



UNIVERSIDAD DE BELGRANO

Las tesis de Belgrano

**Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Carrera de Diseño Gráfico**

**Sistema sensorial de información
Diseño que acerque al ser humano hacia los
pingüinos empetrolados**

N° 611

Ivanna Lara Caringi

Tutor: Juan Ignacio Fontana

Departamento de Investigaciones
diciembre 2013

Universidad de Belgrano
Zabala 1837 (C1426DQ6)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Argentina
Tel.: 011-4788-5400 int. 2533
e-mail: invest@ub.edu.ar
url: <http://www.ub.edu.ar/investigaciones>

SISTEMA SENSORIAL DE INFORMACIÓN

Diseño que acerque al ser humano hacia los pingüinos empetrolados.

Tutores:
Juan Ignacio Fontana

Autor:
Ivanna Lara Caringi

ÍNDICE



4

Sumergirse en la profundidad.

- 5. Prólogo
- 6. Mapa conceptual
- 8. Formulación del problema
- 9. Justificación
- 10. Hipótesis
- 11. Objetivos



12

Pingüinos vestidos de luto.

- 13. Marco contextual



18

Corrientes con rumbo.

- 20. Marco teórico específico
- 24. Marco teórico transversal



28

Millas de aves vestidas de esmoquin.

- 29. Marco metodológico
- 30. Análisis de casos
- 38. Encuesta



40

Huellas en la arena, sombras en el mar.

- 42. Programa del proyecto
- 44. Programa de diseño
- [51. Proyecto visual]



86

En vista de costas.

- 87. Conclusiones



88

Costas nadadas.

- 89. Bibliografía



90

Horizontes.

- 91. Anexo



SUMERGIRSE en la *PROFUNDIDAD*

INTRODUCCIÓN

PRÓLOGO

Este trabajo plantea una problemática que atañe a todo ser humano y como diseñadora mi función es comunicárselos. Encuentro viable y necesario resolverlo por medio de mi profesión, debido a la conciencia ambiental existente que busca nuevos canales para ser difundida hoy en día. El diseño gráfico se caracteriza por romper las barreras logrando amplio alcance a otras áreas de estudio, es decir que su aplicación y uso no se limitan solo a la comunicación visual. En síntesis, este documento desarrolla que **el diseño gráfico es un área de estudio en sí misma y una herramienta de uso para otras áreas** que lo requieren para expresarse. De acuerdo con lo planteado, la presente investigación busca determinar si es posible **reposicionar al ser humano frente a la naturaleza a través de la comunicación sensorial** y así demostrar que el diseño gráfico no se limita solamente a la comunicación visual y que es capaz de involucrar y condicionar las acciones del ser humano en busca de una solución.



El hombre y el pingüino inmersos en la misma problemática.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

A lo largo de la carrera de diseño gráfico se puede evidenciar la cantidad ilimitada de disciplinas que se relacionan con ésta. El involucrarnos con aquellas áreas de estudio que necesitan de nuestra colaboración para transmitir un mensaje, habla del diseño como una disciplina sin límites ni fronteras demostrando su extensión y flexibilidad a todo tipo de problema planteado.

Como diseñadores debemos resolver problemas de comunicación que pueden pertenecer a ciertas áreas de estudio muy distanciadas del diseño gráfico.

Una de ellas es el área medioambiental, respecto a la cual aquí en Argentina nos encontramos con una situación problemática que requiere ser vista a través del lente de un diseñador gráfico.

En nuestro país constantemente ocurren derrames de petróleo, muchos de los cuales no se conocen. Así mismo pareciera ser extraño encontrar datos sobre ellos. De acuerdo a esto nos podemos preguntar: **¿Es la falta de conocimiento la causa del problema?**

Como diseñadora gráfica me encuentro con la responsabilidad de lograr un mayor conocimiento y propagación de información de los derrames de petróleo que ocurren en nuestro país. La causa de los derrames y consecuentemente el empetrolamiento de los pingüinos es exclusivamente el ser humano. Su irresponsabilidad y su escasa conciencia ambiental lo colocan en el centro de atención hacia quién debemos dirigirnos. Con el fin de quitar al ser humano de su lugar como enemigo del medio ambiente, encuentro la necesidad de vincularlo con la naturaleza, por sobretodo con los pingüinos empetrolados como principales seres afectados por los derrames. Para lograrlo debemos reducir al máximo y si es posible, del todo la distancia que existe entre el hombre y los pingüinos. Respecto a esto me cuestiono: **¿Es necesario acercarse físicamente al hombre y al pingüino?** Hoy en día, debido a la negativa incidencia que tiene el hombre sobre el ecosistema nos vemos envueltos en una serie de catástrofes y desequilibrios medioambientales a través de los cuales la naturaleza expresa el daño que le hemos causado todos estos años. Es su modo de dirigirse al ser humano haciéndole saber que todas sus irresponsables e indiscriminadas acciones tienen un efecto negativo en el ecosistema.

Tanto la naturaleza como sus animales, son incapaces de comunicarse con el hombre. De hecho requieren que alguien hable por ellos. Es el hombre mismo, quien puede hablar por la naturaleza de manera tal que entre los hombres el mensaje se propague y se comprenda llegando a su fin. Somos nosotros, los diseñadores, los profesionales capacitados y aptos para lograrlo. Tenemos todas las herramientas que la naturaleza requiere para ser escuchada. Una de ellas es el propio hombre. **¿Es el mismo hombre causa y solución al problema?**

Considero fundamental generar interacción entre los hombres y los pingüinos incitando un cambio en la actitud del mismo buscando que comprendan el daño que se les está causando y se involucren y preocupen por estos animales. De este modo nos enfrentamos con un reto en la interacción: **¿De qué forma se puede acercar al ser humano hacia los pingüinos?**

En búsqueda de la solución a este problema se pretende mejorar e incrementar la relación del hombre con la naturaleza y convirtiendo al ser humano en un individuo activo que se compromete con su entorno; así como demostrar que diseñadores nos comprometemos con nuestro deber de comunicar y solucionar los problemas que se nos planteen.

FALTA DE INFORMACIÓN

DERRAME DE PETRÓLEO

CONCIENCIA AMBIENTAL

PINGÜINOS EMPETROLADOS

DISTANCIAMIENTO

EL SER HUMANO

COMUNICACIÓN

INTERACCIÓN

JUSTIFICACIÓN

Llegando al final de mis estudios como diseñadora gráfica me encuentro con la responsabilidad de llevar a cabo este trabajo porque he observado a través de estos cuatro años que como diseñadores somos capaces de resolver problemas de **comunicación en diversas áreas**, sin límites ni fronteras más que nuestra creatividad y conocimientos de diseño y comunicación.

Me propongo demostrar de manera práctica la solvencia que adquirimos durante la carrera para encontrar soluciones sea cual sea la problemática que se nos presente. Trasladando esto al área laboral, sería estar capacitados para aceptar, enfrentar y resolver de manera eficaz cual sea el proyecto que se nos presente.

A su vez, los diseñadores gráficos son concebidos como comunicadores meramente visuales. En cambio ciertas materias de la carrera permiten darnos cuenta como profesionales, que tenemos la capacidad de transmitir un discurso a través de todos **los sentidos**; no solo la visión.

Para poder demostrar lo argumentado previamente opté por investigar y resolver una problemática del área ambiental. Una de las razones, es porque hoy en día se realiza un gran esfuerzo para promover la preocupación por el medio ambiente y la conciencia ambiental, lo cual está costando bastante y tanto las respuestas como las acciones son escasas. Es un tema que necesita de una voz para ser propagado y escuchado, y nosotros **los diseñadores gráficos somos los indicados**. Me pregunto: **¿Puede un diseñador gráfico con sus recursos resolver un problema ambiental? ¿Puede el diseñador incentivar y promover el compromiso con el medio ambiente? ¿Es posible generar un diálogo entre la naturaleza y el hombre? ¿Qué requiere la naturaleza para ser escuchada?**

El problema ambiental en cuestión es los pingüinos afectados por la marea negra en la Patagonia Argentina. En nuestro país los derrames de petróleo son pequeños pero frecuentes lo que causa la muerte de muchos ejemplares de

pingüinos de Magallanes. Debido a esto la especie se encuentra en peligro de extinción. Estos animales no son capaces de sobrevivir a esta situación ni al empetrolamiento sin la ayuda del hombre. El tema lo he elegido por su **lejanía con el diseño gráfico** como área de estudio, con el fin de demostrar la extensión de nuestra profesión.

Considero que este tema me permitirá a su vez demostrar lo dicho previamente sobre la comunicación sensorial. Lo preocupante de los pingüinos empetrolados es que todos sus sentidos y funciones se encuentran afectados. Así como el hombre afecta los sentidos del pingüino con derrames de petróleo, veo una fuerte necesidad de utilizar **los sentidos del ser humano como canal** para comunicarle la problemática, con el fin de que comprenda el problema y que de alguna manera lo pueda sentir a flor de piel. **¿Son los sentimientos y las emociones un recurso para conmovir al ser humano?** Además en temas de esta envergadura las sensaciones y los sentidos se hacen presentes constantemente desde ver a un pingüino empetrolado agonizando hasta un hombre desesperado ayudándolo. El problema es que **no están explotados como medio de comunicación**.

Por último, encuentro una **relación directa entre el ser humano, el pingüino y el diseño gráfico al hablar de reivindicación**, lo cual me da pie a poder relacionarlos en un mismo proyecto. Al hablar de reivindicación para los pingüinos es exigir el derecho a disfrutar de su hábitat libre de petróleo, reivindicación del hombre se refiera a rescatar su reputación como ser humano poniéndole fin a la contaminación y el daño de los pingüinos. **¿Existe esperanza de que el hombre cambie?** Por último, la reivindicación del diseñador gráfico intentando rescatar su buena fama como solucionador de problemas y comunicador, así también, por su compromiso y conciencia ambiental.

