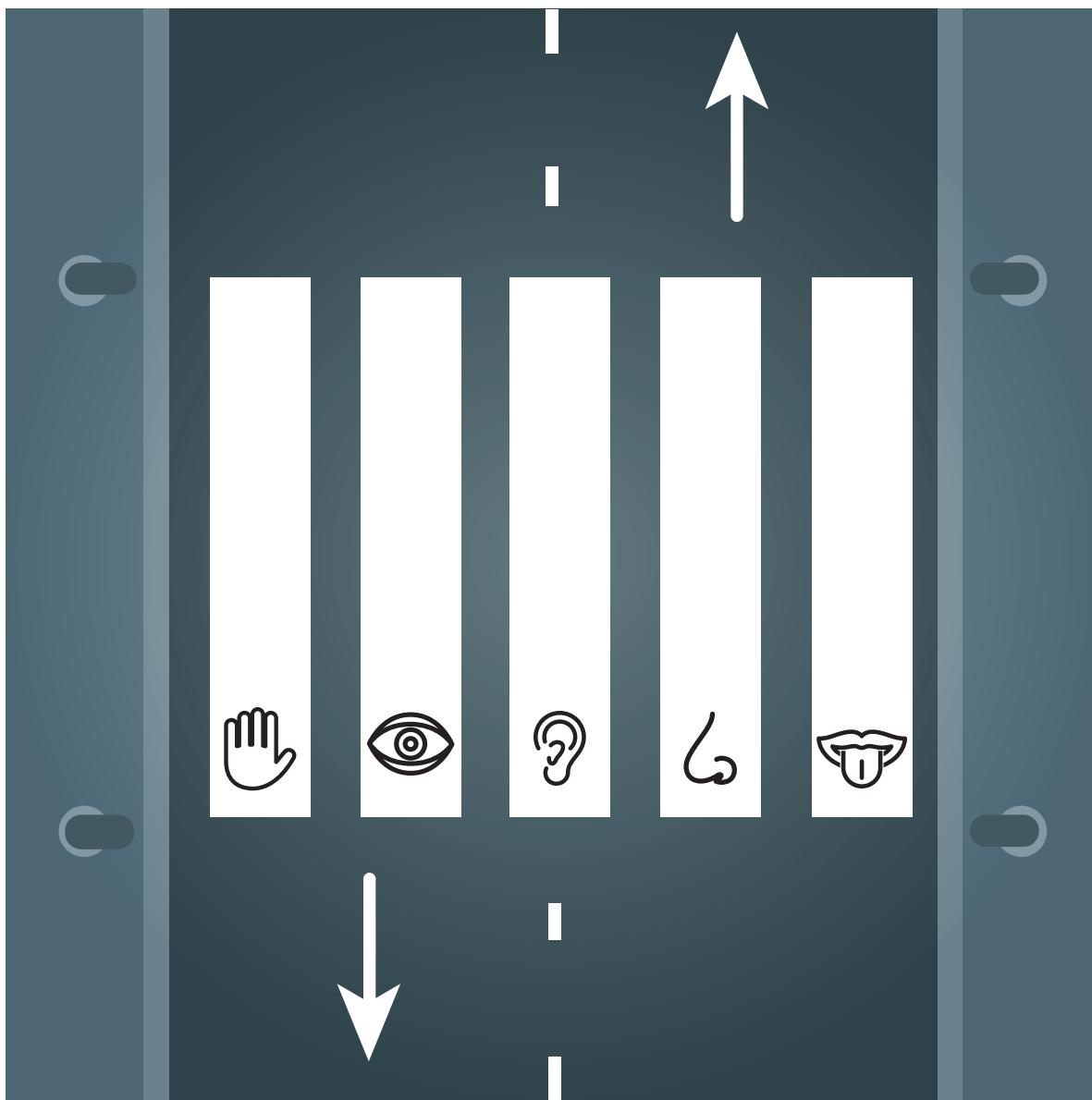
Inspiración: El proyecto de tesis en sí, los cinco sentidos, los pictogramas y las diferentes formas de representarlos.

Elementos a trabajar: franjas peatonales.





4. Los susurros, hechos y trazos.





5. Siluetas:

Tema: Abbey-Road en nuestras calles

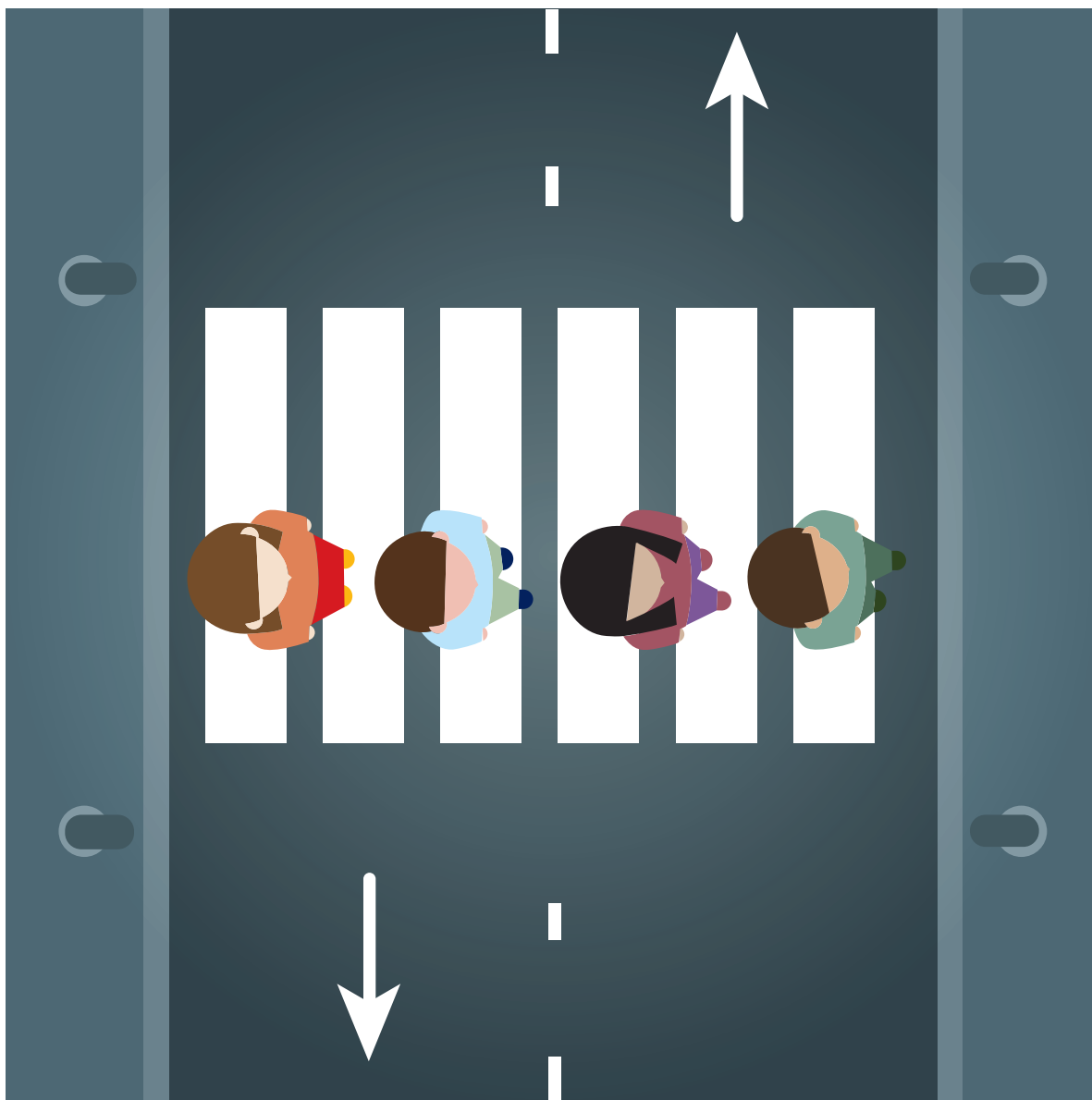
Inspiración: La propuesta nació de la famosa fotografía tomada a The Beatles en la calle Abbey-Road, imagen que ha sido reproducida en diferentes versiones.

Elementos a trabajar: franjas peatonales.





