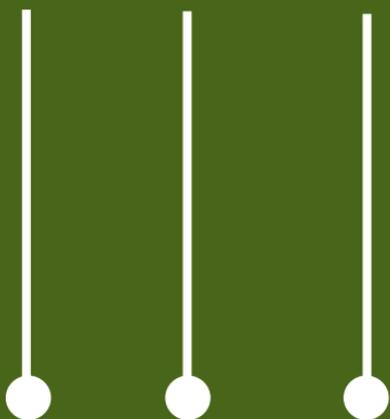




Diseño de elementos gráficos con
materiales no tradicionales y ecológicos





DEDICATORIA

A Jehová por darme la oportunidad de vivir la experiencia de la vida por ser mi guía por ayudarme a seguir adelante.

A las personas más especiales y únicas en mi vida, esas personas que encendieron la luz de mi vida y siempre me han ayudado a mantenerla encendida, a las personas que han sido mis soportes y con sacrificio me han sacado adelante, a las personas que con su ejemplo de lucha y de valentía, coraje y amor me hicieron lo que ahora soy una mujer de bien.

Gracias papis Carlos y Rocío los quiero.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Jehová por todas las bendiciones que me ha dado. A mis padres por su cariño y por ayudarme a realizar todo el prototipo de mi tesis aguantando mis mal genios, a mis hermanas Michelle y Cari por crecer conmigo y por ser lo mejor. A los profes de la U por compartir sus conocimientos conmigo, Esteban, Cata, Rafa y Toa por guiar este proyecto e incentivar me para hacer las cosas de la mejor manera. A mis amigos Joshe, Gaby, Paty, Blanquita, Paul, Marco a mi mix Andrea y a todos mis compañeros que hicieron de la U, una de las etapas más alegres de mi vida.

CONTENIDO

Capítulo uno Diagnóstico (Fase 1)

1 Medio Ambiente	17
1.1 Degradación Ambiental	19
2. El Diseño y el Problema Ambiental	23
2.1 El papel	24
2.2 Tintas	29
3 Propuestas de Soluciones	35
3.1 Publicidad Ecológica	36
3.2 Publicidad Guerrilla	38
3.3 Publicidad Alternativa	39
3.4 Marketing Social	40
3.5 Marketing Ecológico	41
3.6 Anamorfosis y Perspectiva	44
3.7 Retículas	47
3.8 Pixel	49
3.9 Psicofísica del Color	50

(Fase 2)

4 Diseño de Jardines	54
4.1 Jardinería	55
4.2 Cultivo de Plantas	56
4.3 Plantas Ornamentales	62
4.4 Lista de Plantas	65

5 Homólogos	69
--------------------	----

Capítulo dos Programación

6 Target	78
7 Partido de Diseño	79

Capítulo tres Diseño

8 Diseño Experimental	96
8.1 Variantes y Variables	97
8.2 Características de marcas	98
8.3 Proceso de elaboración (T.planos)	99
8.4 Proceso de elaboración (T.pendientes)	101
8.5 Logotipo de Proyecto	105
8.6 Experimentos	111
8.7 Presupuesto	127
8.8 Mantenimiento	128
8.9 Aplicaciones 3D	129
8.10 Conclusiones	135
8.11 Bibliografía	136



RESUMEN

Éste trabajo tiene como objetivo contribuir a reducir el impacto medioambiental causado por los papeles y tintas en las publicidades tradicionales.

El proyecto se realizó apoyado en la teoría de la publicidad, a la cual le añadimos un componente ecológico; así mismo se basó en conceptos básicos de diseño gráfico como principios de impresión, tramas de semitono, la perspectiva, anamorfosis, mallas y retículas.

Utilizando como materiales básicos plantas de diferentes familias, se logró plasmar marcas de empresas en espacios exteriores planos o con pendientes, reemplazando así los soportes tradicionales, y sustituyendo a las tintas de impresión.

ABSTRAC

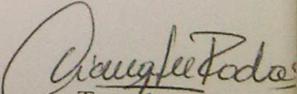
ABSTRACT

The purpose of this project is to contribute with the reduction of the environmental impact caused by the ink and paper used in conventional publications.

This project was based on the publicity theory, adding an ecological component; it was also based on the basic concepts of graphic design, such as impression principles, halftone pattern, perspective, anamorphosis, webs and networks.

By employing basic materials obtained from different types of plants, it was possible to shape the brands of companies in horizontal or sloped exterior areas, which replaced the conventional props and substituted the use of impression with ink.


UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
DPTO. IDIOMAS


Translated by,

Diana Lee Rodas



INTRODUCCIÓN

Hoy en día el medio ambiente es un tema muy polémico, ya que a medida que aumenta el poder del ser humano sobre la naturaleza aparecen nuevas necesidades como consecuencia de la vida en sociedad, el medio ambiente que lo rodea se deteriora cada vez más.

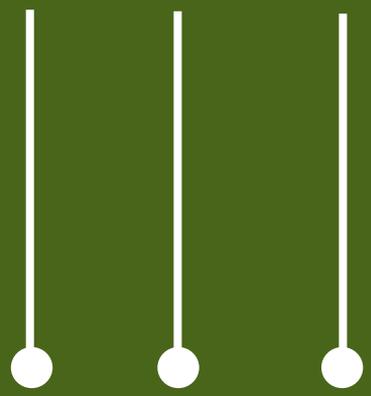
Esta contaminación está acabando con la vida de muchas especies causado por el ser humano y por sus necesidades de comunicación utilizando para ello papeles y tintas de impresión en las publicidades tradicionales.

El proyecto está apoyado en la teoría de la publicidad, donde se adquiere un sentido ecológico al tema, utilizando los conceptos básicos del diseño gráfico, como impresión, tramas de semitono, perspectiva, anamorfosis, mallas retículas, y materiales como tintas y papeles.

En este proyecto se utilizara como recurso o material de impresión elementos ecológicos como las plantas de diferentes familias, para así poder plasmar imágenes de marcas de empresas públicas o privadas de la ciudad de Cuenca, en espacios exteriores como terrenos con pendientes o lugares planos, y así reemplazar a las tintas de impresión y los soportes utilizados a menudo en el medio publicitario.



DIAGNÓSTICO
FASE 1



MEDIO AMBIENTE

“El medio ambiente es el compendio de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y un momento determinado, que influyen en la vida material y psicológica del hombre y en el futuro de generaciones venideras”. (Trushkin, Portalmedioambiente, página web)

En el medio ambiente no solo hace parte del espacio en el cual se desarrollan los seres vivos, si no a su vez abarca a los seres humanos, animales, plantas, objetos, agua, suelo, aire y las relaciones que existen entre ellos.

“El término medio ambiente se refiere a diversos factores y procesos biológicos, ecológicos, físicos y paisajísticos que, además de tener su propia dinámica natural, se entrelazan con las conductas del hombre. Estas interacciones pueden ser de tipo económico, político, social, cultural o con el entorno, y hoy en día son de gran interés para los gobiernos, las empresas, los individuos, los grupos sociales y para la comunidad internacional”. (Quadri, p.22)



F1

DEGRADACIÓN AMBIENTAL

Dentro del medio ambiente existe un término muy común que es la ecología, la cual se encarga de estudiar las relaciones que ocurren entre los diferentes seres vivos y el sitio donde se desarrolla su vida.