HIPÓTESIS

DISEÑO GRÁFICO	<p>¿Puede un diseñador gráfico con sus recursos resolver un problema ambiental?</p> <p>¿Puede el diseñador incentivar y promover el compromiso con el medio ambiente?</p>
NATURALEZA	<p>¿Es posible generar un diálogo entre la naturaleza y el hombre?</p> <p>¿Qué requiere la naturaleza para ser escuchada?</p>
RELACIÓN	<p>¿Qué se necesita para hacer un cambio en la relación hombre-naturaleza?</p> <p>¿Cuánto más enriquecedor es que el hombre interactúe con el medio ambiente?</p>
INFORMACIÓN	<p>¿A quién debemos dirigirnos en busca de cambios?</p> <p>¿Es la falta de conocimiento la causa del problema?</p>
INTERACCIÓN	<p>¿Es posible acercar al ser humano a la problemática sin que sea de manera literal?</p> <p>¿Como se logra aproximar al ser humano al pingüino?</p> <p>¿Podemos lograr una convivencia simbiótica entre hombre y pingüino?</p>
SER HUMANO	<p>¿Es el hombre mismo causa y solución al problema?</p> <p>¿Es posible incidir en las acciones del hombre?</p> <p>¿Existe esperanza de que el hombre cambie?</p>
COMUNICACIÓN	<p>¿De qué manera se puede involucrar a diversos públicos en la misma problemática?</p> <p>¿Cómo se capta la atención de los no concientizados?</p> <p>¿Es necesario que el hombre deje de ser un receptor pasivo para volverse activo?</p> <p>¿Son los sentimientos y las emociones un recurso para conmover al ser humano?</p>

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Promover la concientización en las personas cercanas o no a la problemática.

Captar la atención y el compromiso del ser humano desligado de la causa de los pingüinos empetrolados.

Dar evidencia de que el ser humano es una parte fundamental para la supervivencia de los pingüinos.

Establecer un vínculo afectivo y empático del hombre hacia los pingüino.

Dar a conocer el sufrimiento de los pingüinos a causa de la marea negra.

Lograr acercar al hombre hacia la problemática, para que pueda comprender las sensaciones y sentimientos transitados por los pingüinos empetrolados.

Generar que el ser humano se interese y preocupe por los pingüinos y su medio.

Involucrar activa y pasivamente al receptor incluyéndolo en el mensaje.

OBJETIVOS DEL DISEÑADOR

Influir indirectamente en las acciones de las personas apelando a sus sentimientos.

Determinar si es posible comunicar una problemática de esta envergadura a través de los sentidos y no solo meramente visual.

Conocer nuevos medios para informar o desarrollar un discurso.

Lograr explotar al máximo los recursos con los que cuenta un diseñador para comunicar una problemática.

Descubrir de que forma y con qué materiales representar las sensaciones y sentimientos transitados por los pingüinos empetrolados.

Demostrar como a través del uso de todos los sentidos como recurso, se puede comunicar mucho más de lo que se transmite solo visualmente.

Explicar como es posible que apelar a los sentidos a la hora de comunicar, logra una rápida interiorización, adhesión e interés del receptor.

OBJETIVOS DE LA TESIS

Indagar otros medios a través de los cuales transmitir un discurso.

Desmentir que el diseño gráfico se es específica en la comunicación únicamente a través del medio visual.

Poder resolver como diseñadora una problemática que no corresponde al área de diseño, demostrando el alcance que tiene esta profesión.

Confirmar si la profundidad en la investigación es proporcional a las propuestas para la resolución del problema.

Indagar y desarrollar en profundidad una problemática medio ambiental desde el diseño gráfico.

Teniendo en cuenta que en este trabajo se investiga sobre como el diseñador gráfico lleva a cabo su profesión y se cuestiona su función como comunicador se ha formulado un tercer grupo de objetivos a demás de los objetivos del proyecto y los objetivos propios de la tesis. En los objetivos del diseñador se plantea que se quiere lograr como profesional a partir de la investigación y el proyecto



PINGÜINOS *vestidos de LUTO*

MARCO CONTEXTUAL

En los mares está el 90 por ciento de toda forma de vida del planeta. La mayor fauna marina se concentra en las costas y Argentina tiene 4000 km. La contaminación atenta contra ella y su fauna.

CONTAMINACIÓN

Se denomina contaminación a la alteración nociva del estado natural de un medio como consecuencia de la introducción de un agente totalmente ajeno a ese medio que lo perjudica.

Estas **costas son constantemente amenazadas** por residuos cloacales e industriales, metales pesados, químicos y basura. Si a esto le agregamos las playas sucias por mano del ser humano, la pesca indiscriminada y por último la contaminación por derrames de petróleo, el panorama empeora.

PETRÓLEO

Al petróleo se lo denomina oro negro por ser el principal combustible que se utiliza en nuestros días, y por ello es uno de los productos más valiosos en la economía contemporánea. Tanto por su valor social como económico al petróleo se lo compara con el oro, metal de gran valor. Este es un producto fundamental en la vida diaria de cualquier persona, aunque muchas veces no nos damos cuenta de ello.

DERRAME

Se denomina derrame al vertido de este hidrocarburo producido debido a un **accidente que contamina el medio ambiente**. Afecta y perjudica **catastróficamente al ecosistema** donde se produce, con **efectos persistentes en el tiempo**. Cuando este derrame se produce en el mar generando la formación de una masa oleosa negra se la conoce como marea negra. Una de las **formas de contaminación más grave y difícil de controlar** que existen hoy en día. Cuando se vierte petróleo en el mar, la mancha de aceite se extiende en una superficie cada vez mayor hasta llegar a formar una capa muy extensa. Una densa, oscura e impermeable manta que **cubre el mar, su fauna y flora**.

Todos los años hay grandes o pequeños, anecdóticos o catastróficos derrames de petróleo en las costas de Argentina. Por lo general el ciudadano no los ve ni los evidencia, pero si frecuentemente se encuentran **pingüinos agonizantes a lo largo de nuestras costas**. Esto es solo la punta del iceberg que oculta lo peor, los desequilibrios que desencadena una falla técnica o de operación, la imprudencia de una empresa o un empleado, la negligencia, la ignorancia o un simple descuido. Es cierto que estos son inevitables por ser consecuencia de accidentes impredecibles y por lo tanto imposibles de prevenir.

CAUSAS

La contaminación del agua con petróleo se debe en gran medida a descuidos con buques tanque de transporte. Un cincuenta por ciento de estos accidentes son resultado de la colisión y hundimiento de los buques, treinta por ciento de estos barcos desechan el petróleo crudo restante durante el lavado y la limpieza del mismo y un veinte por ciento explosiones en el casco. Los derrumbes o explosiones de las plataformas marinas generan grandes derrames pero con menos

AMENAZA

DERRAMES DE PETRÓLEO

MAREA NEGRA

NO EVIDENCIAR

ACCIDENTES

A los océanos y mares les toma 3 años reponerse del petróleo crudo, 10 años del petróleo refinado.



Porcentajes de causas de derrames.

RESPONSABILIDAD

frecuencia. Por último la ruptura de oleoductos en menor medida. Es evidente la responsabilidad del hombre en las causas del problema que se está investigando. **El hombre es quien genera todos los derrames** que conocemos hoy en día es por eso quien debe hacerse cargo de las consecuencias que genera en el ecosistema y por lo tanto en el medio ambiente.

CONSECUENCIAS

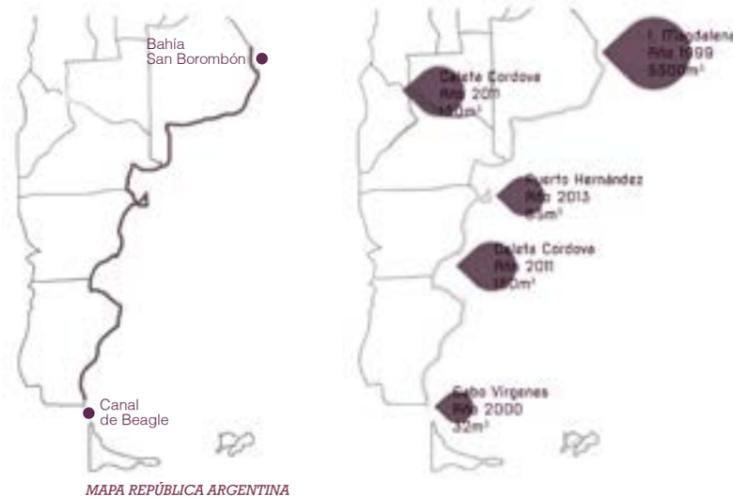
A lo largo de toda la costa atlántica hay un **proceso de contaminación crónica** desde la Bahía de Samborombón hasta el Canal de Beagle. Los acantilados patagónicos son el escenario donde se desarrolla la vida costera. Si bien el litoral argentino es extenso, sólo **pocos lugares son aptos** para que algunos animales puedan instalar sus colonias reproductivas. Es por ello que surge un problema al diagnosticar que la costa argentina está siendo por así decirlo, cubierta por sustancias tóxicas y contaminantes. Habiendo pocos lugares propicios para el hábitat de la fauna marina, el ser humano insiste en dañarlo perdiendo el respeto y el cuidado que se les debería tener. **El ser humano pasó a ubicarse como el peor enemigo del medio ambiente y sus criaturas lo cual debemos cambiar lo antes posible.** Si esto no ocurre los animales no sabrán a donde ir ni como sobrevivir. En nuestras costas el mayor problema no son los grandes derrames de petróleo ya que no corren frecuentemente, sino los pequeños derrames que se ocasionan constantemente en nuestras aguas. Estos derrames por más pequeños que sean matan grandes cantidades de aves marinas cada vez que suceden. La frecuencia con la que se ocasionan es lo que más nos concierne hoy en día.

El ser humano también sufre las consecuencias que él mismo ocasiona a través de la cadena alimenticia. Muchas de las especies con las que se alimenta sumado al agua potable para beber han sido contaminadas con petróleo.