4. Los susurros, hechos y trazos.





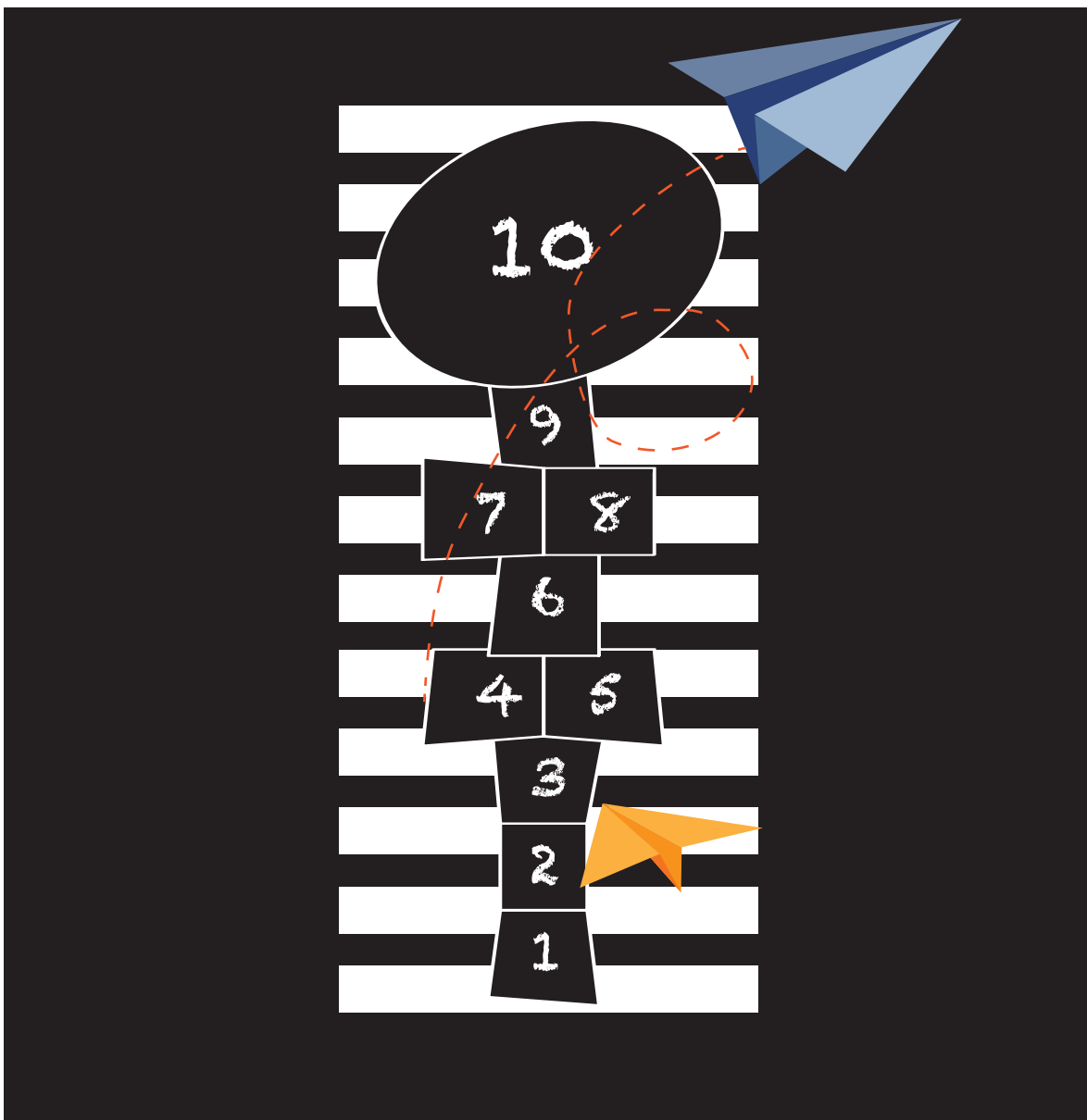
6. Franjas y muros:

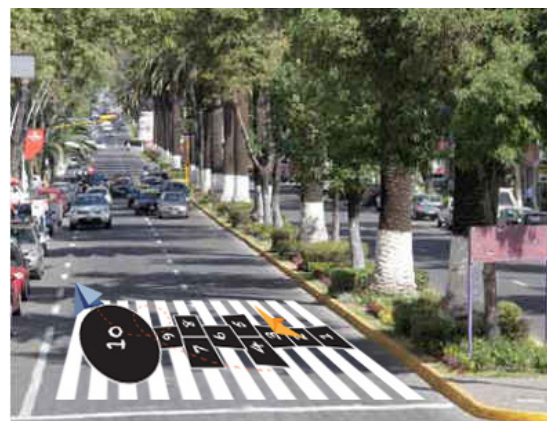
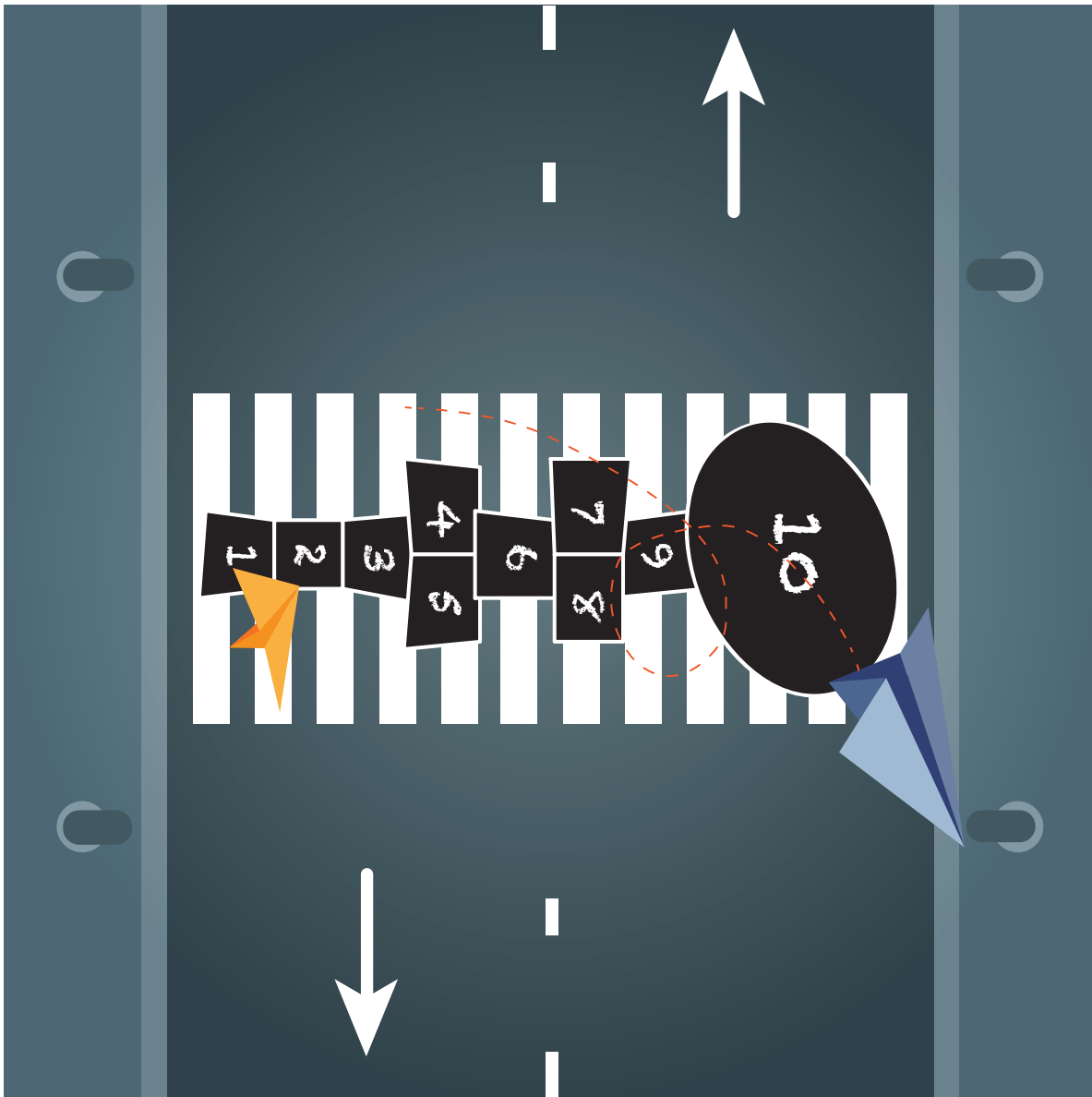
Tema: Aviones