Hoy en día existen varios problemas que afectan al medio ambiente, muchos de estos problemas es para producir elementos que necesita el ser humano.



F2

El medio ambiente en la actualidad se está convirtiendo en un tema muy polémico ya que a medida que aumenta el poder del ser humano sobre la naturaleza aparecen nuevas necesidades como consecuencia de la vida en sociedad, el medio ambiente que lo rodea se deteriora cada vez más.

“La contaminación está acabando con la vida de muchas especies. Cada día aumenta su proporción siendo el ser humano el mayor causante de esta avería, sabiendo que el humano, el ser más inteligente sería tan incapaz de cuidar su propio planeta. Ahora estamos en el siglo XXI, ha empeorado las cosas ya que han inventado tantos materiales químicos que están dañando demasiado a nuestro planeta”. (Cisneros del río, La contaminación del medio ambiente, página web)



F3

A continuación se mostrarán algunas causas por las cuales nuestro planeta se degrada cada vez mas.

- “La polución, la basura, la destrucción de la capa de ozono son factores que destruyen al medio ambiente. Puntos principales en contaminación, fábricas que despiden mucho humo que contamina el aire que espiramos.
- La superpoblación está acabando con las áreas verdes, el uso desmesurado de los terrenos de cultivo y los bosques no permite la oxigenación del medio ambiente.
- Los vehículos que también despiden anhídrido carbónico contaminando el aire que respiramos.
- Quema de basura ilógicamente, los desechos tóxicos de fábricas que son arrojados inescrupulosamente a los ríos y mares contaminándolos, llegando hasta en ciertas oportunidades a matar a los animales y peces que viven en esa hábitat”.(Cisneros del Río, página web)

“Lo que el ser humano podría hacer para terminar con la contaminación del medio ambiente es evitar la tala indiscriminada de árboles en los bosques, pues es la única fuente de oxígeno para el planeta. Evitar contaminar los mares y ríos, que nos proporcionan el agua para poder vivir. Crear alguna forma de reciclaje para los desechos tóxicos para no contaminar el planeta. Evitar que la atmósfera de nuestro planeta se siga contaminando con el anhídrido carbónico de los vehículos. Y el no uso de los aerosoles que siguen dañando la capa de ozono.” (Cisneros del Río, página web)

De igual manera la ecología, también se está convirtiendo en un tema cada vez más frecuente en el ámbito del diseño, a su vez en la publicidad porque ¿quién de nosotros no sueña con poder seguir consumiendo y viviendo de una forma tranquila y bien como hasta ahora pero sin hacer daño a nuestro entorno medioambiental?

Como diseñadores es nuestro deber corregir las malas prácticas de la publicidad usando argumentos ecológicos, muchas de las veces la publicidad que se realiza con afiches, trípticos, hojas volantes, no dan el resultado esperado ya que la mayoría de la gente cuando se nos da una hoja volante en la calle, ni siquiera lo alcanzamos a mirar y en ese momento es botado a la basura, o en la misma calle. Y para poder haber realizado dicha hoja volante se necesitó destruir al medio ambiente y a su vez utilizando tintas que de igual manera no ayudan a nuestro ecosistema.

Existen materiales como el papel y las tintas que son utilizadas para la comunicación y publicidad, los cuales para su creación son basados en medios naturales afectando a nuestro entorno medio ambiental.



En este capítulo se tomarán en cuenta dos temas muy importantes, los cuales tratan sobre el uso de tintas y papel para la utilización de la publicidad en la ciudad de Cuenca.



EL PAPEL



“El papel es el material más difundido en el mundo para la escritura, es derivado del *papyrus*, que es el material que usaban los antiguos egipcios, griegos y romanos. El papiro es uno de los predecesores del papel.” (CAD. SA de CV, Club Planeta, página web)

Ts'ai Lun inventó el papel en el año 105 DC, en China, a partir de desperdicios de tela. Ts'ai Lun fue el primero en organizar la producción del papel a gran escala, y se las arregló para conseguir las patentes exclusivas para hacerlo, en ese entonces China requería documentos en abundancia para llevar sus registros por escrito, necesitaban un material que sea más ligero, fácil de almacenar y transportar que las existentes tablillas de madera o las telas de seda que se utilizaban en ese entonces. (CAD. SA de CV, página web)

F5

“Durante 500 años, la fabricación del papel fue exclusiva de los chinos, y es hasta el año 610 cuando la técnica de fabricación llega a Japón y Corea”. (CAD. SA de CV, página web)

El papel se compone de fibras vegetales, es decir, de materia orgánica, siendo así elementos de la naturaleza que están o han estado vivos. Por esta razón se debe aprender a valorar la importancia que conlleva el papel, ya que es el resultado de un proceso de fabricación amplio y que a la final como consecuencia se ha tenido la muerte de un ser vivo en este caso: El ÁRBOL.

Según la Subcomisionada nacional del medio ambiente y desarrollo sustentable, Ana Lorena Gudiño Vásquez nos da a conocer algunos datos importantes sobre el papel.

Para la elaboración del papel es necesario:

Agua, celulosa y energía. (La celulosa es uno de los principales componentes químicos de la pared celular de la madera).

Depende del tipo, grosor, calor, textura y tamaño del papel para determinar el tipo de proceso, además también depende del ejemplar de árbol especie, la edad y diámetro del árbol y saber la cantidad de ejemplares por tonelada.

Para producir una tonelada de papel es necesario aproximadamente:



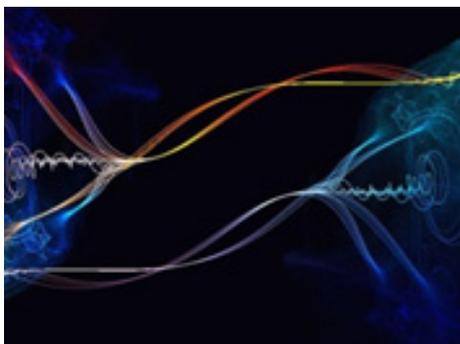
F6

16 árboles



F7

400,000 litros de agua



F8

7,500 Kw/h de energía

En la ciudad de Cuenca se realizó un sondeo a las imprentas más importantes de la ciudad para conocer el promedio del uso del papel y a su vez conocer cuánto afecta al medio ambiente, en este caso los árboles.

GRAFISUM



GRAFICAS HERNANDEZ



MONSALVE MORENO



Teniendo en cuenta que cada una de estas imprentas afectan gravemente al medio ambiente, ya que la utilización de químicos y papel es altamente contaminante.

Se pondrá como ejemplo a una imprenta, una de las más importantes y reconocidas de Cuenca y del Ecuador:



IMPRENTA MONSALVE MORENO

110.000 Kilos Mensualmente
1 Tonelada = 1000 Kilos
1 Tonelada = 16 ÁRBOLES

110.00 Toneladas mensualmente lo que equivale a 1.760 árboles al mes.

Debemos concientizarnos de que al estar utilizando el papel, aprovechamos parte de la riqueza viva de nuestro planeta, y si no la cuidamos pues cada día corremos el riesgo de irlo perdiendo.