DESTRUCCIÓN DEL ECOSISTEMA

PEQUEÑOS DERRAMES

DERRAMES EN LA COSTA ARGENTINA



EL ROL DEL SER HUMANO

Es necesario tener en cuenta que el hombre, a grandes rasgos, no tiene el deseo de dañar animales excepto que sea para su supervivencia. Con las actividades diarias del ser humano se afecta a muchos animales pero este no es capaz de verlo y por ende no es consciente de la existencia del mismo. Las personas dañan a los animales porque no evidencian su sufrimiento. Hay una falta de información notoria sobre que sucede con estas criaturas en el mar y es usual que **la información del tema se oculte** a los ciudadanos pertenecientes a la zona donde este tiene foco. Es decir, el hombre llega a ubicarse en el rol de la amenaza por su falta de cuidado, escasez de conocimiento sobre el tema, su lejanía con estos animales. **El ser humano se vuelve depredador.**

DEPREDAIÓN SEGÚN LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA ES LA PREDACIÓN EXCESIVA DE UN SER VIVO SOBRE OTRO, QUE INCLUSO PUEDE LLEGAR HASTA EXTINGUIRLO. EN LOS ECOSISTEMAS NATURALES QUE NO ESTÁN INTERVENIDOS POR EL HOMBRE ESTOS CASOS PRÁCTICAMENTE NO EXISTEN. EN CAMBIO, NO ES RARO QUE UNA ESPECIE INTRODUCIDA DEPREDÉ A OTRAS. ESTO SUCEDE DE IGUAL MANERA CUANDO EL HOMBRE DESTRUYE O MATA INDISCRIMINADAMENTE TODA UNA ESPECIE DE FAUNA POR MEDIO DE SU CONTAMINACIÓN.

El hombre es un ser afectivo y emocional que para dejar atrás su lugar como depredador necesita entender el problema y ser involucrado en la causa que lo atañe.

RESPONSABLES

Las empresas dueñas de buques que generan derrames deben hacerse cargo del accidente y sus repercusiones. Aún así, colocando a una institución como la responsable de un derrame de petróleo, **es el hombre el culpable.** Detrás de toda institución hay individuos tomando decisiones erróneas y equivocándose. Esos errores se ven reflejados en los frecuentes accidentes que ocurren.

SER HUMANO

ESPECIE AFECTADA

Los derrames de petróleo **se manifiestan más rápido y más dramáticamente en las aves** que en ninguna otra especie, tanto así que la mayoría de los efectos es posible apreciarlos a simple vista. Los problemas que producen en las aves son externos e internos.

En la **colonia de pingüinos más importante de América, Punta Tombo** habita el **pingüino de Magallanes**, especie en avanzado peligro de extinción. Allí es habitual encontrar pingüinos empotrados y muertos.

En diez años las colonias de pingüinos se han reducido más de un veinte por ciento debido a la acción contaminante de los derrames de petróleo.

En la generalidad los pingüinos tienen muy bajas probabilidades de sobrevivir a un empotramiento a comparación de otras especies. **Sólo uno de cada diez pingüinos es capaz de sobrevivir.**

No solo son muy susceptibles a que su ecosistema se vea alterado por sustancias externas al mismo sino que sus características físicas y funcionales se ven completamente **afectadas al entrar en contacto con petróleo.**

Un pingüino recubierto de petróleo encuentra dificultosa la visión y la respiración, sus plumas se apelmazan perdiendo su impermeabilidad y la temperatura corporal, pierden abruptamente su peso por su imposibilidad para nadar y cazar, su movilidad se ve reducida tanto en sus aletas como en sus patas. A esto se le suma que el pingüino es un ave no voladora por lo que depende directamente del medio acuático para trasladarse. **Son cien por ciento dependientes de su medio y no son capaces de sobrevivir a un empotramiento sin la ayuda del ser humano.**

En 1991, 17000 pingüinos murieron en las costas de Chubut a causa de un derrame de petróleo en el mar generado por una empresa petrolera, un barco fantasma jamás registrado. Para acceder a tierra firme, su hábitat natural, estas aves debían de atravesar una mancha negra de petróleo crudo, lo cual las llevaba directo hacia su muerte.

VISTAS DE CAMBIO

Hoy en día se vuelca mucho esfuerzo en encarar soluciones a este problema. Se limpian los animales afectados restableciendo sus funciones, se capacitan voluntarios y se investigan los problemas.

Los más **jóvenes están empezando a tomar conciencia** lo cual puede augurar una mejoría en este tema, pero la realidad es que **el ser humano es inconsciente** de lo que sufren los pingüinos a causa de los derrames debido a la falta de información, preocupación y accionar sobre el tema.

Estadísticamente **uno de cada seis** individuos ayuda a evitar el problema y salvar a los pingüinos ya afectados.



Esto significa que hay que seguir poniendo empeño y realizando esfuerzos para sumar voluntarios, sobretodo encontrar la manera de promover el problema para que aquellos individuos que todavía no estén involucrados en la causa lo hagan. Por otro lado, si bien hay zonas poco concientizadas y cuyo nivel de compromiso es muy bajo, existen zonas en las cuales el compromiso y el respeto por el ecosistema respecto a los derrames de petróleo en el mar están instaurados hace ya varios años. Estas zonas son las que se ubican en las costas argentinas y dependen de ella para su subsistencia. Puntualmente Chubut, Santa Cruz, Río Negro y Tierra del Fuego. Por lo contrario las provincias del Norte y céntricas carecen de un vínculo con el mar y su fauna y por sobretodo con los pingüinos.



Colonia de pingüinos de Magallanes Punta Tombo, Argentina.



Pingüinos de Magallanes empotrados en la Patagonia Argentina.



Hombres limpiando el mar del petróleo derramado y socorriendo algunas aves.



El ser humano limpiando las costas después de un derrame en el mar.



EL VÍNCULO

La relación que existe entre un ser humano, su hábitat y sus animales además de ser por un interés económico, turístico y alimenticio, es principalmente emocional.

Encontrar un pingüino muerto o a punto de morir en la costa, genera en el ser humano sentimientos y emociones negativas, hasta puede generar en él una **necesidad de brindarle ayuda** a estos seres vivos. Los sentimientos en este caso funcionan como **puerta de entrada al interés del ser humano** ante problemas de esta envergadura. Escasos son los recursos para explicar y comprender el sufrimiento de estas aves y tampoco se tiene la capacidad para vivenciarlo dentro del agua, desde el punto de vista de las aves. Es por esto que **necesitamos de recursos** para lograrlo.

Lo que deberíamos cuestionarnos es como hacer para que el hombre entre en **conciencia y se involucre** con los pingüinos, una especie que si no se la cuida, estará pronta a desaparecer.

Con este fin deberíamos cuestionarnos:

EMOCIONES

SENTIMIENTOS

VIVENCIAS

CONCIENCIA

Grupo de rescate limpiando pingüinos afectados que lograron llegar a la costa.

¿Qué se necesita para hacer un cambio en la relación hombre-naturaleza?

¿Cuánto más enriquecedor es que el hombre interactúe con el medio ambiente?

¿A quién debemos dirigirnos en busca de cambios?

¿Podemos lograr una convivencia simbiótica entre hombre y pingüino?

ACCIONES

Varios son los procesos existentes para contener y reducir un derrame en el mar. Las acciones para limpiar el mar luego de un derrame ocurren. De hecho son varios los equipos de individuos listos para actuar cuando sea necesario.

Lo que se plantea aquí no es una carencia a la hora de solucionar el derrame, sino que nos encontramos en una situación en la cual **el accionar debería ocurrir previamente**. Es decir, que de nada sirve limpiar un derrame de petróleo en el mar si no se lo **prepara al individuo para que no vuelva a ocurrir** tomando conciencia de las consecuencias. Las acciones o prácticas en este caso serían las maneras de **concientizar e informar** para proteger el medio ambiente.

De la misma manera sucede con los pingüinos. Algunos individuos están dispuestos a salvar y limpiar las aves empetroladas, entre otras especies. El inconveniente es que si no se concientiza ni se informa, el problema no llegará nunca a su fin volviéndose un **círculo vicioso**. Debemos de cuidar a los pingüinos y evitar que la marea negra los afecte, si es que ésta no se puede prevenir, para ahorrarnos el trabajo de tener que rescatar colonias completas de aves empetroladas.

CONCIENCIA AMBIENTAL

Brindar información y hacer consciente al ser humano de lo que sucede a su **alrededor** respecto a su medio ambiente y específicamente sobre los pingüinos empetrolados, aumenta la conciencia ambiental que se tiene hoy en día, la cual es muy escasa sobretodo en nuestro país.

La Real Academia Española define **CONCIENCIA AMBIENTAL AL CONOCIMIENTO QUE EL SER HUMANO TIENE DE SÍ MISMO Y DE SU ENTORNO, SUMA TOTAL DE AQUELLO QUE LO RODEA, AFECTA Y CONDICIONA ESPECIALMENTE LAS CIRCUNSTANCIAS EN LA VIDA DE LAS PERSONAS O LA SOCIEDAD EN SU CONJUNTO. COMPRENDE LA SUMA DE VALORES NATURALES, SOCIALES Y CULTURALES EXISTENTES EN UN LUGAR O MOMENTO DETERMINADO, QUE INFLUYEN EN LA HUMANIDAD, ASÍ COMO EN LAS GENERACIONES VENIDERAS**. Es decir, no se trata sólo del espacio en el cual se desarrolla la vida, sino que también abarca seres vivos, objetos, agua, suelo, aire y **las relaciones entre ellos**, así como elementos intangibles como la cultura. De este modo, Conciencia Ambiental significa conocer nuestro entorno para cuidarlo.