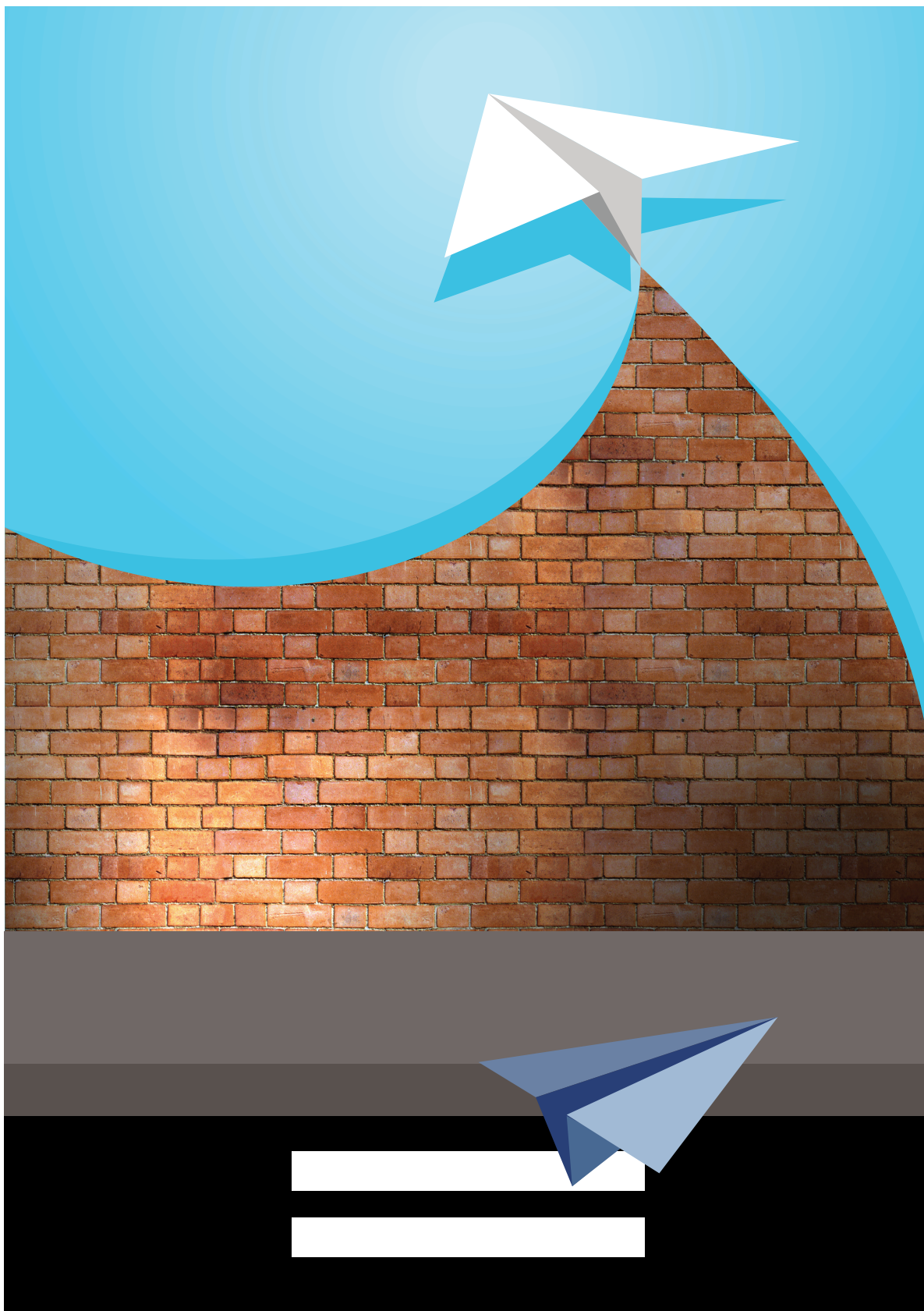
Inspiración: el juego trazado con un gis sobre el pavimento al que se le conoce como avión, tejo, pilingrina, bebe leche, rayuela o piso; los aviones de papel y el vuelo de los mismos levantando muros.

Elementos a trabajar: franjas peatonales, muros y señalización.

BTL: Ambush











7. Franjas y muros:

Tema: Raíces

Inspiración: raíces, tubérculos, camotes, plantas, muros verdes, naturaleza, urbano, debajo del asfalto, brotes, gusanos.

Elementos a trabajar: franjas peatonales, muros y señalización.

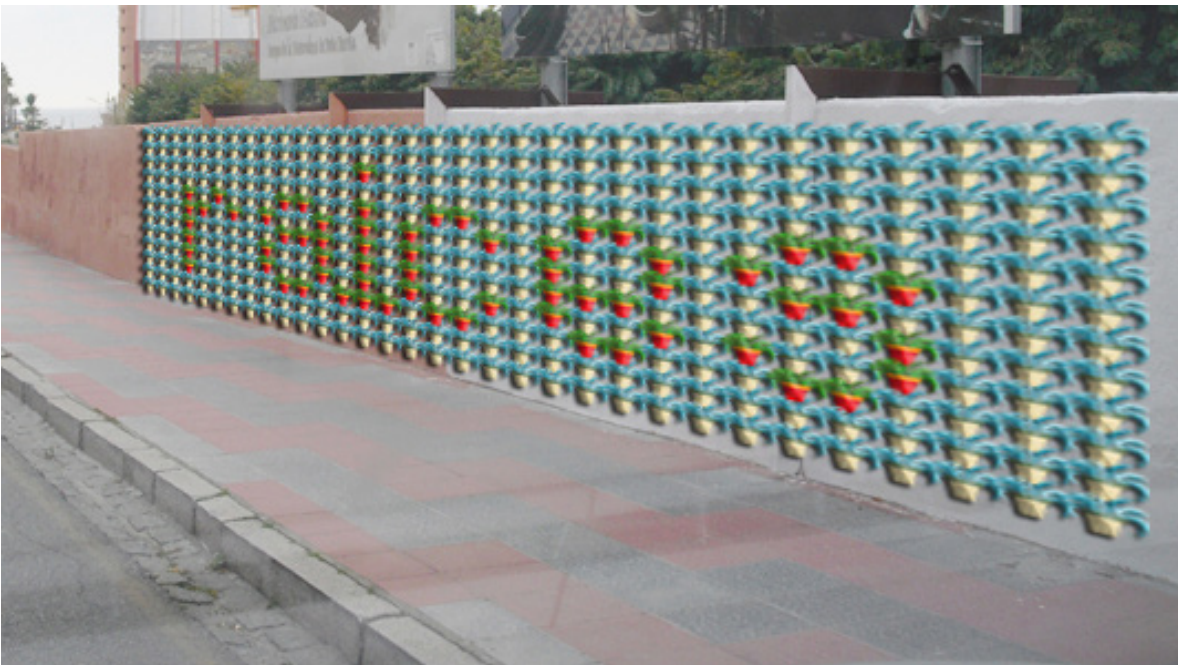
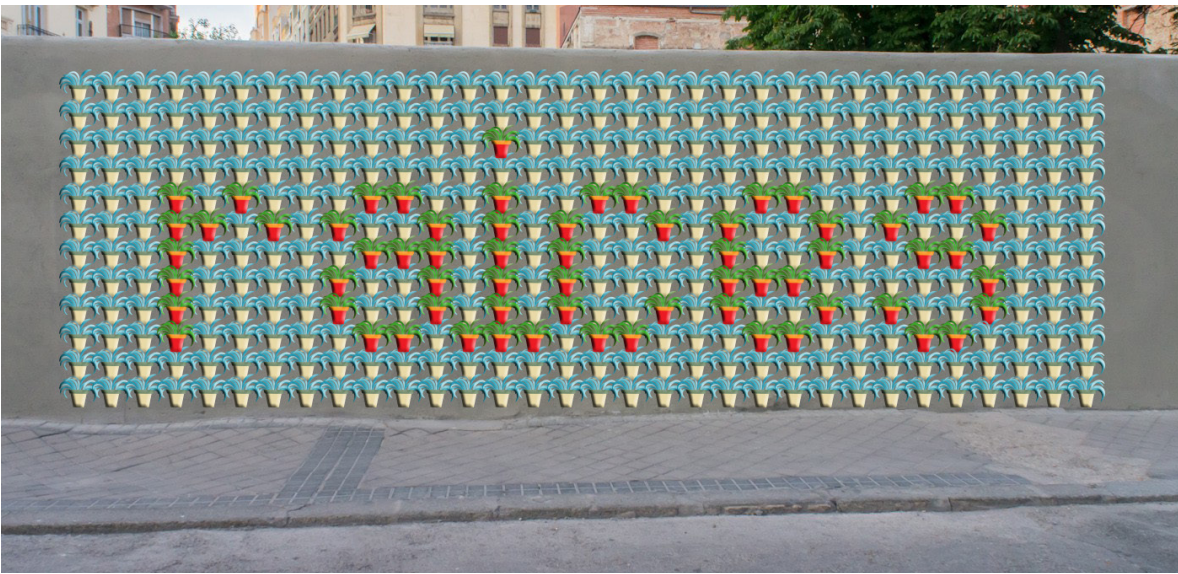
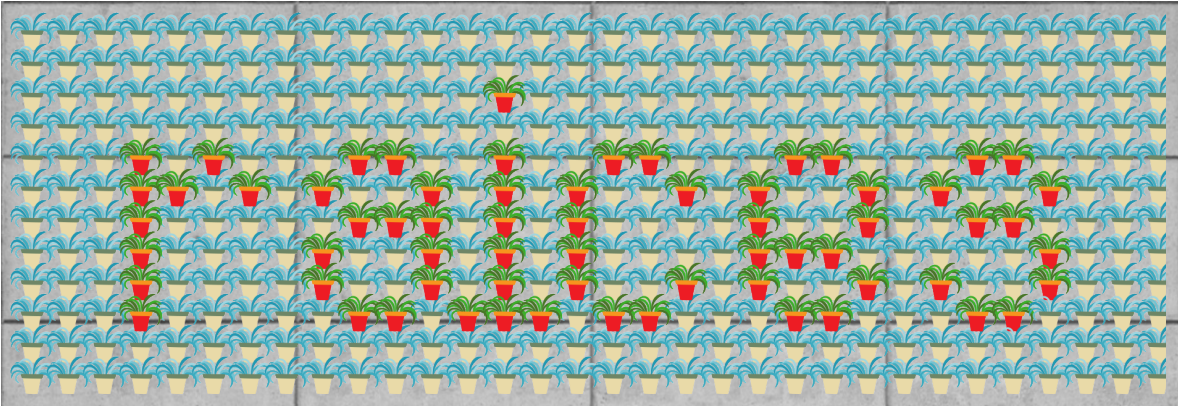
BTL: Ambush