La repercusión que tendrá en un futuro la sobreexplotación de los recursos maderos sólo podrán sufrirlo las personas que vivan en las siguientes generaciones. Por esta razón es que es una labor importante y difícil la que se nos plantea: *ser conscientes de que la abundancia de hoy puede ser escasez mañana.*



TINTAS

(Veloso, Tintas Proceso de Impresión y Medio Ambiente)

La tinta es un líquido que contiene varios pigmentos o colorantes utilizados para colorear una superficie con el fin de crear imágenes o textos.

Las tintas de impresión son contaminantes ya que utiliza un ingrediente ambientalmente problemático y hasta tóxico como el Pigmento.



El pigmento es un material que cambia el color de la luz que refleja como resultado de la absorción selectiva del color. El pigmento es un polvo que trae la información del color, el vehículo es un líquido que hace posible la aplicación del pigmento y el aceite hace posible la impresión del pigmento sobre el sustrato.



F10

También las tintas de offset contienen todavía bario, cobre, aluminio, mangán y cobalto. Además están las sales de bario, sulfatos de bario, cobalto y mangán en aditivos para ayudar al secado rápido de las tintas.

Los problemas ambientales empiezan en el momento de quebrar químicamente los elementos con solventes ácidos, por ejemplo durante el lavado en la prensa o en el momento de depositar productos impresos en rellenos sanitarios donde los metales pesados pueden entrar al suelo y así al agua potable. Razón porque es muy necesario que los fabricantes de tintas deben continuar a inventar pigmentos sustitutos no tóxicos.



F11

Cadmio:

Exclusivamente para imprimir brillantes y profundos rojos, especialmente en la impresión de etiquetas anti-acidas. Conocido de provocar cáncer y es neurotóxico ya no se usa más en la formulación de tintas modernas, no existe protección contra cadmium en tintas baratas por ejemplo de origen India, China, Sri Lanka.

Arsénico:

Pigmento para color verde. Conocido como provocando cáncer y con característica neurotóxicas.

Mercurio:

Tóxico para seres humanos, extremadamente tóxico en el ambiente marino.

Plomo:

Aproximadamente un 60% del peso de la tinta se usa en los pigmentos para amarillo cromo y molybdate orange. Esta recomendado la sustitución por pigmentos inorgánicos cuando fidelidad del color, opacidad y resistencia a la luz no son criterios claves para el producto impreso. Altamente tóxico, provoca cáncer y es de carácter neurotóxico.

Aluminio:

Aluminio está presente en tinta metálica de plata y oro.

Actualmente no se utilizan tintas no tóxicas, ya que los precios son demasiado altos, y a las empresas o imprentas no invierten tal dinero, también porque tienen algunas desventajas en la impresión, como menos opacidad, menos resistencia a la luz, y problemas de fidelidad de color. El kilo es dos a tres veces más caro que tintas de formulación convencional.

En las imprentas de la ciudad de Cuenca utilizan las siguientes marcas de tintas:





CONCLUSIONES

Como se pudo notar existe un alto grado de contaminación en la ciudad de Cuenca, con el uso extremado de papel en las imprentas muchos bosques son destruidos acabando así con el medio ambiente que nos rodea, a su vez el uso de tintas que causan enfermedades al ser humano, todo esto utilizado gran parte en el medio publicitario.

A continuación se darán algunas propuestas de diseño que ayudarán a dar algunas soluciones al problema planteado sobre el medio ambiente.



PROPUESTAS DE SOLUCIONES

Dentro del diseño se pueden dar algunas propuestas para solucionar el gran problema que existe sobre la destrucción del medio ambiente, basándose en la publicidad.

Se darán teorías generales para dicha solución.

Publicidad Ecológica

“La publicidad ecológica es la que se refiere a los efectos de un producto o de un servicio (incluye el entorno y embalaje) sobre el medio ambiente a lo largo de su ciclo de vida, cualquiera que sea el soporte utilizado”. (UE, Dolceta, página web)

“También corresponde con la voluntad de parte de las empresas de promocionar sus nuevas tendencias, a la vez que se convierte en el instrumento para educar al consumidor”. (Martínez, Romero, Bitácora Cultural, página web)

Hoy en día la publicidad que se realiza en imprentas tiene poco o nada que ver con el medio ambiente, en este caso se pretende llevar campañas publicitarias sólo con elementos naturales.

El consumidor ecológico, no es solo aquel que cambia su forma de vida en el ámbito de consumo, sino el que disminuye dicho consumo.

Desde el punto de vista del marketing, se identifica al consumidor ecológico como una persona que se preocupa totalmente por el medio natural teniendo en cuenta su forma de vida y su comportamiento adquisitivo, dentro de la ecología.

Publicidad de Guerrilla

“Es aquella campaña publicitaria no convencional que lo que intenta es obtener el mayor grado de respuesta del público con los mínimos recursos posibles”.(CPdigitalarts, Publicidad de Guerrilla, página web)

En la publicidad de guerrilla lo que trata de realizar más que invertir dinero para lograrlo es utilizar la creatividad para así poder llegar a obtener la mayor atención del target al que va dirigida la publicidad, llegando de una manera original, tratando de idear nuevas maneras de llegar al consumidor ya que dichos consumidores son expuestos a varios mensajes publicitarios diariamente, esto hace que cada vez sean mas inmunes a la publicidad.



F14

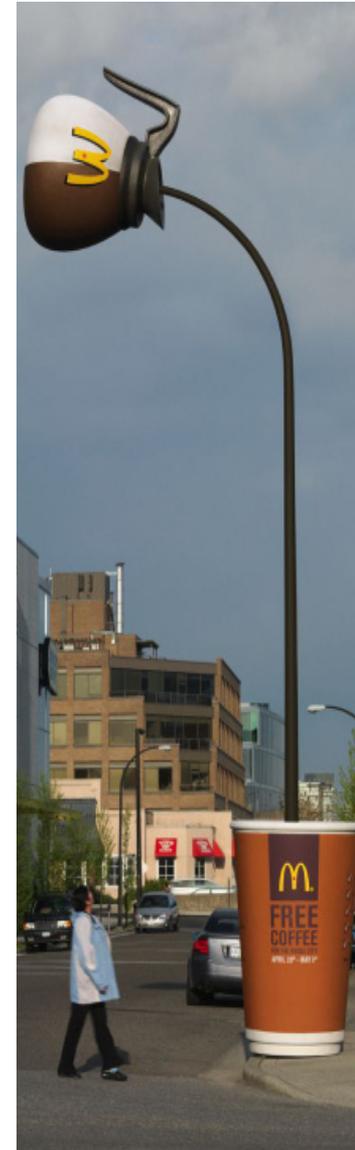
Publicidad Alternativa

“El vocabulario por si solo ya proporciona una idea de las múltiples formas que la comunicación alternativa puede adoptar. Etiquetas como no convencional o alternativa se han utilizado como vagos términos generales para abarcar el terreno no explorado más allá de la publicidad tradicional”.(Gomez,Punto Escena, página web)

Este tipo de publicidad se da en medios diferentes a los comunes o tradicionales, esta publicidad se da más lugares que no son habitualmente nombrados o elegidos para publicidad como parques, veredas, edificios, etc.