ACCIÓN

PREVENIR

ENTORNO

LUGAR Y TIEMPO

LA RELACIÓN

Cuando se desata una marea negra, teniendo en cuenta el significado de Conciencia Ambiental, no se contamina solamente el agua, sino que se dañan las especies que allí viven, las actividades que allí se pueden realizar, y se desatan conflictos culturales, sociales y político los cuales no vamos a indagar en este proyecto.

Es imprescindible hablar de Conciencia Ambiental con una problemática como la de los pingüinos empetrolados debido a que se plantea un conflicto en la relación entre el individuo y estas aves. **Es la relación la que se debe mejorar**.

Respecto a lo dicho previamente, la marea negra presenta dos tipos de relaciones. Una donde el **rol del ser humano es positivo**, desencadenada en el momento en el que el hombre salva a los pingüinos empetrolados. Por otro lado una relación poco beneficiosa para estas aves, donde el hombre adquiere un **rol negativo**, que comienza a partir de la negligencia que desemboca en un derrame de hidrocarburos. Es necesario y de suma importancia encontrar la manera de que el hombre salga de ese rol negativo para poder **convivir en el ecosistema** de manera pacífica y armoniosa con el medio ambiente y sus especies, sobretodo con los pingüinos.

RELACIÓN

ROL DEL SER HUMANO

¿Qué se necesita para hacer un cambio en la relación hombre-pingüinos?

¿A quién debemos dirigirnos en busca de cambios?

¿En posible incidir en las acciones del hombre?

¿Existe esperanza de que el hombre cambie?

COMPROMISO

Tanto el vínculo como las acciones que lleva a cabo el ser humano y la Conciencia Ambiental conforman el compromiso, que debería de tener el hombre con su medio ambiente.

COMPROMISO SEGÚN LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA ES LA RESPONSABILIDAD U OBLIGACIÓN QUE SE CONTRAE RESPECTO A ALGO O ALGUIEN. Hoy en día el compromiso es muy bajo y casi no existe en Argentina dentro de la problemática de la marea negra y los pingüinos a quienes ésta afecta. De hecho teniendo en cuenta lo datos brindados previamente, es notorio que la acción humana determina y demuestra la falta de compromiso hacia el ecosistema. El compromiso está ligado a la voluntad. Se requiere que el ser humano tenga ganas de comprometerse para luego lograrlo. El compromiso aumenta la conciencia del hombre y genera que éste haga las cosas bien como corresponde. En cuanto a los pingüinos empetrolados, si el hombre se compromete con ellos podrá mejorar la relación en la que se encuentra hoy en día la cual no es ventajosa para ninguna de las dos especies.



Relación, interacción y compromiso entre dos seres vivos de diferente especie.

VÍNCULO

VOLUNTAD



CORRIENTES con rumbo

MARCO CONCEPTUAL

En esta sección llevo a cabo la indagación y definición de conceptos teóricos fundamentales para la comprensión y el desarrollo del trabajo; tomando aquellos puntos de vista que refuercen la investigación y el proyecto, a fin de delimitar y conformar una concepción personal de ciertos fundamentos teóricos.

[MARCO TEÓRICO ESPECÍFICO]

[MARCO TEÓRICO TRANSVERSAL]

MARCO TEÓRICO ESPECÍFICO

DISEÑO GRÁFICO

Partiendo de un extracto del texto *“Diseño gráfico para la gente”* de Jorge Frascara se pretende determinar una de las concepciones del diseño gráfico que permitirá comprender hacia donde se dirige esta investigación. Frascara plantea:

“Proponiendo al diseño como una disciplina dedicada a la producción de comunicaciones visuales dirigidas a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento”

Se toma como referente esta visión del diseño ya que se relaciona directamente con uno de los objetivos del proyecto. Éste propone llegar al público por medio de un **sistema de piezas** gráficas con el fin de brindarle información y conocimiento al receptor sobre la problemática de los pingüinos empetrolados, influenciando sus actitudes y comportamiento a través de sensaciones y emociones.

Para lograrlo Frascara determina que en comunicaciones dirigidas a cambiar las actitudes del público en relación con preocupaciones sociales, en lugar de ocuparnos de la producción de comunicación visual, los diseñadores deben centrarse en el impacto que las comunicaciones pueden tener en las actitudes, el conocimiento y los comportamientos de la gente. De esta manera nos determina que impactando en el ser humano se podrá lograr que este se interese en la problemática planteada e inicie una acción. Partiendo de esta teoría se ha optado por diseñar piezas que generen efectos diferentes en cada etapa según el público.

DISEÑO DE SISTEMA

Tomando como punto de partida el término **sistema** propio del proyecto a desarrollar, se tiene en consideración la definición dada por Norberto Chaves quien concibe el término sistema como el repertorio de piezas con una unidad formal y conceptual. Una unidad que debe darse entre **los contenidos (mensaje) y los estilos (retóricas)** comunes entre las piezas. Habla de una relación entre los componentes del mensaje que comunican por sí mismos pero valen en relación con las demás partes del sistema. Dentro de un sistema de diseño se pueden incorporar **piezas de distinta naturaleza** siempre y cuando estas mantengan su unidad y relación respecto al mensaje que se intenta comunicar. Esta definición permitió que en este proyecto se generaran etapas con diversos soportes. Instalaciones, intervenciones, piezas informativas y editoriales.

DISEÑO DE ESPACIOS

Un espacio, con el sentido que le otorga Isabel Fuentes, es una pieza que puede ser parte significativa de un sistema. Fuentes define al diseño de un espacio o exposición como arquitectura efímera, un medio de comunicación que no debe ser un fin en sí mismo sino el modo de expresión que adopta el mensaje. Es decir que si este medio de comunicación transmite el mismo mensaje que otras piezas de diseño se los podría considerar como sistema por su relación de contenidos. El cómo, haciendo referencia al espacio, es simplemente el canal por el cual se transmite la información. Profundizando aún mas dentro de la concepción de Isabel Fuentes el espacio es un sistema en sí mismo. En su texto *“El poder comunicativo de las metáforas en la arquitectura efímera y en el diseño expositivo”* fuentes escribe:

“El espacio se caracteriza por el uso de múltiples soportes”

Con esta pequeña característica del espacio pretende definir al mismo como un sistema que incorpora diferentes soportes y piezas para poder ser llevado a cabo. Es pertinente considerar esta relación entre comunicación, sistema y espacio para el desarrollo de un proyecto de esta naturaleza y por sobretodo partiendo de la base que se plantea desarrollar un sistema. Este ha sido el punto de partida para el desarrollo de la etapa A donde se combinan piezas de diversa naturaleza para reforzar el mensaje. Esa instalación generada es un sistema en sí mismo. De esta manera Fuentes nos demuestra la posibilidad de pensar **la comunicación como algo existente a escala real**. La transmisión de un mensaje que nos involucra no solo a través de un proceso mental sino también involucrando nuestro cuerpo y sentidos. Muchos de los medios a través de los cuales el diseño comunica, deja de lado el cuerpo. Resulta interesante estar presente a este dato ya que en este proyecto se busca acercar a la gente a la problemática **reforzando el concepto** al involucrar y hacer participar al hombre de la comunicación en las

Se debe destacar una discrepancia respecto a que Frascara concibe al diseño como comunicación visual y a través de este trabajo con las etapas planteadas se desea demostrar que el diseño gráfico no se restringe solo a piezas visuales; para lo cual más adelante se incluyen teóricos sobre diseño de espacios, materiales y diseño sensorial.

SISTEMA

IMPACTO

UNIDAD

RELACIÓN

☒ UNIDAD

☒☒☒☒☒ SISTEMA

ARQUITECTURA EFÍMERA

CANAL

SOPORTES

CUERPO

El significado que alcanza la arquitectura efímera para la mayoría es algo temporal pero referido a su presencia en el lugar, ocupar el lugar generando un espacio novedoso, trascendente incluso a veces llegando a términos de fantasía y surrealismo, algo que se monta y desmonta, autoportante dedicado exclusivamente para el uso que haya sido creado. Entendiendo el significado efímero no como temporal únicamente, sino cambiante. Sin embargo, si nos vamos a un significado más profundo y abstracto, se concibe que es aquella en la que intervienen todos los sentidos (vista, tacto, oído, olfato, gusto) y percepciones.



WANG SHU, PRITZKER.
ARQUITECTURA EFÍMERA

RELACIONES

BIDIMENSIONAL

TRIDIMENSIONAL

SECUENCIAL

MATERIALES

APROVECHAMIENTO DE RECURSOS

BIDIMENSIONAL Y TRIDIMENSIONAL

CLIMA

instalaciones e intervenciones propuestas.

Como se pretende llegar al ser humano a través de sus sentidos, sentimientos y emociones el diseño de espacio es la manera más directa de incentivar una acción. En relación a esto se pretende resaltar una frase redactada por Fuentes en su teoría:

“La posibilidad de enganchar al público por el lado afectivo que ofrece el mismo encuentro”

Así es como agrega a su definición que el espacio es un canal de comunicación y simultáneamente un **lugar de encuentro y relaciones** de individuos entre sí, individuos con el mensaje e individuos con sus sentidos. Todo encuentro connota afecto y por ende se dificulta dejar de lado los sentimientos al planificar un espacio. **Esta capacidad del diseño espacial requiere ser explotada al máximo.**

La teoría de Robert Gilliam Scott define la existencia de tres tipos de relaciones visuales. Las bidimensionales, las tridimensionales y relaciones de secuencia y duración en el tiempo. Dentro de la concepción de Scott el diseño de espacios pertenece a los tres tipos de relaciones ya que el espacio comprende lo bidimensional, tridimensional y secuencias de tiempo. Para mi proyecto esas tres relaciones me han orientado en decidir que piezas diseñar para que fueran bi-tridimensionales y presentarlas en secuencia temporal que se hace presente en la etapa A del proyecto.