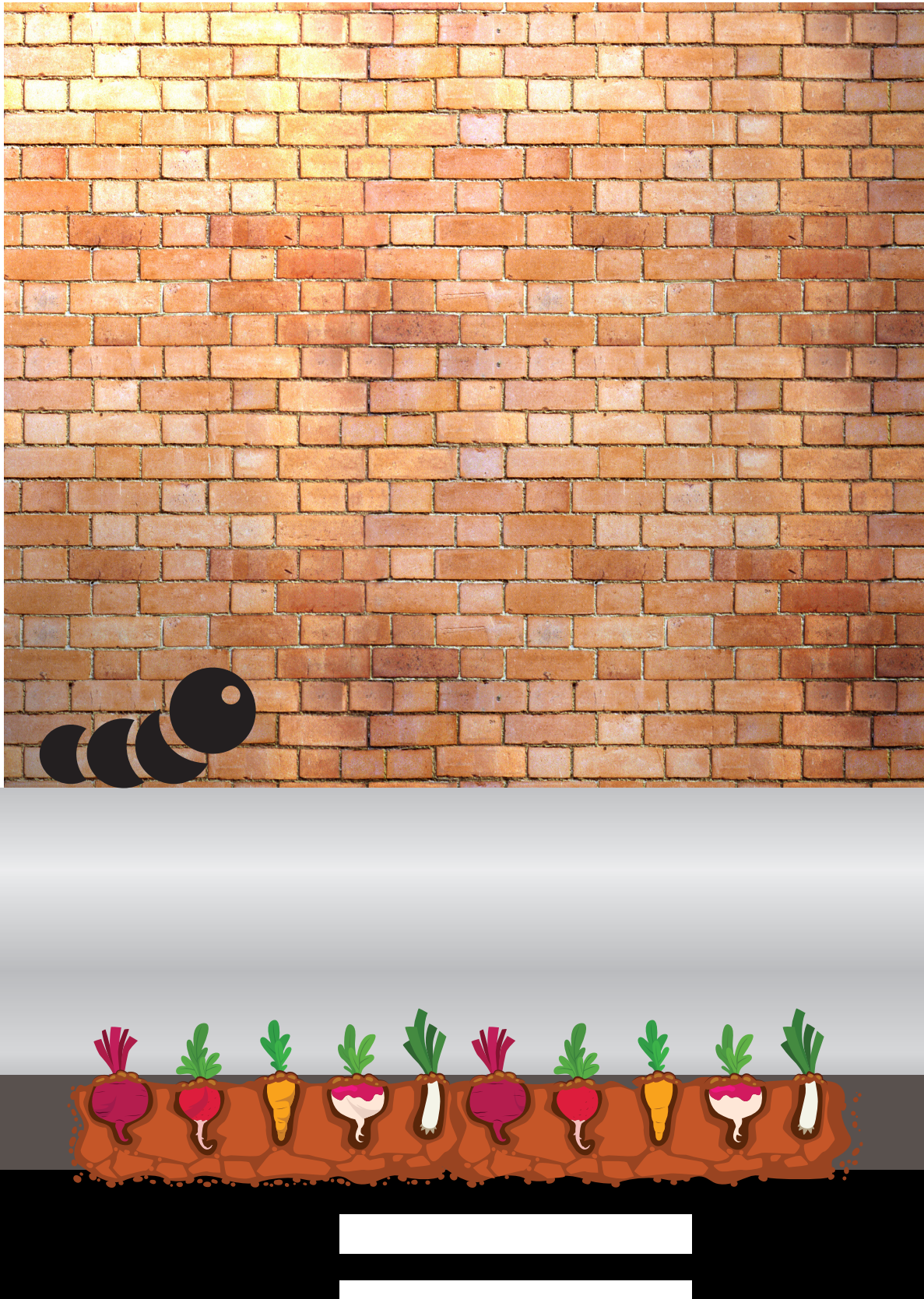


4. Los susurros, hechos y trazos.





4. Los susurros, hechos y trazos.







8. Franjas y muros:

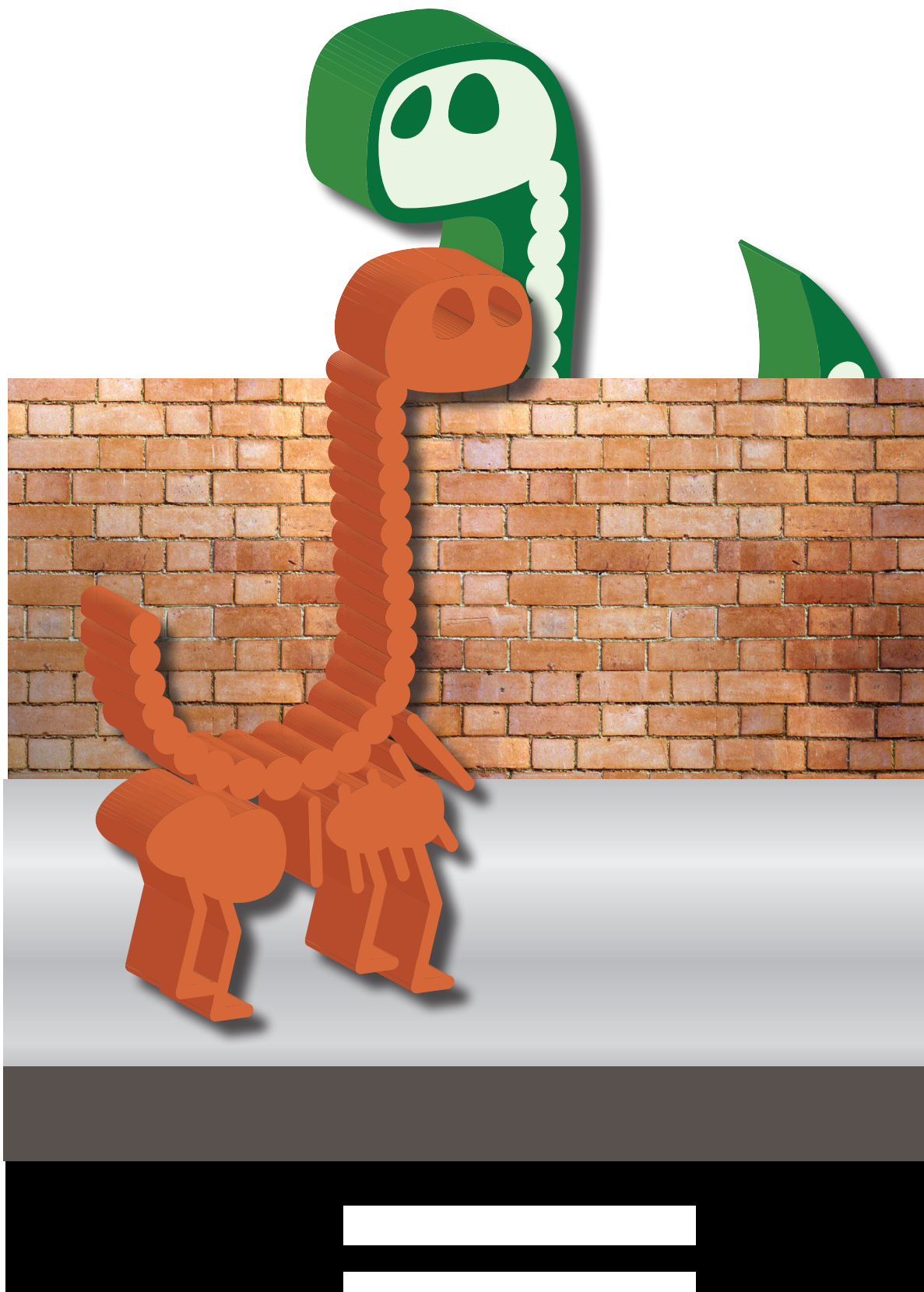
Tema: Fósiles

Inspiración: huesos, dinosaurios, bancas, juego, petróleo, huellas, esqueletos, colores, textura.

Elementos a trabajar: franjas peatonales, muros y señalización.









4.4. Conclusiones.

El diseño aplicado en la arquitectura debe ser planeado de acuerdo a las necesidades propias del proyecto, el espacio y la naturaleza para el que estuvo planeado, el presente proyecto fue diseñado tomando en cuenta factores lúdicos, las propuestas hechas surgieron como parte de un bocetaje que aún puede seguir siendo trabajado para ser complementado con otros elementos urbanos más, y aunque en un principio fueron considerados solamente las franjas peatonales, muchos de ellos se extendieron a banquetas y muros.