En este caso se trata de realizar cambios en soportes y en los que me basaré para realizar dicho diseño, es decir realizar la publicidad de una manera diferente.

Cuanto más imprevisible y original sea una campaña publicitaria, más posibilidades tendrá de obtener la atención inmediata del público.



F15

Marketing Social

"El marketing social pretende resolver problemas sociales sin la interacción del impacto económico para el agente de cambio o empresa responsable de la campaña social; por su parte, el marketing de causas sociales se interpreta como la intervención del sector privado en la solución de diversos problemas sociales, pero sin descuidar su actividad primordial de comercio". (Pérez, p.60)

Este marketing social involucra a las personas como la comunidad, los consumidores y el medio ambiente en este caso. A su vez dicho marketing se dirige a las causas sociales apreciadas por los clientes de las empresas.



F16

Marketing Ecológico

El uso racional de los recursos no renovables, la preservación del ecosistema, el crecimiento y desarrollo sostenibles son algunos temas que nos preocupan y ocupan a algunos grandes sectores de la humanidad. (24)

Al inicio de la década de los ochenta, se pudo observar una clara preocupación de las empresas del sector privado por incluir en sus procesos de producción materiales biodegradables, para evitar el crecimiento exponencial de los desechos biodegradables que se depositaban minuto a minuto en los diversos centros de acopio de basura pública. En ese tiempo, otras industrias tomaron conciencia acerca del gran daño que se le estaba haciendo al planeta tierra; por ejemplo, las industrias donde se utilizan químicos y materiales que afectan al medio ambiente. (25)



F17

Existe un franco compromiso por parte de algunas empresas del sector privado en el desarrollo de nuevos productos con enfoque ecológico, es decir, ofrecer productos que dañen lo menos posible al planeta, son productos que llevan el sello ecológico. (25)

Este marketing ecológico hoy en día muchas empresas del medio la adoptan para realizar productos ecológicos o como una actividad para incentivar al consumidor a tener conciencia sobre la ecología, y cambiar el comportamiento de dichas personas beneficiando así al medio ambiente.

Con los puntos tratados anteriormente se puede llegar a solucionar problemas que conlleva la mala elaboración de la publicidad hoy en día.

Ahora se tratarán teorías de diseño las cuales ayudarán a la elaboración del proyecto, ya que conforman bases únicas para utilizarlas de una manera técnica.



F18

La perspectiva es una técnica que es usada para dar una imagen distorsionada lo que represente en la pintura.

La anamorfosis consiste en una técnica ingeniosa de perspectiva, usada para dar una imagen distorsionada del sujeto representado en una pintura cuando se ve desde el punto de vista usual, pero de tal manera distorsionada que si se ve desde un ángulo especial, la distorsión desaparece y la imagen en la pintura resulta normal. (Álamo, Color y Forma, página web)

Esta palabra viene del término griego que significa transformar, el término anamorfosis se utilizó por vez primera en el siglo XVII, aunque esta técnica había sido una de las más curiosas consecuencias del descubrimiento de la perspectiva en los siglos XIV y XV. (Álamo, página web)



F18

Julian Beever es un artista británico que se dedica a dibujar con tiza en las aceras de las calles. Ha creado dibujos de tiza en 3D en el pavimento utilizando un método llamado anamorfosis que crea una ilusión óptica. Todos sus diseños son basados en la perspectiva.

Es un artista que ya tiene muchos años haciendo algo muy peculiar. Tiene una grandísima habilidad haciendo figuras en las calles.

Utiliza la ilusión óptica realizando imágenes muy bien elaboradas en 3D. En realidad, lo que él hace son "trucos" bien elaborados con el que logra literalmente confundir al ojo humano. (Dogguie, Ilusiones casi Reales, página web)



F19



F20

Kurt Wenner nació en Ann Arbor, Michigan es un artista conocido por su pintura realista callejera y tiza murales con una proyección llamada anamorfosis. Estas 3D dibujos de tiza en el pavimento han sido presentadas en numerosos periódicos y en varios programas de televisión, siendo una de las personas más reconocidas por su trabajo artístico.

Es un artista muy conocido por sus pinturas callejeras de alta calidad, de igual manera que Julian Beever realiza sus artes en las aceras de las calles, siendo imágenes espectaculares tanto que parecen reales. (Dogguie, Ilusiones casi Reales, página web)

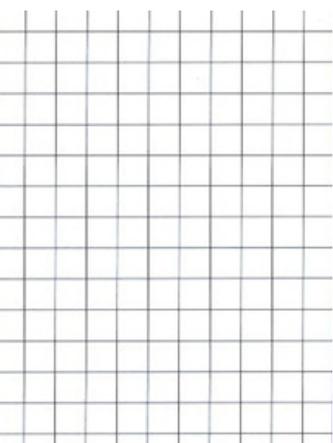
Una retícula proporciona una estructura para todos los elementos de diseño. La retícula aporta mayor precisión y coherencia en la situación de los elementos a utilizar.

Es más la retícula nos permite como diseñadores tomar decisiones y utilizar el tiempo de un modo más eficiente. También nos ayudan a abordar consideraciones prácticas en los trabajos, como puede ser el uso de distintos tipos de información.



F21

“Existen retículas visibles e invisibles que son las más utilizadas en un diseño, también existe lo que es la escala de contenido que son los elementos de un diseño que desempeña un papel crucial en su impacto global. La escala de los objetos, tanto como texto o imágenes, establece una relación de la retícula, ya que de esta manera se puede comunicar eficazmente al lector. Existen dos formas de cuadrículas: la cuadrícula como retícula, y los puntos como retícula”. (Harries, Retículas, 42)



La cuadrícula como retícula es la base una retícula que contiene una serie de líneas horizontales y verticales que guían la situación de los elementos. Permite colorar los elementos rápidamente, con precisión y coherencia, y puede servir para realizar un esbozo antes de fijar un diseño.



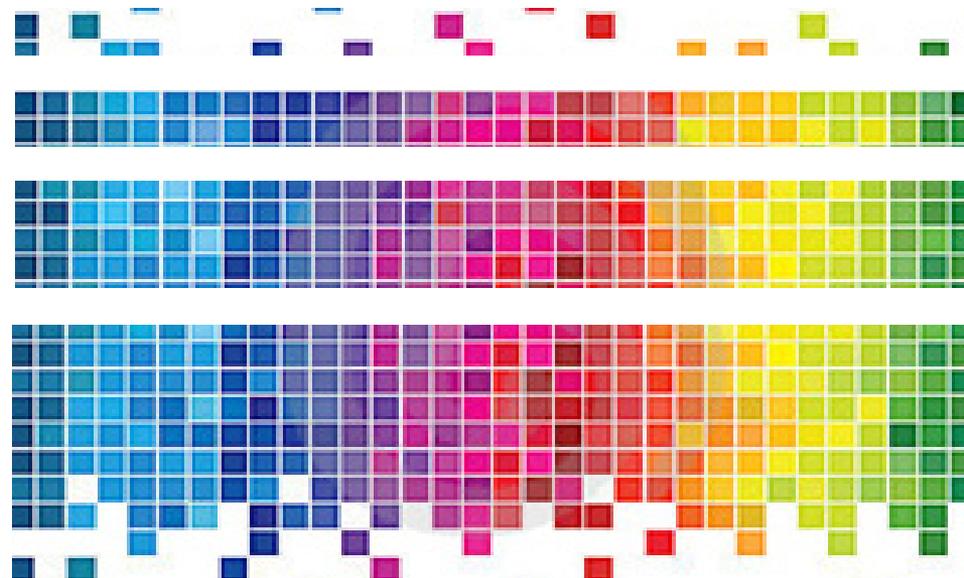
El punto como retícula es una estructura de puntos también puede servir como retícula básica para alinear varios elementos del diseño. Puede servir para realizar esbozos de la situación de elementos, como caracteres y recuadros de imagen.