Habiendo definido el concepto de espacio y diseño sensorial nos encontramos con un extracto del texto *“Fundamentos del diseño”* escrito por Scott. Allí aclara:

“ Los materiales son firmes individualistas: se puede conseguir mucho de ellos apelando a su cooperación, pero es imposible forzarlos. Hay que comprender su naturaleza y trabajar con ella, no contra ella. Es evidente lo que esto implica para la causa formal: nada de irresponsables vuelos de la fantasía. Por supuesto que la fantasía interviene, pero siempre basada en el conocimiento de los materiales. Cuanto más se sabe acerca del material, mejores y más imaginativas son las ideas. Esa es la verdadera imaginación.”

La materialidad dentro del diseño sensorial se utiliza como canal de información. Sumado a la explicación de Robert Gilliam Scott podemos definir a la materialidad como elemento que forma parte de la comunicación y que comunica a su vez por sí misma por medio de sus características morfológicas. Es decir que los materiales tienen cualidades que si se las aprovecha logran **comunicar a través de los sentidos como lo busca hacer el diseño sensorial.**

Más aún, se incorpora este extracto por ser fundamental a la hora de plantear un sistema de información sensorial y profundiza respecto a la concepción de espacio. **Los materiales en la tridimensionalidad hablan así como hablan los elementos en la bidimensionalidad (según W. Wong).** Esto me oriento al momento de determinar la primer etapa en la cual teniendo presente esta frase opté por hacer protagonista al material y que éste comunicara el mensaje.

A partir de los materiales que se usen y como el **diseñador se apropie** de ellos se logrará la comunicación. Estos materiales en una instalación permitirán introducir al público en un espacio con un clima determinado en el cual captarán las sensaciones a flor de piel a comparación de las sensaciones transmitidas por una bidimensionalidad o tridimensionalidad de un objeto. Encontrar el método por el cual aprovechar los materiales para comunicar hace que **el mensaje deje de ser literal convirtiéndose en retórico.** El mismo diseño sensorial presenta una gran carga retórica.

RETÓRICA

La Real Academia Española define la retórica como arte de bien decir, de dar al lenguaje eficacia bastante para **deleitar, persuadir o conmovir.** Debido a la finalidad que tiene este proyecto es necesario realizar la búsqueda y explicación del término ya que se quiere **afectar e incitar con la comunicación** ciertas **actitudes y comportamientos del ser humano** en relación a los pingüinos empetrolados; y para lograrlo se debe tener conocimiento al respecto. Roland Barthes, teórico sobre la retórica de la imagen plantea la existencia de dos tipos de mensajes: el mensaje literal que es ver la imagen por lo que es y el mensaje simbólico que lo define como **lo que comunica esa imagen según los conocimientos previos adquiridos por el receptor.** Se tuvo en cuenta la explicación de este autor para determinar para qué públicos era conveniente el uso de retórica en el proyecto.

La aclaración de sentido que le da Barthes a la retórica o mensaje simbólico permite lograr comunicar lo que se quiere decir con un amplio espectro de ele-

DISEÑO SENSORIAL

Deyanira Bedolla Pereda especialista e investigadora del diseño sensorial lo define como una perspectiva de diseño de gran importancia y amplitud que permite innovar con base en la identificación de problemáticas y necesidades humanas no satisfechas, no tomadas en cuenta, o han sido dejadas de lado y, sin embargo, tienen gran relevancia, no sólo para el éxito del objeto proyectado sino, sobre todo, para el bienestar y calidad de vida del hombre a través de sus sentidos.

De esta mirada teórica se destacan ciertos aspectos como la finalidad de mejorar la calidad de vida del hombre que comparte semejanzas con el concepto de conciencia ambiental. Ambos buscan el bien estar del ser humano. En el proyecto este concepto se aplica tanto para el hombre como para los pingüinos. Por otro lado la identificación de problemáticas humanas y la búsqueda de una solución a través de los sentidos se hace presente en el qué y el por qué del proyecto que promueve esta tesina.

PERSUADIR

MENSAJE SIMBÓLICO

mentos e imágenes de otro contexto evitando caer en lugares comunes como por ejemplo la foto del pingüino empetroado para hablar del derrames o sufrimiento de los animales. En este punto se relaciona lo desarrollado por Scott respecto a que **los materiales comunican por si solos**. Esta concepción de los materiales y su uso como comunicadores **forman parte del mensaje simbólico**.

Es propicio en este caso tomar las siguientes líneas de este autor en su texto "Retórica de la imagen" donde expone su interpretación de sistema de connotación:

"Un sistema que se hace cargo de los signos de otros sistemas para convertirlos en sus significantes"

De esta manera refuerza lo dicho previamente que al hablar del derrame de petróleo y los pingüinos afectados **no implica que ni uno ni otro aparezcan como significantes**. Tomar recursos o elementos alejados del la temática ambiental, le da fuerza a los conceptos y **la comunicación interactúa con el receptor** ya que debe de hacer un proceso mental para codificar el mensaje.

Con el fin de que el mensaje se interprete correctamente Barthes expone que el texto escrito es la guía del lector entre los significados de la imagen. A partir de esta aclaración, simultáneamente le da significado al concepto polisemia. Lo explica como las diversas interpretaciones que puede tener una imagen.

Para que esto no ocurra y respetando la concepción del texto por Barthes, se debe acompañar la imagen con un texto solo en el caso de ser necesario.

A su vez la incorporación de textos puede a veces ser útil para comunicar una metáfora verbal para reforzar el mensaje. Es decir que se puede resignificar un elemento cotidiano simplemente acompañándolo por un texto retórico. Esta situación se presenta a la inversa de la anterior. Por ultimo, este teórico describe que no solo la imagen connota sino que el lenguaje o herramienta con la cual esté desarrollada son también fuentes de connotación que suman información al mensaje. Así lo presenta en su texto:

"Oponer la fotografía, mensaje sin código, al dibujo, que, aún cuando sea un mensaje denotado, es un mensaje codificado."

Dentro de la retórica visual que describe Roland Barthes encontramos la metáfora a la cual denomina de este modo: cuando en una imagen se observan **las cualidades de un objeto en lugar de otro, para destacarlas**.

Por otro lado Michel De Carteau profundiza agregando que **la metáfora acerca lo incomprendible**. De esta manera se extrae de este autor el concepto de metáfora por ser una herramienta oportuna para la comunicación de la problemática planteada. Los derrames de petróleo debido a la magnitud de las consecuencias que acarrea se vuelven **difíciles de comprender por el ser humano**. Es importante tener en cuenta lo que dice Carteau ya que **haciendo uso de la metáfora para comunicar será más fácil lograr que el público entienda el problema planteado**.

"Atribuye la capacidad de mostrar lo desconocido a partir de lo familiar"

Así es como Carteau explica la aplicación de la metáfora, recurso que permitirá transmitirle al individuo que sucede con sus aguas y la fauna que allí hábitat.

COLOR

Haciendo referencia a los conceptos teóricos de José Luis Caivano sobre el color y la semiótica se puede considerar al color como recurso retórico para comunicar. De hecho Caivano lo presenta como signo que no tiene un significado definido sino que su concepción **depende del contexto** donde se lo sitúe.

Por su parte Charles S. Pierce percibe al color como algo que está en lugar de otra cosa. Relacionándolo con la teoría de Barthes sobre la retórica podría decirse que **el uso del color según Pierce es una metáfora**. Es decir que se utiliza para transmitir un concepto o información sobre un objeto. El color entonces, de esta manera de ver los argumentos, comunica.

Pero hay que resaltar como aclara Caivano que una metáfora o el color concebido como tal no hablan de todo el objeto que reemplazan sino de una de sus cualidades o características.

Es propicio definir lo que Caivano nombra como indicialidad de color. Un índice es un signo que funciona debido a la existencia de la relación entre él y aquello que representa con lugar en un determinado tiempo y espacio. El color da indicios de lo que sucede. Un ejemplo concreto y preciso es el siguiente. El mar de color azul nos indica que el agua está limpia y potable. En cambio el mar de color negro, apegándonos a la problemática en desarrollo, da indicios de que hubo un derrame de hidrocarburo. Queda en claro que el concepto de color como índice es útil para el desarrollo del proyecto de esta tesina.

Existe una teoría de color con la cual se designa a cada uno de ellos un significa-

MENSAJE CONNOTADO

INTERACCIÓN

METÁFORA

COMPRESIÓN

SIGNO

COMUNICACIÓN

ÍNDICE

do independientemente del objeto sobre el cual se aplique. Pero Caivano resalta la necesidad de un contexto para que el color adquiera una interpretación según su utilización, rompiendo con la idealización de que la definición de cada color está preestablecida.

Para concretar el concepto de color es ineludible realizar una breve referencia al color negro. En relación con la problemática planteada se puede evidenciar una fuerte presencia del color negro. Luego de la lectura del texto de Caivano "*Color y semiótica: un camino en dos direcciones*" se puede fijar que **no existe obligatoriedad ni necesidad de utilizar el color negro para hablar de petróleo**. Esta afirmación se encuentra respaldada por los conceptos teóricos de Caivano presentados previamente.

GRÁFICA REIVINDICATIVA

La gráfica reivindicativa podría definirse como aquellas imágenes creadas desde el compromiso social y el activismo político con el objeto de reclamar unos determinados derechos, **poner de relieve o protestar por determinados problemas** o injusticias sociales. El emisor de estos mensajes podrá ser el ciudadano que se expresa a título individual o bien colectivos más o menos organizados, como plataformas ciudadanas, asociaciones de vecinos u organizaciones no gubernamentales. Sus actuaciones son de muy diversa índole: **reivindicaciones de carácter pacifista, ecologista**, de carácter laboral o que reclaman el cumplimiento de los derechos humanos son sólo algunos ejemplos.

El diseño gráfico, que tiene el poder de hacer más persuasivo el mensaje y de **dotarlo de mayor carga emocional**, capaz de generar símbolos que reafirman la existencia de un sentimiento colectivo, es una disciplina que tiene muchas cosas que aportar en este contexto, **de crítica o de denuncia**. Se convierte en un pilar fundamental en la construcción de una conciencia colectiva, elemento imprescindible en la consecución de los cambios. Trasladado al campo del medio ambiente y al problema que esta siendo investigado tiene como motivo la **protección de las especies en peligro de extinción**.