Los materiales con los que se puede trabajar, así como los espacios con los que contamos nos abren un gran abanico de posibilidades para poder contar y vivir historias, un mensaje debe ser convincente, por lo que hay que tomar en cuenta que cada elemento gráfico estará acompañado de la propia memoria e imaginación del usuario, que generará experiencias propias y al mismo tiempo compartidas con el resto



Bibliografía

Calvino, Italo. (2007) Las ciudades invisibles. Madrid: Ed. Siruela



5

Conclusiones generales



“Vamos a dar importancia a lo que es necesario en el desarrollo del proceso del diseño gráfico que es la libertad y lo lúdico”

Germán Montalvo

Es difícil saber cuando el proyecto ha alcanzado el resultado perfecto, esto se consigue cuando es puesto en marcha y se analizan las respuestas obtenidas de parte del usuario, para el caso del proyecto presente el proceso abarcó una fase de investigación de los elementos del paisaje urbano, elementos del lenguaje visual, los cinco sentidos, la imaginación, la memoria y la interacción de todos estos, el objetivo era intervenir el espacio urbano a través del diseño.

Los estudios realizados para tal fin se fueron realizando por etapas, para que cada una fuera nutriendo a la siguiente, con el tiempo se fueron anexando elementos al ejercicio que en un inicio no habían sido contemplados, pero que mediante la misma investigación comenzaron a surgir y que al final optimizaron el proyecto.

La imaginación, la memoria, los sentidos y la dialogía fueron parteaguas para la realización de la propuesta, sobre todo porque ésta tiene un carácter de lúdico, además de que el proyecto no sólo se considero para una calle en específico, sino para cualquier calle de cualquier ciudad.

El diseño en el espacio se ha trabajado para que sea funcional, único, visible, entretenido, informativo, entre otras características. Su finalidad se remite a que debe de facilitar la complejidad de las instrucciones de los diferentes elementos que hay a nuestro alrededor, nos provee información que nos abra alternativas, que nos haga entender el entorno o que disminuya el estrés de una persona ante una situación específica, como lo sería un señalamiento adecuado en el aeropuerto de un país de habla distinta a la nuestra.



A través del diseño se puede estimular la creatividad, generar ambientes agradables o nada placenteros en los que se desenvuelva la persona, se puede conectar el entorno con el usuario o alejarlo por completo.

El mundo en el que nos movemos no sólo se encuentra en movimiento propio, nosotros a través de nuestro caminar, sentir y vivir le vamos sumando valores diferentes. El diseño debe de ir evolucionando y marchando por delante de la persona, ya que debe irle facilitando el estar; la cultura visual como parte de su información constante, el significado de colores y formas en complemento de cada mensaje.

Y aunque parecieran elementos mundanos, cada elemento del lenguaje visual y del diseño gráfico en el espacio urbano se debe diseñar dependiendo de las personas que lo van a ocupar, con las que va a entablar un contacto, debe ser flexible y cambiar en el momento en que las necesidades hayan también evolucionado.



Glosario

Bibliografía

Índice de imágenes



Glosario

Ambush:

Técnica BTL. Emboscada, cuando se utiliza un elemento existente para colocar otro que no tiene que ver con la marca, pero que le sirve para anunciarse.

Arquitectura del paisaje.

Arte, espacialidad o profesión que trata del proyecto, ordenación o modificación de los rasgos de un paisaje, por razones estéticas o prácticas también llamado paisajismo.

BTL:

Below The Line. Técnicas publicitarias que se utilizan en medios alternos como lo son: eventos, activaciones, POP, ambient, ambush, etc.

Corpus.

Conjunto extenso de textos de diversas clases, ordenados y clasificados que sirven como base de una investigación.

Diseño ambiental.

Ordenación del medio físico por medio de la arquitectura, la ingeniería, la construcción, la arquitectura del paisaje, el diseño urbano y planteamiento urbano.

Diseño urbano.

Disciplina proyectual que debe acometer el diseño específico de cada espacio urbano y el diseño de los elementos urbanos.



Elementos urbanos.

Son objetos que se utilizan y se integran en el paisaje urbano, y deben ser comprensibles para el ciudadano.

Espacio público.

Extensión de terreno de propiedad o uso común por parte de propiedad de uso común por parte de los residentes de una comunidad, generalmente una plaza o parque en una ciudad o pueblo.

Estructura, s. f.

1. Conjunto de relaciones que mantienen entre sí las partes de un todo
2. Conjunto de piezas o elementos que sirve de soporte rígido de algo, especialmente de una construcción

Etnografía, f.

El estudio sistemático de una cultura de manera inductiva (sin hipótesis ni controles). Por medio de la observación de un flujo indiscriminado de comportamientos, el investigador pretende definir los objetivos y valores subyacentes a éstos. Los métodos etnográficos de investigación (p. ej.: observación por video, análisis contextual) han resultado extremadamente útiles para el proceso de captación de necesidades.

Imagen

La imagen es un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del universo perceptivo (entorno visual) susceptible de persistir a través de la duración y que constituye uno de los componentes principales de los mass media.

Las imágenes son fragmentos de cosas visibles, o visuales, del entorno y/o de la imaginación, y su



carácter fundamental es la representación.

Intersticio.

m. Hendidura o espacio que media entre dos cuerpos o entre dos partes de un mismo cuerpo.

Metadiseño.

m. Con el que se diseña más allá del producto.

Onomatopeya (armonía imitativa o parequesis).

Expresión cuya composición fonémica produce un efecto fónico que sugiere la acción o el objeto significado por ella, debido a que entre ambos existe una relación a la que tradicionalmente se ha aludido llamándola imitación, diciendo que las onomatopeyas imitan los sonidos significados por ellas: tic/tac, cloquear, aullido, rugido, piar, roncar, borbotón, maullido, ronroneo, quiquiriquí, turbulento, etc.

Pensamiento radial o Mapa mental.

Forma de indagación mental que permite explorar de forma rápida el alcance de un problemam tema o materia.

Planteamiento urbano.

Actividad o profesión encaminada a determinar las futuras organizaciones físicas y la condición de una comunidad, incluyendo una valoración de las condiciones actuales, una previsión de los requerimientos futuros, un plan para el cumplimiento de tales requerimientos y propuestas de medidas legales, financieras y estructurales para la ejecución del plan. También recibe el nombre de planificación urbana u ordenación urbana.



Rasante.

adj. [Cuerpo] que pasa rozando ligeramente otro.

Simbiosis

f. Asociación de individuos animales o vegetales de diferentes especies, en la que ambos asociados sacan provecho de la vida común.



Índice de imágenes

Imagen I. En la calle hago de todo porque es mía, recuperado de

https://lh3.googleusercontent.com/proxy/N6SVIBM3dZeE6iHX2wWtJvOYOP9P3EgUu6wYoqq2shUgcwSsRNJHF4ApzcJetm8aKHG9_Zkh3_wITsaNxOX_CGjnG9DJagQU04Glu-VyPVxTw=w506-h379

Imagen 1. 31 de mayo: Día internacional sin humo, recuperado de

<http://www.conlacamara.com/2012/06/31-de-mayo-dia-mundial-sin-humo-de.html>

Imagen 2. Intervención urbana, recuperado de

<http://www.kelp.cl/2010/07/intervencion-urbana.html>

Imagen 3. Intervención urbana, recuperado de

<http://www.arteycritica.org/criticas-de-arte/festival-de-intervencion-urbana-hecho-en-casa/>

Imagen 4. Ciudad 2, recuperado de

<http://nomadaq.blogspot.mx/2011/08/mark-jenkinspaint-your-city.html>

Imagen 5. Ciudad 4, recuperado de

<http://nomadaq.blogspot.mx/2011/08/mark-jenkinspaint-your-city.html>

Imagen 6. Caseta de teléfono: Pez dorado, recuperado de

<http://www.bitrebels.com/design/phone-booth-goldfish-aquariums/>

Imagen 7. Altura, recuperado de <https://twitter.com/ilusionOptica>



Imagen 8. Red Ball, recuperado de

<http://anythingbrilliant.com/home/?tag=red-ball-project>

Imagen 9. Patito de hule gigante, recuperado de

<http://www.elmanana.com/fotogaleria/patitodehulegiganteadornasidney/1915656>

Imagen 10. Basurero original, recuperado de

<http://www.dimelaneta.com/basureros-muy-originales/>

Imagen 11. Banca original, recuperado de

<http://chermay.metroblog.com/labels/chucherias/page/3>

Imagen 12. Whall-Holla, recuperado de

<http://www.popsci.com/technology/gallery/2012-01/gallery-playgrounds-tomorrow?image=2>

Imagen 13. Banquetas, recuperado de

<http://tedroden.tumblr.com/post/27617342/fred-wilson-i-love-urban-art-this-is-so-cool>

Imagen 14. Sonata, recuperado de

<http://crowdsourcedc.com/sub-bentry/100-urban-interventions-in-1-day-event/>

Imagen 15. IBM, recuperado de

<http://www.eblog.com.ar/17278/el-hombre-logo/>



Imagen 16. El valor de las calles, recuperado de

<http://an-baeza.blogspot.mx/2011/06/roadsworth-el-valor-de-las-calles.html>

Imagen 17. Libros en las calles para compartir, recuperado de

<http://www.plataformaurbana.cl/archive/2012/04/29/intervencion-urbana-libros-en-las-calles-para-compartir-y-gratis/portada2-8/>