Los píxeles son aquellos puntos que forman las imágenes digitales, como por ejemplo, las de la pantalla del computador, o de la imagen que resulta de una impresora.

Cada uno de estos puntos se denomina píxel, y al observarlos todos juntos se forma una imagen. La cantidad de puntos o píxeles con que cuente una imagen va a indicar la calidad de su resolución.

Para construir un punto de trama, se precisan varios píxeles. Por ejemplo para una lineatura determinada, los puntos de trama se consiguen con 100 píxeles, que constituyen la matriz o celda para construir puntos de porcentajes variables. (Formenti, p.210)



Psicofísica del Color

El texto de este capítulo es tomado de la página web de la Universidad de la Rioja, España (http://www.unirioja.es/cu/fede/color_de_vino/capitulo03.pdf).

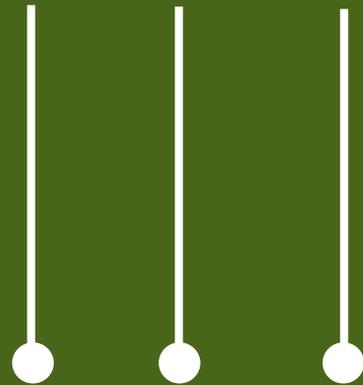
“El color psicofísico es la característica de la radiación visible que permite al observador distinguir las diferencias entre dos objetos de las mismas dimensiones, forma y estructura, siendo estas diferencias de la misma naturaleza que las producidas por una diferencia en la composición espectral de la radiación que interviene en la observación.

Por ejemplo cuando alguien dice amarillo todos lo comprenden y diferencian del rojo o el verde. El proceso incluye los elementos necesarios para que se entienda la comunicación, e intenta transmitir información acerca de un acontecimiento de acuerdo con una convención de reglas: las del lenguaje habitual. en la observación”.

La “medida del color” implica la asignación de números que representen atributos del fenómeno psicológico de lo que llamamos color. Generalmente la medida del color no intenta describir directamente percepciones de color, en vez de ello, la medida del color intenta relacionar el fenómeno psicológico (color) con el fenómeno físico (flujo luminoso, longitud de onda, etc.) que provoca la percepción. La medida del color consiste en el proceso para determinar que condiciones físicas dan lugar a una condición psicológica (perceptiva) determinada, siendo un proceso de relacionar fenómenos psicológicos a fenómenos físicos. El nombre que reciben estos procesos es “psicofísico”.



DIAGNÓSTICO
FASE 2



DISEÑO DE JARDINES

Jardinería

“La jardinería es una disciplina muy amplia. Para hacerse una idea, en algunos países existen cerca de cien mil tipos de plantas a la venta. Imagine lo que representa aprender el nombre de todas ellas o, dicho de otra manera, imagine que intenta aprenderse el nombre de cien mil personas y asociar cada nombre con una cara”. (Wilson, p.5)

Mientras más conocimientos se tenga en el cuidado de un jardín es decir saber los factores que influyen en el crecimiento de las plantas es mucho mejor y va mejorando el jardín,

La jardinería es mucho más que una afición, es una expresión artística, una forma de mejorar el entorno, una herramienta educativa para niños y adultos, una visión de la naturaleza que ayuda a mostrarnos la importancia que las plantas han tenido, para el ser humano. (6)

Un jardín es una obra de arte, donde puede crear sentimientos en el interior de las personas, donde se goza con tranquilidad mirando las plantas de nuestro agrado, siendo estéticamente agradable. Siendo un espacio pequeño o amplio donde se pueda cultivar, las plantas que uno desee.

Para elaborar un jardín exitoso, es necesario conocer las bases y los cuidados de las plantas y su cultivo.

Cultivo de Plantas

PREPARACIÓN DEL SUELO

Para comenzar se debe limpiar el terreno, para así librar a las plantas de las malas hierbas, desperdicios de comida, piedras etc, que puedan perjudicar a las plantas.

“Para cultivar las plantas con éxito, es del todo punto necesario tener bien preparado el suelo. En un suelo pesado y endurecido, con materias inadecuadas, las plantas no pueden crecer”. (Herwing, p.4)



F26

CAVAR



F27

La profundidad total de los huecos deben ser adecuadas a cada planta, aproximadamente es de 60 cm cada uno, o depende de la extensión del terreno, esto sí es elaborado en un terreno, ya que en macetas depende de la altura de cada una, la tierra que se vaya a colocar.

ABONAR



F28

Es necesario abonar el suelo antes de sembrar, para asegurarnos que las plantas tengan todos los nutrientes necesarios, empleando el abono natural o el compost.

Mientras se siembra la planta es necesario mezclar abonos como puede ser estiércol de vacas, cerdos o de gallinas, o cualquier abono químico que no tenga antibióticos ya que estos pueden matar a los gusanos y a las lombrices siendo que estas son grandes aliados para el cultivo de las plantas.

(4)

PODAR

Las plantas crecen mejor si anualmente se les cortan los viejos tallos leñosos que ya no florecen, consiguiendo así que se desarrollen mejor las flores y evitar el amontonamiento de ramas que no dejan desarrollar la planta y por ultimo para evitar la invasión de malas hierbas. Para podar utilice siempre unas tijeras de podar afiliadas y corte justo por encima de un botón.



F29

SEMBRAR



Existen algunas opciones de siembra todo depende como se las siembre, si es con semilla o ya en flor, se puede hacer cultivo de plantas en la tierra o en macetas, las semillas al utilizarlas deben ser limpiados y secados, luego proceder a sembrar, esto se realiza si es que se siembra con semillas o con una rama pequeña de la planta madre.

F30

Cuando la planta esta en desarrollo se debe regar de una manera abundante para el desarrollo de las plantas, ya que esta llega a las raices de las plantas disueltos en agua.

RIEGO



F31

58

PLAGAS

Las plagas en las plantas se las reconoce por sus hojas comidas, los tallos agujerados, y algunas pierden vitalidad, estas plagas causan animales como las aves, insectos, arácnidos, moluscos y gusanos, causando estragos en la plantación.

A continuación se mostrarán algunas de las plagas que mas se frecuentan en las plantas de jardín.



F32

59

Las siguientes plagas son las que atacan con frecuencia a las plantas más conocidas del Ecuador.

“Quermes.- Ataca con frecuencia a los pinos enanos.

Pulgones.- Insectos pequeños de color verde, pardo o negro, atacan a la planta y se forma sobre la hoja una sustancia de moho fuliginoso.

Mosca blanca de la Azalea.- Es una plaga que se encuentra en las hojas, se trata con aceites especiales antes de aplicar los insecticidas.