A menudo nace más como una **respuesta visceral, espontánea**, con carácter de urgencia y **muchas veces efímera**, suele carecer de la precisión de un encargo bien definido. La gráfica comprometida pretende **augmentar la concienciación social o que surja allí donde todavía no la hay** y sirve para reafirmar el sentimiento de pertenencia a un colectivo o grupo de opinión. Sea desde la iniciativa individual o colectiva, sea elaborando contenidos o formalizando los de las organizaciones, **el diseñador gráfico es un elemento clave en su capacidad de contribuir a agitar conciencias**. Esta actividad debe ir acompañada de una **conciencia entre los mismos diseñadores de la importancia de su trabajo dentro de la cultura**. A esto se lo denomina compromiso del diseñador.

Lo que hace que el cuestionamiento crítico en los campos del arte y las humanidades sea tan poderoso hoy en día es la tendencia a ubicar el **texto o la obra de arte dentro de un marco cultural más amplio**, poniendo el énfasis de la crítica en la comprensión de cómo la estructura y los valores del tejido social más amplio tienen influencia sobre cómo se forman y adquieren sentido los trabajos creativos. Este tipo de criterio es más complejo que el análisis formal tradicional. Un ambiente **más crítico** obliga a los diseñadores a ser más conscientes de lo que hacen y, en consecuencia, a responder mejor de su trabajo.

Gerard Paris Clavel como referente del diseño de protesta, precisa a los diseñadores gráficos como **auténticos creadores de imágenes que pueden hacer que la gente se formule preguntas**. Dice estar convencido de que, junto con la búsqueda del buen diseño, sólo existe un **objetivo** que sea genuinamente prioritario: **trabajar conjuntamente por las causas humanas**. A esto agrega que el diseño cobra sentido realmente si persigue un objetivo social. Con su **capacidad de expresión simbólica puede fomentar el conocimiento y cuestionamiento de los problemas que aquejan a nuestra sociedad y también profundizar el deseo de aprender de su complejidad**.

IDENTIDAD

Según **Justo Villafañe** "La identidad corporativa de una determinada empresa es definida como **la esencia** de esa empresa descrita por aquellos **atributos identificadores y diferenciadores** que confieren a tal empresa un carácter único y permanente." En particular este proyecto consiste de un movimiento social no una empresa, pero aún así es necesario que **todas las piezas del proyecto mantengan relación**, por medio de la identidad visual, para que el receptor pueda, a medida que las reciba unirlos y comprender que **corresponde a un conjunto**. Todo lo que el movimiento representa, no solo las piezas que propone, sino los conceptos e ideas que quiere difundir no necesitarán de explicaciones textuales ya que si se crea una identidad gráfica el público lo percibe por el imaginario visual que este presente.

CONTEXTO

Según la cultura oriental el blanco significa muerte. En occidente en cambio la muerte es representada por el negro.



COMPROMISO

PROTESTA

RECLAMO

DENUNCIA

CONCIENCIA



KLAUS STRAEK, "NOS CENTRAMOS SIEMPRE EN EL SER HUMANO", POSTAL

CAUSAS HUMANAS

OBJETIVO SOCIAL

"Las mejores identidades no ilustran, pero indican...no representan textualmente pero sugieren... y son expresadas con concisión, inteligencia e ingenio" Paul Rand

MARCO TEÓRICO TRANSVERSAL

NATURALEZA

La naturaleza puede tener varias definiciones dependiendo del contexto en el que se use. Podría ser la naturaleza de algo (origen), o la naturaleza del ser humano (cómo se comporta), o bien el universo físico. Aquí **la que nos interesa** es la que se refiere a ella como un **“entorno natural”**, lo que engloba a muchas cosas, incluyendo cualquier cosa que no ha sido alterada por la mano del ser humano

[No ha sido alterada por el hombre.]

MEDIO AMBIENTE

El Ambiente es el sistema global constituido por elementos naturales y artificiales de naturaleza física, química, biológica, sociocultural y de su relación, en **permanente modificación por la acción humana o natural** que rige o condiciona la existencia o desarrollo de la vida.

El hombre es un componente muy importante porque puede transformarlo más que cualquier otro ser del planeta y por ende tiene una **responsabilidad superior**.

RESPONSABLE

RESPONSABILIDAD

La palabra responsabilidad contempla un abanico amplio de definiciones. De acuerdo al diccionario de la Real Academia Española (RAE), hace referencia al **compromiso u obligación de tipo moral que surge de la posible equivocación cometida por un individuo en un asunto específico**. La responsabilidad es, también, **la obligación de reparar un error y compensar los males ocasionados cuando la situación lo amerita**. Dentro de la problemática de los pingüinos empetrolados la responsabilidad se manifiesta en ambas definiciones, solo que su acepción como compromiso es a lo que se busca llegar con la aplicación del proyecto. Otra definición posible mencionada por la RAE señala que la responsabilidad es la **habilidad del ser humano para medir y reconocer las consecuencias de un episodio que se llevó a cabo con plena conciencia y libertad**. La ausencia de responsabilidad en cuestiones petroleras definida desde este punto de vista es lo que genera el problema que está siendo tratado, para el cual se busca que el ser humano reconozca su culpa informándose sobre la problemática. **Por lo tanto, una persona responsable es aquella que desarrolla una acción en forma consciente y que puede ser imputada por las derivaciones que dicho comportamiento posea**. De este modo, **la responsabilidad es una virtud presente en todo hombre que goce de su libertad** tomando una serie de decisiones de manera consciente y asumiendo las consecuencias que tengan las citadas decisiones.

COMPROMISO

CONCIENCIA

VIRTUD

CONCIENCIA

Partiendo de la noción filosófica del término, conciencia es un concepto **moral derivado de la ética**. Es la facultad de decir y hacerse autor de los actos y responsable de sus consecuencias. Desde este parecer se apela a la conciencia del hombre en la investigación dada. En el proyecto se apunta a concientizar en todas las etapas en algunas más en otras menos.

Enriqueciendo esta interpretación, la definición de conciencia expuesto **desde la psicología** dice ser el medio por el cual una persona se percibe en el mundo permitiéndole interactuar e interpretar los estímulos externos que forman lo que conocemos como la realidad. En busca de una conexión entre el hombre y los pingüinos por medio del proyecto se hace referencia a lo investigado previamente sobre espacios y libros objeto. Fundamental concebir la definición psicológica de conciencia ya que las piezas se percibirán de a cuerdo a como el diseñador quiera comunicar dependiendo de las interacciones que tomen lugar en ellas, una realidad simulada para transmitir un mensaje que el individuo podrá comprender gracias a su capacidad consciente.

CONCEPCIÓN DEL ENTORNO

COMPROMISO

“Compromiso es el material con que se forja el carácter para poder cambiar las cosas”

Extraigo la definición realizada por Shearson Lehman debido a su entendimiento de compromiso como **herramienta para generar un cambio**. A través de la búsqueda del compromiso del ser humano con los pingüinos, que plantea el proyecto se tiene por objetivo generar un cambio. Esclareciendo lo dicho, **sin compromiso no hay cambio** por ende el proyecto **comprometerá al hombre y luego lo incentivará a cambiar**. De esta manera solucionar el problema desarrollado en esta investigación, según Lehman sería estar logrando el cambio que se propone.

CAMBIO

GARCÍA URIBURU

Artista plástico, pintor y arquitecto argentino que ha desarrollado una serie de **intervenciones en la naturaleza, como recurso de denuncia**. Desde su punto de vista:

“Los conceptos están en la naturaleza misma y son dirigidos al hombre común con la intención de transformarlo.”

Uriburu considera que **los mensajes ya están en la naturaleza** solamente hay que dirigirlos hacia el hombre explotando los recursos para que éste haga un cambio. En sus proyectos los conceptos de naturaleza, responsabilidad, conciencia y compromiso son fundamentales. Aquí se hace presente el land art, tendencia artística perteneciente al **Happening** que consiste en intervenir en la naturaleza para generar un mensaje y **lograr emociones** plásticas en el espectador.

Tal y como se espera en las etapas uno y dos del proyecto de los pingüinos



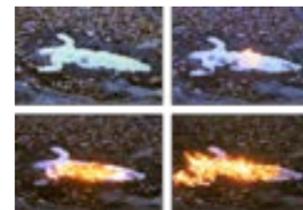
GARCÍA URIBURU, INTERVENCIÓN EN EL RÍO CHUELO PARA GREENPEACE.



No elige negro para hablar de su-
cio y peligroso sino que opta por el
verde sinónimo de naturaleza, para
teñir el agua de canales, ríos, y
transmitiendo contaminación.

CUERPO HUMANO

ESPACIO-TIEMPO



HUELLA

MATERIALIDAD

LENGUAJE

empetrolados, se busca emocionar al receptor a través de **una vivencia, un lugar tangible, transitable**. Un **cuadro** es una expresión artística que plantea una distancia entre el observador y el mensaje, en cambio una **intervención** pretende dejar de lado esa distancia para **incluir al individuo en el mensaje** mismo. Esto lo logra Uriburu en sus trabajos y es a lo que se pretende llegar con el proyecto contemplando al **espacio como recurso para acercar a al receptor a una problemática intangible**.

Uriburu atribuye a la palabra transformación a **elementos afectados por el paso del tiempo, no estáticos que circulan así como circula la gente por las mismas**. El mensaje se vuelve más verosímil que una pintura estática en una pared.

Se pretende **destacar la explicación de significado** que le da este artista plástico **al color como elemento de comunicación que se resignifica en la puesta o intervención adquiriendo una cierta interpretación**.