Imagen 18. Cancha, recuperado de

<http://noticias.arq.com.mx/Detalles/11489.html#.UqE7UWRDuDk>

Imagen 19. Cerveza, recuperado de

<http://www.interactivity.com.ar/wp-content/uploads/2011/08/intervencion-urbana-cerveza.jpg>

Imagen 20. Art eggcident 1, recuperado de

<http://issole.blogspot.mx/>

Imagen 21. Art eggcident 2, recuperado de

<http://issole.blogspot.mx/>

Imagen 22. Intervenciones de color, recuperado de

<http://mundodisparate.blogspot.mx/2011/04/intervenciones-en-el-espacio-urbano.html>

Imagen 23. Cosas que me gusta hacer, recuperado de

<http://www.plataformaurbana.cl/archive/2012/06/17/intervencion-urbana-cosas-que-me-gusta-hacer-porque-si-iii-2/colorida-intervencion-urbana-en-calle-nueva-york-3/>



Imagen 24. Los Simpsons, recuperado de

<http://www.quecanteo.com/tag/arte-urbano/>

Imagen 25. Grillete, recuperado de

http://img.corcholat.com/img/el_arte_urbano_de_peter_gibson_0Z1_wide.jpg

Imagen 26. Sombras, recuperado de

http://carfree.mx/mx/wp-content/uploads/2011/07/thumb_20080714231931_vultures.jpg

Imagen 27. Debajo de la tierra, recuperado de

http://4.bp.blogspot.com/-uIXerDi_H0Y/US_Q5tC1TgI/AAAAAAAAAGEU/LHFQEArPrSY/s1600/3d+Street+Art02.jpg

Imagen 28. Nikita Nomerz 6, recuperado de

<http://www.mundoflaneur.com/wp-content/uploads/2012/04/Nikita-Nomerz-Street-Art-6.jpg>

Imagen 29. Ernest Zacharevic Italia 4, recuperado de

http://img.trendenciaslifestyle.com/2013/08/ernest_zacharevic_italy_04a.jpg

Imagen 30. Hola cariño, Bratislava Eslovaquia, recuperado de

<http://www.taringa.net/posts/imagenes/16134377/Lo-mejor-del-arte-callejero-en-el-2012.html>

Imagen 31. Paris, Francia, recuperado de

<http://www.taringa.net/posts/imagenes/16134377/Lo-mejor-del-arte-callejero-en-el-2012.html>

Imagen 32. Londres, Reino Unido, recuperado de



<http://www.taringa.net/posts/imagenes/16134377/Lo-mejor-del-arte-callejero-en-el-2012.html>

Imagen 33. Guerrilla colilla y chicle masticado, recuperado de

<http://informabtlcdnzone.grupodecomunicac.netdna-cdn.com/wp-content/uploads/2012/06/sncf-incivility.-ambient-outdoor.jpg>

Imagen 34. Street art by Oakoak, recuperado de

<http://www.123inspiration.com/wp-content/uploads/2014/03/Street-Art-by-oakoak-10.jpg>

Imagen 35. Eclipse, recuperado de

<http://www.arte-en-la-calle.com/2014/05/07/sol-y-sombra/>

Imagen 36. Parasol inteligente, recuperado de

http://www.archdaily.mx/291946/urban-parasol-diseno-mexicano-inteligente-que-reducira-la-contaminacion-en-paris/52fd24f5e8e44e3cd0000df_urban-parasol-dise-o-mexicano-inteligente-que-reducir-la-contaminaci-n-en-paris_parasol-inteligente-jpg/

Imagen 37. Bicicletas en el agua, recuperado de

<http://www.caracasbtl.com/news/fascinantes-esculturas-de-bicicletas-sobre-el-canal-frances/>

Imagen 38. Claes Oldenburg, recuperado de

<http://3.bp.blogspot.com/-qgQOj6BOWdo/UYdwXvJx3gl/AAAAAAAAAZcw/0Dxy2mXrseU/s640/giant-sculptures-01.jpg>

Imagen 39. Bicicletas en Berlin, recuperado de

http://www.javahe.eu/tl_files/fotogalerie/Strassenkunst/Strassenkunst_47.jpg



Imagen 40. Soft Rocker 1, recuperado de

<http://www.mypinkadvisor.com/wp-content/uploads/2011/12/Soft-Rocker-1.jpg>

Imagen 41. Soft Rocker 2, recuperado de

<http://www.mypinkadvisor.com/wp-content/uploads/2011/12/Soft-Rocker-2.jpg>

Imagen 42. City Lounge 1, recuperado de

http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/d/da/City_Lounge_0215.jpg

Imagen 43. City Lounge 2, recuperado de

<http://2.bp.blogspot.com/-169R1Au7dqA/TvCQ0m1RCcl/AAAAAAAAACM/PzgLJTHxTN8/s1600/cc68a0816a.jpg>

Imagen 44. City Lounge 3, recuperado de

http://www.lostateminor.com/wp-content/uploads/2007/08/establish_picture-stadt-lounge-laem.JPG

Imagen 45. City Lounge 4, recuperado de

http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/6d/City_Lounge_0218.jpg

Imagen 46. City Lounge 5, recuperado de

<http://archide.files.wordpress.com/2008/11/city-lounge21.jpg>

Imagen 47. City Lounge 6, recuperado de

<http://europaconcorsi.com/projects/147522-Carlos-Martinez-Pipilotti-Rist-City-lounge-in-St-Gallen/images/2193800>



Imagen 48. City Lounge 7, recuperado de

<http://static.panoramio.com/photos/large/18950024.jpg>

Imagen 49. City Lounge 8, recuperado de

<http://www.the-dreamhome.com/wp-content/uploads/2011/04/Outdoor-Living-Room-City-Lounge.jpg>

Imagen 50. City Lounge 9, recuperado de

<http://www.the-dreamhome.com/wp-content/uploads/2011/04/City-Loung-Red-Chair-Design.jpg>

Imagen 51. Logotipo México 68 diseño de Lance Wyman

Imagen 52. Logotipo tridimensional en la explanada de la Villa Olímpica: Diseñando México 68: una identidad olímpica (2008:75)

Imagen 53. Logotipo tridimensional en el Colegio Oxford: Diseñando México 68: una identidad olímpica (2008:74)

Imagen 54. Modelo a escala para Judas: Diseñando México 68: una identidad olímpica (2008:83)

Imagen 55. Judas Auditorio Nacional: Diseñando México 68: una identidad olímpica (2008:83)

Imagen 56. Judas Ciudad Deportiva: Diseñando México 68: una identidad olímpica (2008:83)

Imagen 57. Globos olímpicos, recuperado de:

<http://photos1.blogger.com/blogger/544/1597/1600/globos68Wy.jpg>



Imagen 58. Mobiliario de señalización urbana: Diseñando México 68: una identidad olímpica (2008:82)

Imagen 59. Mobiliario de señalización urbana: Diseñando México 68: una identidad olímpica (2008:82)

Imagen 60. Mobiliario de señalización urbana: Diseñando México 68: una identidad olímpica (2008:82)

Imagen 61. Explanada del Estadio Azteca. Escultura de Alexander Calder, Sol Rojo 1968. recuperado de : http://37.media.tumblr.com/tumblr_loqxjySqRN1qez8tmo1_400.jpg

Imagen 62. Muro articulado Herbert Bayer. recuperado http://fotos.eluniversal.com.mx/web_img/fotogaleria/ruta_amistad_nueva_obra.jpg

Imagen 63. Tertulia de Gigantes Joop J. Beljon. recuperado <http://www.gstriatum.com/info/images/stories/ruta%20amistad.jpg>

Imagen 64. Abel Quezada, recuperado de: <http://img.informador.com.mx/biblioteca/imagen/370x277/97/96297.jpg>

Imagen 65. Paloma, recuperado de: <http://revistahaus.com/olimpiadas-mexico-68/>

Imagen 66. Pictogramas, recuperado de: <http://www.sorryzorrito.com/wp-content/uploads/tdomf/35396/juegos%20olimpicos.jpg>

Imagen 67. Pictogramas, recuperado de:



http://moisesmansur.files.wordpress.com/2012/08/mexico68_13.jpg

Imagen 68. Timbres postales, recuperado de:

<http://2.bp.blogspot.com/-tM60obakp2M/UEbdmN2ge4I/AAAAAAAAAh8/O6fhAzn1QZQ/s1600/OLIMPICOS68014.jpg>

Imagen 69: Bocetos, recuperado de:

http://moisesmansur.files.wordpress.com/2012/08/mexico68_01.jpg

Imagen 70: Bocetos, recuperado de:

http://moisesmansur.files.wordpress.com/2012/08/mexico68_08.jpg

Imagen 71: Logotipo, recuperado de:

<http://www.theprisma.co.uk/wp-content/uploads/2012/06/olimpicos-en-la-tierra1.jpg>

Imagen 72: Pendones, recuperado de:

http://moisesmansur.files.wordpress.com/2012/08/mexico68_30.jpg

Imagen 73: Uniformes, recuperado de:

http://moisesmansur.files.wordpress.com/2012/08/mexico68_26a.jpg

Imagen 74: Logotipo tridimensional, recuperado de:

http://moisesmansur.files.wordpress.com/2012/08/mexico68_05.jpg

Imagen 75: Corazoles 1, recuperado de:

<http://www.andares.mx/images/quehay/corazoles2.jpg>



Imagen 76: Corazoles 2, recuperado de:

<http://www.andares.mx/quehay/corazoles.html>

Imagen 77: Corazoles 3 Sodi Pastrana, recuperado de:

http://2.bp.blogspot.com/-A_VfQIBN3vE/T-p_u_nd9mI/AAAAAAAAANc/ZsguaGz-dJQ/s1600/SoidPastrana%5B1%5D.jpg

Imagen 78: Corazoles 4 José Bayro, recuperado de:

<http://www.corazolesenpuebla.com/artistas.php?selection=artistas>

Imagen 79: Corazoles 5 Paz Cohen, recuperado de:

<http://www.corazolesenpuebla.com/artistas.php?selection=artistas>

Imagen 80: Corazoles 6 Mario Benedetti, recuperado de:

<http://www.corazolesenpuebla.com/artistas.php?selection=artistas>

Imagen 81: Corazoles 7 Eugenia Marcos, recuperado de:

<http://www.corazolesenpuebla.com/artistas.php?selection=artistas>

Imagen 82. Intervenciones en el espacio público, recuperado de:

http://www.plataformaurbana.cl/wp-content/uploads/2012/08/1343915695_curo_garden_3____stefanie_de_clercq-528x351.jpg

Imagen 83. Flores en el ático, Andrea Acosta, recuperado de:

<http://www.floresenelatico.es/imagenes/reverso8.jpg>



Imagen 84. Tostador gigante, recuperado de:

http://www.laslentejas.com/wp-content/uploads/2011/01/marquesina_tostador.jpg

Imagen 85. Café caliente, recuperado de:

http://4.bp.blogspot.com/_76OPMBZVs6s/SvhnukoTA7I/AAAAAAAAAQ4/vIU9OXY7NAY/s1600-h/mk+guatemala.jpg

Imagen 86. Aprende a apreciar la música clásica, recuperado de:

<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/4b/24/63/4b2463cb2bf9e4a73fa7722d02b96822.jpg>

Imagen 87. Sombrillas, recuperado de:

http://www.aga-estudiocreativo.com/images/placeholder/portfolio/lightbox/01_r.jpg

Imagen 88. Sombrillas, recuperado de:

<http://www.eribertocaria.com/wp-content/uploads/2012/08/aguada-umbrella-eribertocaria1-480x717.jpg>

Imagen 89. ¿Sabes dónde estás parado? Muro de Berlín - Puerta de Brandenburgo, recuperado de:

<http://adictamente.blogspot.mx/2013/04/sabes-donde-estas-parado-uniendo-el.html>

Imagen 90. Pasos peatonales, recuperado de:

<http://www.paissano.com/wp-content/uploads/2014/12/pasos-cebra-pintados-advertencia-peatonales.jpg>

Imagen 91. Imaginación, creatividad e innovación, recuperado de:



http://media.tumblr.com/tumblr_ma3da8hofC1qkk6zk.jpg

Imagen 92. Aparca bicicletas, recuperado de:

<https://cronoramia.files.wordpress.com/2010/09/aparcabiciscoche.jpg>

Imagen 93. Boom!. Trazo

Imagen 94. Logotipo I love New York ®. Milton Glaser.

Imagen 95. Logotipo Puebla ¡Mi mero mole!

Imagen 96. Pabellón, recuperado de:

http://diariodesign.com/wp-content/uploads/2011/07/026-Orange11h45_18.jpg

Imagen 97. Burbujas, recuperado de:

http://4.bp.blogspot.com/-6TQ6JnNA_Yc/UW8TknnRIul/AAAAAAAAAvk/I25t-TVxVpM/s320/01_arquitectura+ef%C3%ADmera+1.jpg

Imagen 98. Descansando, recuperado de:

<http://www.emergenciaemergenciaemergencia.com/revista/files/6913/5742/2026/azevedo2.jpg>

Imagen 99. Papas al sol, recuperado de:

<http://blog.abilia.mx/wp-content/uploads/2013/07/peter-pink-potatoes-designboom-14.jpg>

Imagen 100: Las ciudades y la memoria 1. Las ciudades invisibles. Italo Kalvino



Imagen 101. Bus, recuperado de:

<http://www.sabesdedonde.es/lugares/wp-content/uploads/sites/2/2015/01/Bus1.jpg>

Imagen 102. Dream Big, recuperado de:

https://marketingdiscovers.files.wordpress.com/2015/02/marcando_tendencia_marquesina_paradas_autobus_originales_divertidas_bus_stop_shelter_rosa_barbie.png

Imagen 103. Kit Kat, recuperado de:

<http://casasincreibles.com/wp-content/uploads/2015/05/anuncios04.png>

Imagen 104. Piano, recuperado de:

<http://blogs.lainformacion.com/futuretech/files/2012/02/ped-chopin.jpg>

Imagen 105. Slow Down, recuperado de:

<http://fress.co/wp-content/uploads/2014/07/2010.jpg>

Imagen 106. Snoopy, recuperado de:

<https://www.tecnocarreteras.es/wp-content/uploads/sites/2/2015/03/616-disenos-curiosos-y-sorprendentes-de-los-pasos-de-cebra.jpg>

Imagen 107. Pacman, recuperado de:

<https://arquitecturaenlanube.files.wordpress.com/2015/02/cebra9.jpg?w=300&h=267>

Imagen 108. Abbey-Road, recuperado de:

<http://www.birdfaster.com/wp-content/uploads/2014/09/Abbey-Road.jpg>



Índice de gráficas

Gráfica 1. Metodología de diseño: Imagen urbana (Bazant 2011: 82)

Gráfica 2. Interacción de los componentes de la estructura espacial urbana (Bazant 2011: 24)

Gráfica 3. Transformaciones del diseño: La experiencia del diseño (Press 2007: 109)

Gráfica 4. El valor de los objetos según una cadena de medios para un fin y la interpretación del diseño La experiencia del diseño (Press 2007: 61)

Gráfica 5. Teoría de la comunicación.

Gráfica 6. Comunicación y cambio de actitud. El modelo de Hovland (Wolf 1975: 52)

Gráfica 7: El susurro a través de los sentidos

Gráfica 8: Los 5 sentidos

Gráfica 9: Escala de necesidades de Maslow

Gráfica 10: Motivos de compra, Hatwwick

Gráfica 11: Metodología del Diseño

Gráfica 12: Etapas de investigación

Gráfica 13: Lluvia de ideas: sentidos. Imagen del autor R.C.G.R.

Gráfica 14: Lluvia de ideas: calles. Imagen del autor R.C.G.R.

Gráfica 15: Lluvia de ideas: objetos a intervenir. Imagen del autor R.C.G.R.



Bibliografía

- (2007) Arquitectura del paisaje: mobiliario urbano. Ed. Monsa
- (1992) Biblioteca Atrium del Escaparatismo. Ed. Atrium
- (2008) Diseñando México 68: una identidad olímpica. México: Ed. Landuci
- (2014) Habla ciudad. México: Ed. Arquine
- Acaso, María. (2006). El lenguaje visual. Barcelona: Ed.Paidós.
- Aicher, Otl. (1994) El mundo como proyecto.Barcelona: Ed GG
- Arango Cardinal, Silvia. (2012). Ciudad y arquitectura. México: Ed. Fondo de cultura Económica.
- Auge, Marc. (2000). Los no lugares: Espacios del anonimato. Barcelona: Ed. Gedisa
- Bazant, Jan (2011) Manual de diseño urbano. México: Ed Trillas.
- Belluccia, Raúl. (2007). El diseño gráfico y su enseñanza. Buenos Aires: Ed. Paidós.
- Beristáin, Helena (2004). Retórica y poética. México: Ed. Porrúa
- Borja, Jordi. (2000) El espacio público, ciudad y ciudadanía.
- Calvino, Italo. (2007) Las ciudades invisibles. Madrid: Ed. Siruela
- Castells, Manuel () La cuestión urbano. México: Ed. Sigglo XXI
- Castells, Manuel () Movimientos sociales urbanos. México: Ed. Sigglo XXI
- Ching, Francis D. K. (2005) Diccionario visual de arquitectura. Barcelona: Ed. GG.
- Corral y Bécker. Carlos (2011) Lineamientos del diseño urbano. México: Ed. Trillas
- Costa, Joan (1989) Señalética. Barcelona: Ed. Enciclopedia del diseño.
- Costa, Joan (1999) La comunicación en acción. Informe sobre la nueva cultura de la gestión. Barcelona: Ed. Paidós
- Costa, Joan. (1998). La esquemática. Barcelona: Ed.Paidós.
- Costa, Joan. (2003). Diseñar para los ojos. Bolivia: Ed.Design.
- Ducci, María Elena (2012) Conceptos básicos de urbanismo. México Ed. Trillas
- Espinosa Fernández, Enrique Ignacio (2013) Distancias Caminables. México: Ed. Trillas