Aves.- Pueden causar considerable daño a los capullos florales.

Chinches de jardín.- Son semejantes a pulgones, algo ensanchados y son muy activos y a menudo difíciles de ver”. (Gault, p.22,23)

“Orugas.- Frecuentemente caen de los árboles en jardines boscosos y dañan a los arbustos situados debajo.

Araña roja.- Afecta a las plantas en situaciones muy secas y calurosas. Pulverizando con agua en tiempo caluroso, en combinación con un buen cultivo, se consigue un buen control.

Cóccidos.- Pueden encontrarse a menudo sobre laureles ya camelias.

Babosas.- Generalmente buscan plantas correosas o plantas jóvenes.

Gorgojos.- Los gorgojos adultos provocan considerables daños a las hojas de los rododendros que crecen cerca del suelo.

Pulgones lanudos.- Ataca fuertemente y debe ser controlada con el uso de insecticida sistémico”. (23)

Plantas Ornamentales

Las plantas ornamentales son las que se cultivan y se comercializan para decoración de hogares, parques, etc, todo esto por sus características estéticas como flores, hojas, perfume que cada planta lleva consigo, la utilizan para sembrarla o para tenerla como flores cortadas.

Un buen jardín está en la belleza del diseño y el observador, siendo un jardín una cuestión personal por su diseño estético original.

En este caso se utilizarán plantas ornamentales ya que existen familias las cuales dan una gran gama de diferentes colores, olores, y diseños diferentes, también se las utiliza para adornar jardines y dar una toque de vida en los hogares.

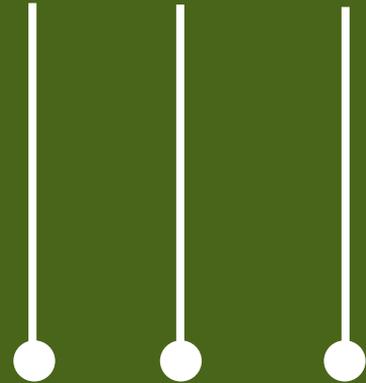
Estas plantas se suelen vender con o sin maceta para ser trasplantadas al jardín o simplemente ubicadas como planta de interior.

Existen plantas que sirven como alimento y a su vez ornamental como el olivo o naranjo.





LISTA DE PLANTAS A UTILIZAR Y SUS CARACTERÍSTICAS





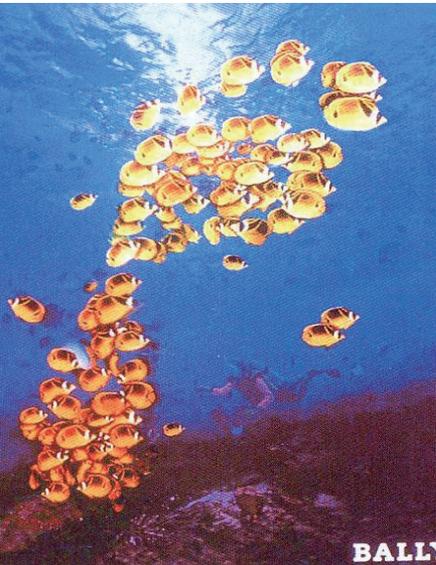
HOMÓLOGOS

El sentido de la vista es capaz de realizar diferentes tareas a la vez. Por una parte, los objetos se perciben como lo que son pero, mediante su disposición, se origina algo nuevo, superior.

Este hecho se debe a la asombrosa capacidad de abstracción de nuestro cerebro. Siempre y cuando la forma exterior de un objeto sea identificable, el número de piezas que lo componen no parece ser relevante.

A continuación se analizarán la forma, función y tecnología de algunos ejemplos de homólogos.

Las imágenes utilizadas en este capítulo de homólogos son tomadas del libro Uwe Stoklossa, Thomas Rempen, Trucos Publicitarios, Barcelona, 2006.



Una marca de moda de tradición cuyo punto fuerte es el calzado.

Cliente: Bally
 Agencia: DDB, Berna
 D.A: Marca Zangg

FORMA.- La publicidad elaborada es simple, y sencilla, tratando de relacionar la venta de calzados con el pie descalzo de una persona.

FUNCIÓN.- La primera imagen cumple su función ya que se puede apreciar directamente la imagen de un pie, pero en la segunda publicidad pierde su lectura por su elaboración.

TECNOLOGÍA.- Se usan dos tipos de elaboración la primera que es digital (montaje) y la segunda que es real, siendo que la visibilidad de la primera es mejor elaborada.



Publicidad para cursos de natación.

Cliente: Kings Swim School
 Agencia: Kwp! advertising, Melbourne
 D,A; David Stevens
 Fotografía: Rodney Schaffer

FORMA.- Es una imagen donde se relaciona con un pez en el agua, utilizando la simplicidad y la cromática física de las personas, para crear la imagen.

FUNCIÓN.- Representa directamente a una publicidad donde se relaciona con la natación.

TECNOLOGÍA.- En esta publicidad conlleva una tecnología eficaz ya que utiliza a las personas para formar la imagen, cada persona representaría una parte importante en la publicidad.

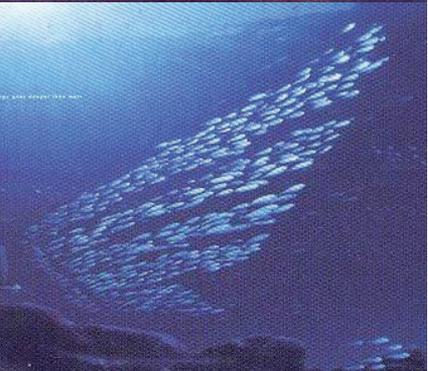


HONDA



En esta campaña publicitaria de Honda los eslóganes aluden al tipo de animales que forman el logotipo de la marca.

Cliente: Honda
Agencia: JWT, Barcelona
D.A: Carles Puig



FORMA.- Es una imagen donde se relaciona directamente con el logotipo de honda haciendo notar su imagen por medio de varios animales.

FUNCIÓN.- Cumple su función de publicidad ya que directamente se relaciona con el logotipo de la empresa.

TECNOLOGÍA.- En esta publicidad la elaboración es digital aunque pareciera real, utiliza a los animales como imagen variante.



VOLKSWAGEN

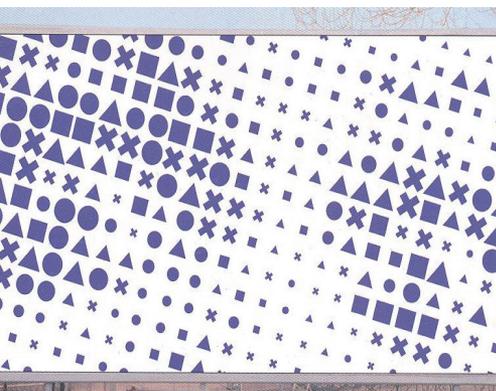
Cliente: Volkswagen
Agencia: DDB, Berlin

FORMA.- En esta publicidad hace notar un auto de volkswagen con una imagen sencilla sin muchos recursos, haciendo falta más detalles para hacer notar más fácil la imagen.

FUNCIÓN.- La función de esta publicidad es baja ya que a simple vista no se entiende lo que representa, hasta leer de que se trata.