ANA MENDIETA

La artista plástica Ana Mendieta perteneciente al **Happening** define al cuerpo humano como **recurso de comunicación**. Es prudente rescatar el respeto que Mendieta tiene hacia el cuerpo. Es decir que éste aparece físicamente siempre y cuando no sufra. Al hablar de dolor reemplaza el cuerpo con otros materiales. Esto es interesante ya que transmite el sentimiento de sufrimiento y genera un clima acorde al mismo pero **evitando generar sufrimiento en el cuerpo involucrado** en la comunicación ni en el espectador.

Se ha indagado sobre Ana Mendieta teniendo en cuenta que para este proyecto se busca que el ser humano empatice con el pingüino empetrolado, es necesario hablar de piel. Piel haciendo referencia a que **el hombre se pueda colocar de alguna manera en el lugar del animal** para comprender porqué sufre y así tomar conciencia de la problemática.

Desde la postura de esta artista el tiempo y el espacio están siempre ligados. Entiende a la **secuencia fotográfica como recurso para hablar de cambios en el tiempo y define al tiempo como el ritmo de la comunicación**. Conceptos como el **lugar (espacio) interpretado como el bastidor del mensaje y la pertenencia** se hacen presentes en las propuestas de Mendieta. Es por esto que se debe de tener presente sus trabajos ya que se genera un acercamiento con la problemática planteada en el proyecto en cuestión. Los pingüinos están siendo desplazados de su lugar de pertenencia, su hábitat, por la marea negra; lo cual nos permite hablar de **espacios y del desplazamiento de los mismos. Conceptos relevantes aquí son la traslación, la ocupación y la invasión**, palabras que se han tenido en cuenta al momento de formular el programa de diseño y el partido conceptual. La artista maneja estos conceptos generando una **especie de cercanía o relación entre el lugar o la problemática y la figura humana**.

Con su obra **Body Track** la artista maneja a su vez el concepto de huella. **La huella como un rastro en el tiempo. La huella como el impacto**. Es interesante destacar este concepto del trabajo de Mendieta ya que en el proyecto se busca impactar, dejar una huella en el público, **la huella como sinónimo de conciencia y mensaje**. Se busca concientizar dejando marcado al ser humano luego de una experiencia. **A su vez una intervención es una huella, es una comunicación que sucede en un determinado tiempo y lugar dejando una marca donde toma lugar**.

Por último esta artista atribuye a los materiales la capacidad de hablar por sí solos al igual que lo hace Scott. Para **conectar al ser humano con la naturaleza** la artista en su obra usa solamente materiales naturales esenciales para el hombre. Aquí **el material habla sobre sí mismo y dice mucho más conceptualmente**. Habla de la naturaleza como necesidad del hombre. Es importante para este proyecto tener en cuenta la concepción de los materiales que tiene la artista a la hora de decidir con qué elementos decir lo que se quiera decir. Esto permite orientar como pensar en el aprovechamiento de los materiales a la hora de elegirlos, para que estos por sí mismos hablen.

ANANKÉ ASSEFF

La diversa obra de Ananké Asseff transmite su interpretación del arte como escenarios cargados que evocan el miedo y la amenaza, imaginada y/o promovida, en la construcción social y personal. Así mismo explica:

“Sabemos que el lenguaje no representa la realidad sino que la constituye.”

El tema en las obras de Asseff es la paranoia. El peligro está, pero no como acontecimiento, sino como hipótesis. Es la suposición de un peligro inminente lo que carga de tensión las escenas. Esta presentación de su trabajo devela que no es necesario mostrar el problema. Con indicios solo basta.

Utiliza el concepto de peligro que a su vez se hace presente en este proyecto. El peligro de los pingüinos, su peligro de extinción. Ananké Asseff ve al peligro como sensación no como un hecho. Juega con la indiciabilidad de sus piezas.

LAND ART

RECEPTOR ACTIVO

TRANSFORMACIÓN

RESIGNIFICACIÓN DEL COLOR

A la hora de determinar un color para hablar del petróleo en las piezas del proyecto, es importante tener en cuenta la percepción de Uriburu para evitar caer en los lugares comunes como que el petróleo es negro y solamente negro. Uriburu nos permite ver que se puede hablar de contaminación con otros colores.

[Ana Mendieta maneja la temporalidad en su obra Body Track.]



[El tacto es uno de los sentidos más explotados al momento de poner el cuerpo en la comunicación.]



ANANKÉ ASSEFF, INSTALACION SITE SPECIFIC

MAYA LIN

Es artista y arquitecta estadounidense conocida por su trabajo en escultura y arte de paisajes que nos permite ver soluciones a las problemáticas medio ambiental como es la tratada en esta tesina, a través de los ojos de la arquitectura y el paisajismo. Lin pronuncia lo siguiente respecto al medio ambiente:

“No sólo necesitamos cambiar de conducta”

En sus proyectos mantiene presente esta idea de cambio de conducta que ella considera que debe estar respaldada por el gobierno. Lo que nos compete de su **reflexión es su concepto de búsqueda de cambio** a través de estructuras en el espacio. Partiendo de este ideal define que **la solución a los problemas ambientales**, existentes hoy en día en nuestro planeta y consecuencia de la acción humana, **es el cambio de actitud del ser humano**, para lo cual determina que como emisor de un mensaje se debe **mostrar al receptor lo que no se ve** y pensarlo desde el punto de vista ambiental.

Referido al medio ambiente, Maya Lin tiene gran preocupación y conciencia al respecto y **define al hombre como especie avasallante del planeta**, otorgándole la responsabilidad absoluta de las repercusiones en la naturaleza.

Una visión muy interesante tomada de Maya Lin es como le da sentido a los mapas interpretándolos como **proceso de dar paseos por el mundo**. Concepción muy relacionada con lo desarrollado sobre espacios en páginas previas y que desembocó en la realización de las intervenciones y la web vista como un espacio virtual recorrible.

Lin encuentra en la selección de los materiales la **retórica del mensaje**. Los elementos de la intervención, instalación, paisaje o estructura arquitectónica comunican por sí mismos por sus características materiales; y a su vez aportan al sentido total del proyecto. Aplica lo conocido como aprovechamiento y **explotación de las cualidades de un cierto material**.

Para concluir con su visión teórica sobre estos temas Lin expone que la naturaleza es:

“Un hecho temporario. No es el río no es la tierra. No es ni aquí ni allá”

Lo determina partiendo del concepto de **temporalidad**, que la Real Academia Española define como **eventualidad o fugacidad**. No define a la naturaleza como algo concreto, sino como algo cambiante que no depende de un lugar sino que depende de un tiempo. Esta definición fomenta la realización de piezas posibles de ser alteradas por el ser humano en la etapa A.

HAPPENING

Movimiento artístico de protesta de la década del 60 que busca reubicar al espectador integrándolo dentro del mensaje para que se involucre y que el mensaje corra de manera más fluida. **El happening propone hacer foco en la organización y la participación del espectador dejando de ser pasivos para involucrarse en la causa**. A lo largo de todo el proyecto se busca lograrlo.

El body art conocido como proceso artístico por el cual el **artista utiliza su propio cuerpo como soporte material de la obra**; y el land art pertenecen a este movimiento. Ambos, el body art y el land art se alimentaban de la búsqueda de nuevos soportes para transmitir un mensaje evitando caer en lo convencional. Se han desarrollado estos términos debido a la existencia de puntos de contacto con el objetivo del proyecto de llegar al público comunicando a través de todos sus sentidos.

Este es el punto en el cual **se desvanece el límite entre arte y diseño gráfico** volviéndose híbrido. Cuando el arte busca como fin comunicar una causa puede ser implementada dentro de un proyecto como este, que busca expresar una problemática a través de diversos materiales y medios para llegar al receptor **a través de todos sus sentidos**. Así como este movimiento artístico buscaba la participación espontánea del público los lugares elegidos para que ocurran eran públicos. El donde esta pensado, no es arbitrario. Al pretender ubicar al receptor como elemento que participa del mensaje se pensó donde ubicar la pieza y como el usuario interactuaría con ella en ese entorno.

BANKSY

Es un artista callejero Británico anónimo, un terrorista poético, un agitador gráfico cuyos mensajes toman como soporte las paredes de la ciudad. A través de su arte urbano basado en stencils, grafitis e instalaciones en grandes ciudades, expone polémicamente a la sociedad creando una galería de imágenes-argumentos para las luchas presentes y futuras, pero sobre todo una vital: la lucha por el espacio público.

BÚSQUEDA DE CAMBIO

CAMBIO DE ACTITUD



MAYA LIN, LO BIDIMENSIONAL INTERVENIDO Y CONVERTIDO EN TRIDIMENSIONAL.

MATERIALIDAD

TEMPORALIDAD

REPOSICIONAMIENTO

CAMBIO DE SOPORTE

LUGAR



BANKSY, LAS TORRES GEMELAS. FLOR EN LA PARED INTERVENIDA CON STENCIL.

“Cualquier pared existente en la vía pública que no te da la oportunidad de escoger si mirarla o no, es tuya. Te pertenece, ya que es parte de tu campo visual y puedes hacer lo que quieras con ella”.

Es interesante tomar de este artista el concepto de invasión ya que no pide permiso para intervenir el espacio público tal como sucede con el hombre interviniendo las aguas con petróleo. Este artista brinda un ejemplo de que herramientas utilizar al momento de generar mensajes que impacten la rutina del ser humano y que sirvan para generar un mensaje metafórico sobre el avance del hombre sobre el hábitat de los pingüinos. Más aún su anonimato permite al receptor enfocar en la problemática, que es lo que importa, dejando de lado al emisor del mensaje.