- Frascara, Jorge. (2000). Diseño gráfico para la gente. Buenos Aires: Ed. Infinito.
- Frascara, Jorge. (2006). El diseño de comunicación. Buenos Aires: Ed. Infinito.
- Frutiger, Adrian. (2002). Signos, Símbolos, Marcas, Señales. Barcelona: Ed. GG.
- González Ochoa César. (2007). El significado del diseño y la construcción del entorno. México: Ed. Designio Teoría y práctica.
- Heskett, Jonh (2005). El diseño en la vida cotidiana. Barcelona: Ed. GG.
- Joshep María Montaner, Sistemas arquitectónicos contemporaneos. Ed GG
- Koolhaas, Rem. (2004) Delirio de Nueva York. Barcelona: Ed. GG
- Kotanyi A. y Vaneigem R. (2006) Urbanismo situacionista. Barcelona: Ed. GG
- Krier, Rob (1981) El espacio urbano. Barcelona: Ed GG
- Lidwell, William. Holden, Kritina. Butler, Jill. (2005) Principios universales del diseño. Barcelona Ed. Blume
- Llovet, Jordi. (1979). Ideología y metodología del diseño. Barcelona: Ed: GG
- Locker, Pam. (2011). Diseño de exposiciones. Barcelona: Ed. GG.
- Lynch, Kevin (2012) La imagen de la ciudad. Barcelona: Ed. GG
- Moya, Luis (2011) La práctica del Urbanismo. Madrid: Ed. Síntesis
- Munizaga Vigil, Gustavo (1992) Diseño Urbano. México: Ed. Alfaomega.
- Muntañola, Josep. (1974) La arquitectura como lugar. Barcelona. Ed. GG
- Muxí, Zaida (2004). La arquitectura de la ciudad global. Barcelona: Ed. GG
- Pallasmaa Juhani (2012) Los ojos de la piel. Barcelona. Ed. GG
- Poch, Arcadi. Poch, Daniela. (2013). Creaticity. Barcelona: Ed. Lemo.
- Press, Mike. Cooper, Rachel (2007) El diseño como experiencia. Barcelona: GG
- Regalado Baeza, María Eugenia. (2007). Lectura de imágenes. Elementos para la alfabetización visual. México: Ed.Plaza y Valdés.
- Rossi, Aldo. (2012) La arquitectura de la ciudad. Barcelona. Ed. GG
- Ruíz de la Puerta, Felix (2009) Arquitecturas de la Memoria. Madrid: Ed. Akal



Sarquis, Jorge (2012) *Arquitectura y modos de habitar*. Colombia: Ediciones de la U Nobuko.

Serra, Josep Ma. (2002) *Elementos Urbanos: mobiliario y microarquitectura*. Barcelona: Ed. GG

Simón Sol, Gabriel (2009) *La trama del diseño*. México: Ed Designio, Teoría y práctica.

Troconi, Giovanni (2010) *Diseño gráfico en México 100 años*. México: Ed. Artes de México y Universidad Autónoma Metropolitana

Wall, Alex (2005) *From urban shop to New City*. Barcelona: Ed Actar

Weston, Richard (2011) *100 ideas that changed Architecture*. London: Ed. Lawrence King

White, Edward T. (2009) *Manual del conceptos de formas arquitectónicas*. México: Ed. Trillas

Wong, Wuicius (1991) *Fundamentos del diseño bi y tridimensional*. Barcelona. Ed. GG



Bibliografía Cronológica

(2014) Habla ciudad. México: Ed. Arquine

Espinosa Fernández, Enrique Ignacio (2013) Distancias Caminables. México: Ed. Trillas

Poch, Arcadi. Poch, Daniela. (2013). Creativity. Barcelona: Ed. Lemo.

Arango Cardinal, Silvia. (2012). Ciudad y arquitectura. México: Ed. Fondo de cultura Económica.

Pallasmaa Juhani (2012) Los ojos de la piel. Barcelona. Ed. GG

Ducci, María Elena (2012) Conceptos básicos de urbanismo. México Ed. Trillas

Lynch, Kevin (2012) La imagen de la ciudad. Barcelona: Ed. GG

(Rossi, Aldo. (2012) La arquitectura de la ciudad. Barcelona. Ed. GG

Sarquis, Jorge (2012) Arquitectura y modos de habitar. Colombia: Ediciones de la U Nobuko.

Bazant, Jan (2011) Manual de diseño urbano. México: Ed Trillas.

Corral y Bécker. Carlos (2011) Lineamientos del diseño urbano. México: Ed. Trillas

Locker, Pam. (2011). Diseño de exposiciones. Barcelona: Ed. GG.

Moya, Luis (2011) La práctica del Urbanismo. Madrid: Ed. Síntesis

Weston, Richard (2011) 100 ideas that changed Architecture. London: Ed. Lawrence King

Troconi, Giovanni (2010) Diseño gráfico en México 100 años. México: Ed. Artes de México y
Universidad Autónoma Metropolitana

Ruíz de la Puerta, Felix (2009) Arquitecturas de la Memoria. Madrid: Ed. Akal

Simón Sol, Gabriel (2009) La trama del diseño. México: Ed Designio, Teoría y práctica.

White, Edward T. (2009) Manual del conceptos de formas arquitectónicas. México: Ed. Trillas

(2007) Arquitectura del paisaje: mobiliario urbano. Ed. Monsa

(2008) Diseñando México 68: una identidad olímpica. México: Ed. Landuci

Belluccia, Raúl. (2007). El diseño gráfico y su enseñanza. Buenos Aires: Ed. Paidós.

Calvino, Italo. (2007) Las ciudades invisibles. Madrid: Ed. Siruela

González Ochoa César. (2007). El significado del diseño y la construcción del entorno. México: Ed.



Designio Teoría y práctica.

Press, Mike. Cooper, Rachel (2007) El diseño como experiencia. Barcelona: GG

Regalado Baeza, María Eugenia. (2007). Lectura de imágenes. Elementos para la alfabetización visual. México: Ed.Plaza y Valdés.

Acaso, María. (2006). El lenguaje visual. Barcelona: Ed.Paidós.

Frascara, Jorge. (2006). El diseño de comunicación. Buenos Aires: Ed. Infinito.

Kotanyi A. y Vaneigem R. (2006) Urbanismo situacionista. Barcelona: Ed. GG

Ching, Francis D. K. (2005) Diccionario visual de arquitectura. Barcelona: Ed. GG.

Heskett, Jonh (2005). El diseño en la vida cotidiana. Barcelona: Ed. GG.

Lidwell, William. Holden, Kritina. Butler, Jill. (2005) Principios universales del diseño. Barcelona Ed.

Blume

Wall, Alex (2005) From urban shop to New City. Barcelona: Ed Actar

Beristáin, Helena (2004). Retórica y poética. México: Ed. Porrúa

Koolhaas, Rem. (2004) Delirio de Nueva York. Barcelona: Ed. GG

Muxí, Zaida (2004). La arquitectura de la ciudad global. Barcelona: Ed. GG

Costa, Joan. (2003). Diseñar para los ojos. Bolivia: Ed.Design.

Serra, Josep Ma. (2002) Elementos Urbanos: mobiliario y microarquitectura. Barcelona: Ed. GG

Frutiger, Adrian. (2002). Signos, Símbolos, Marcas, Señales. Barcelona: Ed. GG.

Auge, Marc. (2000). Los no lugares: Espacios del anonimato. Barcelona: Ed. Gedisa

Borja, Jordi. (2000) El espacio público, ciudad y ciudadanía.

Frascara, Jorge. (2000). Diseño gráfico para la gente. Buenos Aires: Ed. Infinito.

Costa, Joan (1999) La comunicación en acción. Informe sobre la nueva cultura de la gestión.

Barcelona: Ed. Paidós

Costa, Joan. (1998). La esquemática. Barcelona: Ed.Paidós.

Costa, Joan. (1989). Señalética. Barcelona: Ed.Enciclopedia del diseño.

Aicher, Otl. (1994) El mundo como proyecto.Barcelona: Ed GG



Munizaga Vigil, Gustavo (1992) Diseño Urbano. México: Ed. Alfaomega.

Wong, Wuicius (1991) Fundamentos del diseño bi y tridimensional. Barcelona. Ed. GG

(1992) Biblioteca Atrium del Escaparatismo. Ed. Atrium

Krier, Rob (1981) El espacio urbano. Barcelona: Ed GG

Llovet, Jordi. (1979). Ideología y metodología del diseño. Barcelona: Ed: GG

Muntañola, Josep. (1974) La arquitectura como lugar. Barcelona. Ed. GG

Castells, Manuel () La cuestión urbano. México: Ed. Siglo XXI

Castells, Manuel () Movimientos sociales urbanos. México: Ed. Siglo XXI

Joshep María Montaner, Sistemas arquitectónicos contemporaneos. Ed GG



Sitografía

Memoria (n.d.) Consultado el 22 de febrero del 2015, Enciclonet. página web:

<http://www.enciclonet.com/busqueda?q=memoria>

Imaginación (n.d.) Consultado el 22 de febrero del 2015. Enciclonet. página web.

<http://www.enciclonet.com/busqueda?q=imaginaci%F3n&t=0>

Lúdico (n.d.) Consultado el 16 de mayo del 2015. Enciclonet. página web.

<http://www.enciclonet.com/busqueda?q=l%FAdico>