TECNOLOGÍA.- En estas imágenes utilizan dos tipos de tecnología la real y la digital, la cual entraría directamente a mi proyecto el real.

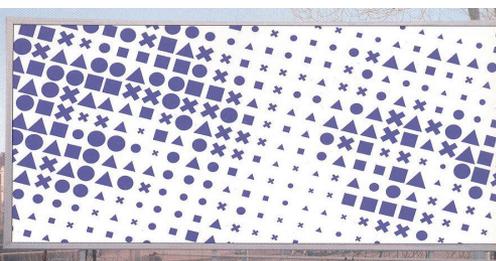




Este cartel para PlayStation utiliza los cuatro símbolos de las teclas para formar un dibujo.

El efecto sólo se puede ver a distancias cuando el dibujo se convierte en un par de ojos.

Cliente: Sony Playstation
Agencia: TBWA LONDRES



FORMA.- Es una imagen sin muchas características en sí, más que símbolos geométricos que representan las teclas de un PlayStation.

FUNCIÓN.- Esta publicidad es una valla que está expuesta en la calle donde se la aprecia desde una distancia amplia para poder apreciar los ojos de una persona.

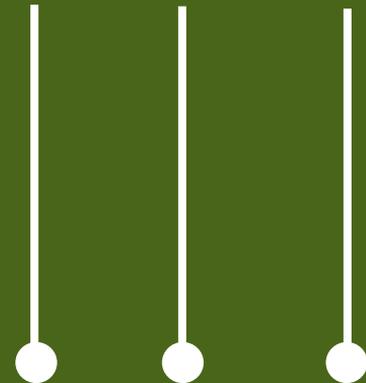
TECNOLOGÍA.- En este diseño la tecnología es básica ya que utiliza impresión para elaborar dicha valla.

Concluyendo este capítulo referido a los temas que se tratarán en el proyecto, continuamente se da paso a la manera de utilizar dichos temas anteriores, es decir el camino por el cual se va a seguir para realizar el diseño ecológico planteado.

Se trataran temas como el partido funcional y formal el cual se realizara por medio de experimentaciones, también se desarrollarán temas como la figura e imagen, cromática, anamorfosis y perspectiva, el pixel, la retícula, el formato y concluyendo con el partido tecnológico.



PROGRAMACIÓN



El target a quien va dirigido el proyecto se divide en dos:

Target emisor (cliente)



F47

Este target es dirigido a las empresas públicas o privadas de la ciudad de Cuenca, es decir a los clientes que requieran de este proyecto. Siendo hombres y mujeres mayores de edad, con clase social media y media/alta.

Target receptor



F48

El segundo target es dirigido al receptor del producto ecológico, ubicados en la ciudad de Cuenca, hombres y mujeres siendo multitarget.

En esta etapa de programación se toman decisiones, como conclusiones de lo previamente investigado en el capítulo anterior. Que van a determinar y condicionar la concreción del diseño, estableciendo reglas en el sistema que se utilizará en el mismo.

El proyecto se realizará es un plan de experimentación, en el cual se manipularán todas las variables escogidas en el proyecto, vinculadas a las causas. Este diseño experimental también conlleva pautas relativas las cuales hay que manipular, es decir se repetirán algunas veces el experimento y en qué orden para así poder establecer el resultado y crear un grado de confianza.

La propuesta lo que busca es crear la marca de empresas públicas o privadas, a través de la figura y la imagen manteniendo su gráfica lo más cercano a la original, siendo una publicidad ecológica con un estilo simple y llamativo.

La imagen de la marca que se vaya a publicitar estará dividida en 3 niveles las cuales serán: simple, media y compleja, de esta manera se acoplará al sistema que se desea conseguir con la función de la figura y la forma.

A continuación se mostrará la clasificación de las marcas según su nivel de complejidad.



F49

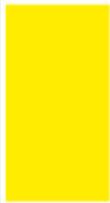
En el ámbito de la cromática no será basado en la psicología del color (como influye el color en la persona) si no será basado en la psicofísica del color que es la manera de relacionar los temas psicológicos (color) con el fenómeno físico.

Se elaborará marcas para realizar publicidad ecológica, estas marcas ya llevan de por sí su diseño y en este ámbito ya viene elaborada su cromática, es por eso que la psicofísica da a conocer el manejo del color, como la mezcla de colores (flores) para llegar a tener un tono adecuado o lo más similar a la imagen real.



F50

Plantas opcionales a usar

COLOR		OPCIONES A UTILIZAR
	C = 0 M = 100 Y = 100 K = 0	Gazania  Clavel  Verbena  Begonia  Petunia  Crisantemo  Lampranta 
	C = 0 M = 0 Y = 100 K = 0	Gazania  Pensamiento  Clavel  Begonia  Crisantemo  Margarita 
	C = 85 M = 10 Y = 100 K = 10	Escancel  Duranta 
	C = 0 M = 100 Y = 0 K = 0	Clavel  Verbena  Begonia  Petunia  Lampranta 

COLOR		OPCIONES A UTILIZAR
	C = 0 M = 100 Y = 100 K = 0	Pensamiento 
	C = 0 M = 0 Y = 100 K = 0	Pensamiento  Verbena  Petunia 
	C = 85 M = 10 Y = 100 K = 10	Gazania  Tagete  Begonia  Lampranta 
	C = 0 M = 100 Y = 0 K = 0	Escancel 

COLOR		OPCIONES A UTILIZAR
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 0	Gazania Helecho Blanco Clavel Verbena Begonia Petunia Crisantemo Lampranta Margarita
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 100	Pensamiento Verbena Petunia
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 40	Gazania Helecho
	C = 20 M = 0 Y = 100 K = 0	Escancel Duranta
	C = 75 M = 100 Y = 0 K = 0	Clavel Petunia Crisantemo

Anamorfosis y Perspectiva

La anamorfosis es un tema basada en la técnica de distorsionar una imagen, es decir como se la puede apreciar desde otros ángulos diferentes, es un tema un poco complejo pero para mi proyecto se utilizaran solo bases para distorsionar la imagen, mientras más compleja sea la imagen más va a tener perspectiva y anamorfosis, es decir depende la imagen y de su ubicación.

Se utiliza de esta manera ya que mientras exista una distancia con perspectiva es necesario basarme en lo que es la anamorfosis para que se pueda apreciar la imagen correcta y real.



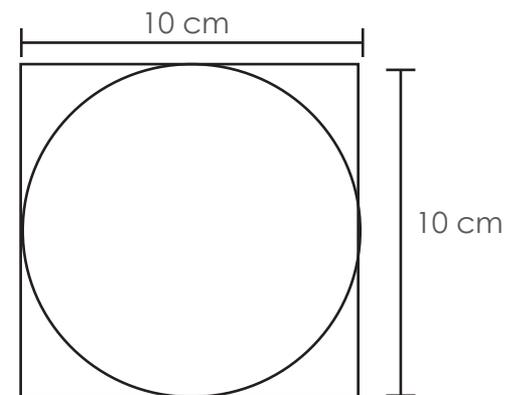
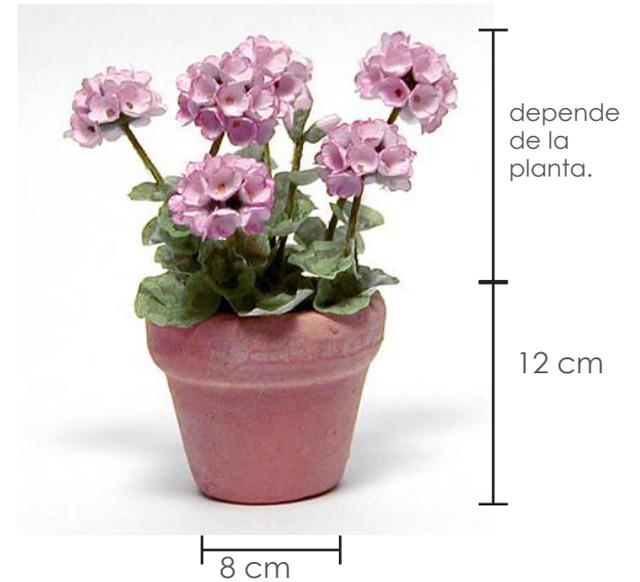
Pixel



Cada maceta con su respectiva planta y flor representará a un pixel de la imagen a realizar, de esta manera se podrá apreciar claramente la marca teniendo un orden contundente mientras más pixeles existan en una imagen mejor resolución tendrá, para esto en el proceso tecnológico se procederá a realizar las respectivas pruebas para verificar su eficacia.

F52

Medidas de un pixel



Dentro del área del formato se utilizarán tres dimensiones diferentes, una grande, mediana y pequeña, en todas estas variantes la imagen podrá ser apreciada ya que la pequeña también tendrá una medida donde se podrá formar la marca con una resolución clara.



11m x 11m



8m x 8m



5m x 5m

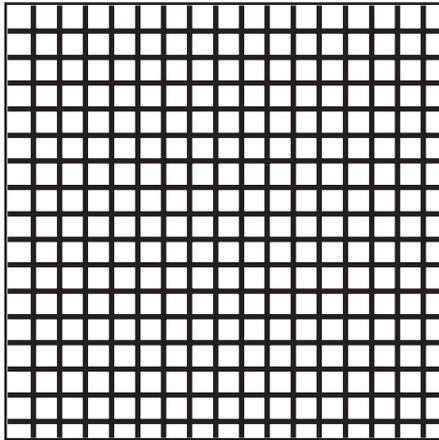
Las imágenes a realizar tendrán una retícula base para un mayor orden y ganar tiempo a la hora de realizar la publicidad.

La medida de la retícula dependerá del formato de la marca que se realice, si la publicidad es utilizada en pendientes será marcada con una retícula distorsionada para así poder mostrar la perspectiva de la imagen y de esta manera poder apreciar la marca de algunos ángulos complicados de mirar.

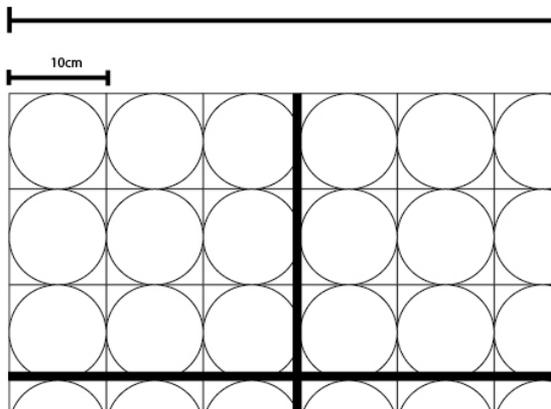


Ejemplo de la utilización del logotipo con la retícula base:

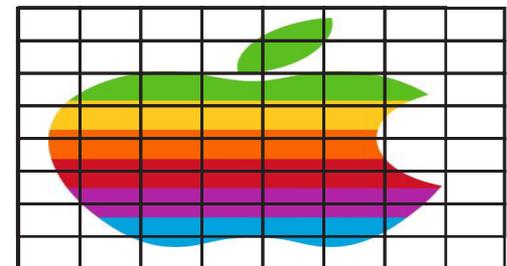
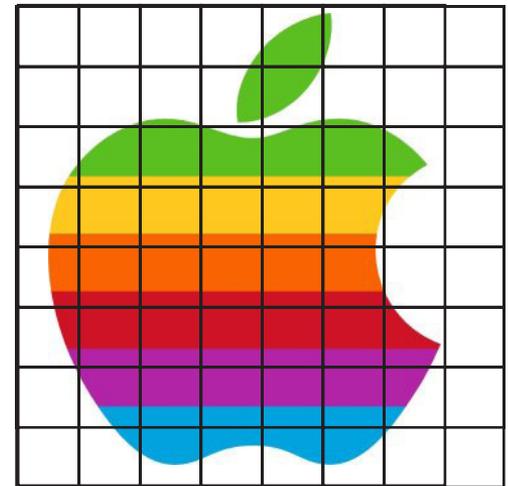
La malla dependerá del formato elegido si es grande (11m x 11m), mediano (8m x 8m) o pequeño (5m x 5m).



Cada cubo dentro de la retícula medirá 30 cm x 30 cm donde llevará dentro 9 macetas es decir 9 pixeles que miden 10 cm de diámetro.



Ejemplo del logotipo ilustrado normal y con anamorfosis:





En el proyecto existirá la doble lectura de las imágenes, la primera se visualizará cuando la gente mire la publicidad de lugares altos como edificios, buses, etc. y la segunda es cuando la gente camine cerca de la publicidad ahí es cuando se visualizarán flores pero sin sentido de una imagen proyectada.

La publicidad se puede realizar en dos lugares:

Pendientes:

F54 En estos lugares la imagen se tendrá que distorcionar ya que necesita ángulos exactos para poder visualizar la imagen deseada, esta utilizará tiras de metal las cuales podrán sostener las plantas para que estas no se desplacen por dicha pendiente.

Planos:

Con las planicies es mas facil el trato de la imagen ya que no necesita distorción para visualizar la marca.



F55

Dentro de la tecnología existen tres medios los cuales son:

- IMPRESO
- DIGITAL
- ESPACIAL

En este caso se escoge el espacial ya que es publicidad al aire libre, y a su vez por ser publicidad alternativa, es decir basada en medios no convencionales.

El material para realizar la tecnología son las PLANTAS, las cuales serán trabajadas con el cuidado adecuado ya que son seres vivos, y necesitan de atención por lo menos dos veces por semana.

Las plantas tendrán una facilidad de reproducción, pero dependerá del clima en el cual se encuentre la publicidad y también del cuidado personal, como el riego, la tierra, el abono, y si es necesario, podar.

Para formar la marca con las plantas es necesario conocer todos los colores posibles de las plantas a utilizar para así poder dar a conocer al cliente la tabla de los colores que pueden reemplazar a la marca si es que no se tiene la cromática específica de dicha imagen.

Plantas a utilizar



Gazania
(anual)



Tagetes
(anual)



Helecho
Blanco
(perenne)



Escancel
(perenne)



Pensa-
mientos
(anual)



Clavel
(anual)



Margarita
(perenne)



Verbena
(anual)



Begonia
(anual)



Petunia
(anual)



Crisantemo
(anual)



Lampranta
(perenne)



Duranta
(perenne)