PERCEPCIÓN

Para la psicología, la percepción consiste en una función que le posibilita al organismo recibir, **procesar e interpretar la información** que llega desde el exterior obediendo a los estímulos cerebrales logrados a través de los cinco sentidos. Mensajes que son capaces de ser captados por los cinco sentidos se vuelven más **verosímiles y fáciles de comprender y recordar por el individuo**. El mensaje fluye más fácilmente entre el emisor y el receptor. En la búsqueda de una un sistema sensorial como lo es este proyecto, se tuvo en cuenta la teoría perceptiva y se indagaron piezas que pudieran comunicar sensaciones diversas a través de diferentes recursos llegando a la elección de una instalación, una intervención y piezas de manipulación.

Mediante la percepción, la información recopilada por todos los sentidos se procesa, y se forma la idea de un sólo objeto. Es posible sentir distintas cualidades de un mismo objeto, y mediante la percepción, unirlos, determinar de qué objeto provienen, y determinar a su vez que este es un único objeto. **Teniendo en cuenta esto podría pensarse en hablar de la retórica, de la parte por el todo**.

Al presentarle al receptor un elemento con ciertas cualidades este podría inferir su origen y a qué pertenece o que ha sucedido con el mismo sin la necesidad de mostrar todo, por el tacto, el oído, el olfato, la vista o el gusto. **Esto hace que los sentidos participen en la comunicación y que las emociones y los sentimientos se refuercen**.

CONDUCTISMO

Según la teoría psicológica conductista el comportamiento observable, es decir la conducta, es **resultado de un conjunto de estímulos** que generan respuestas. Esos estímulos devienen del entorno del individuo. Son claves las palabras estímulo y respuesta ya que hablan de una relación directa de causa efecto. El conductismo nos plantea que es **posible lograr ciertas reacciones en un individuo si estas son buscadas y estimuladas**. En el proyecto esto se vería reflejado en la capacidad de poder generar piezas para el público receptor que logre producir en ellos un cambio de conducta o simplemente generar ciertas emociones buscadas intencionalmente, con el fin de que el individuo conozca y pueda llegar a comprender el problema.

A su vez esta teoría psicológica determina que el individuo es un organismo que se **adapta al medio en que se encuentre**. Es fundamental tener presente esta concepción ya que generar un espacio o intervención se deberá de tener en cuenta crear un ambiente en el cual el público se sienta cómodo y se adapte para llevar a cabo toda la experiencia que allí se desarrolle.

CONSTRUCTIVISMO

De acuerdo a Piaget, el aprendizaje eficaz requiere que los **individuos operen activamente en la manipulación de la información** a ser incorporada, pensando y actuando sobre ello para asimilarlo. Su teoría ha servido para llegar a la determinación de incluir en el programa de diseño piezas editoriales que por su portabilidad y dimensiones permiten la manipulación.

En este enfoque se plantea que el individuo es una construcción propia que se va produciendo como resultado de la **interacción de sus disposiciones internas y su medio ambiente**. Su conocimiento no es una copia de la realidad, sino una construcción que hace la persona misma. Esta construcción resulta de la representación inicial de la información y de la actividad externa o interna que desarrollamos al respecto. Aquí es cuando **se inserta la capacidad del diseñador para comunicar y transmitir ciertos conocimientos al hombre**. Es un proceso activo de parte de la persona en **ensamblar, extender, restaurar, interpretar y construir conocimiento** desde los recursos de la experiencia y la información que recibe, que se lo puede relacionar con las definiciones dadas de espacio como experiencia donde un individuo adquiere información interactuando en él.

Todas las piezas propuestas en este proyecto generan que el usuario transite una experiencia y a través de ella reciba el mensaje de manera más fluida.



SENTIDOS

BANKSY, INTERVENCIÓN CALLEJERA.



VISTA



OIDO



TACTO



OLFATO



GUSTO

ESTÍMULOS

RECEPTOR ACTIVO

ESPACIO



MILLAS *de* *aves vestidas* DE ESMOQUIN

MARCO METODOLÓGICO

ANÁLISIS DE CASOS

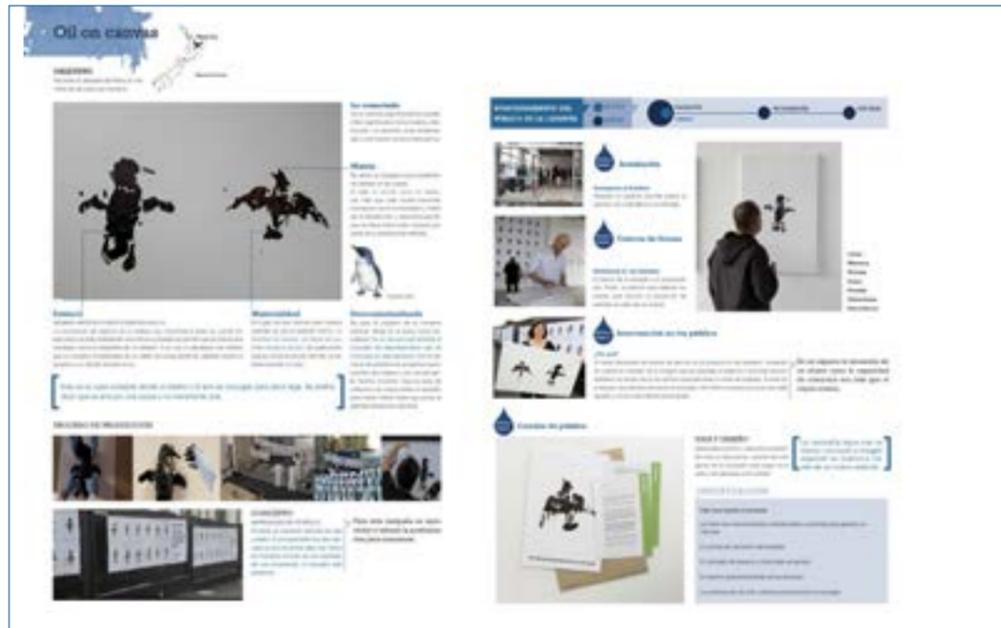
Se observaron y analizaron tres **casos análogos al proyecto** con el fin de construir un horizonte que permitirá definir y delimitar los elementos que requiere el proyecto. Los casos semejantes analizados fueron los siguientes.

[OIL ON CANVAS]	Proyecto conmemorativo <i>Arte + diseño</i>
[SPOILED]	Campaña de concientización <i>Sistema + instalación</i>
[NOTANKERS]	Gráfica de protesta <i>Intervención callejera</i>

CASO 1

OIL ON CANVAS

Proyecto conmemorativo.
Arte + diseño



ELECCIÓN

La decisión de analizar este caso parte de haber encontrado un proyecto dedicado **específicamente a los pingüinos empetrolados y a su relación con el hombre.**

Aquí se busca **involucrar emocionalmente al ser humano comprometiéndolo** en la causa, encontrando el punto donde **el arte y el diseño se complementan.** Estos dos aspectos previamente explicados se buscan en mi proyecto. Es la razón por la cual se ha indagado sobre una propuesta como esta, donde el arte se encarga de generar emociones y el diseño busca comunicar y solucionar una problemática.

A su vez "Oil on canvas" involucra al ser humano **disponiendo el mensaje en un espacio en el cual este interactúa,** demostrando que es fundamental tener en cuenta el concepto de espacio a la hora de plantear un proyecto para lograr comprometer al hombre en la problemática.

Resulta interesante reconocer que hay un **máximo aprovechamiento de los materiales, las herramientas y los soportes** que logran comunicar por sí solos desde su uso. Una cualidad a tener en cuenta para el desarrollo de mi proyecto.

CONCLUSIÓN

Luego del análisis realizado se puede deducir que se ha vuelto una necesidad que el **receptor deje de ser pasivo para convertirse en activo,** con el fin de captar su atención e involucrarlo con la comunicación y consecuentemente con lo que sucede. **La interiorización del problema se facilita cuando el hombre está envuelto en lo que ocurre.**

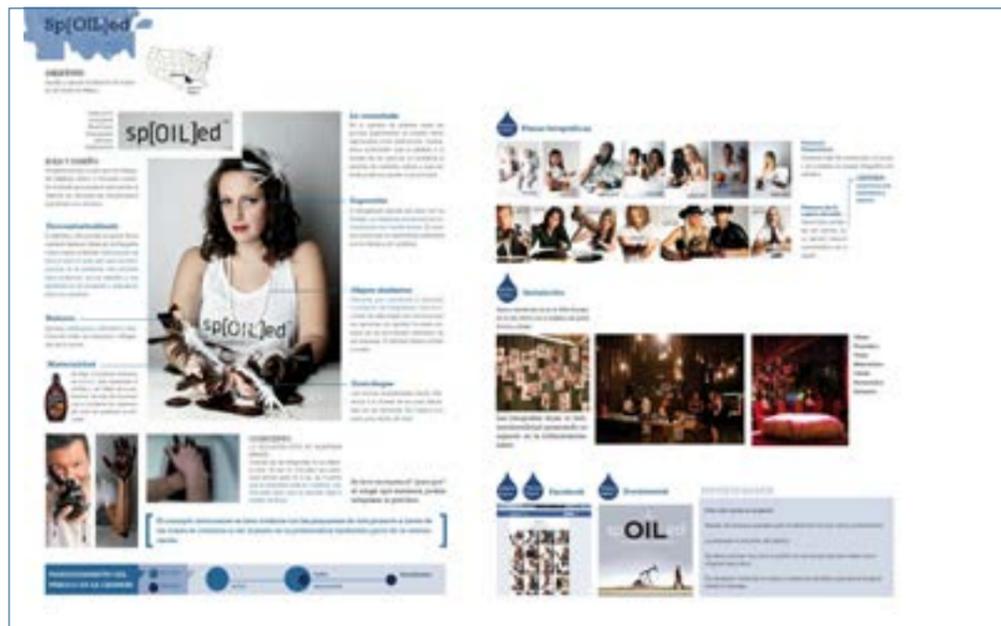
Más aún, la implementación de nuevos recursos no convencionales para generar un mensaje hace que la comunicación sea más cautivadora. El caso presentado demuestra la posibilidad de **aprovechar y reforzar el problema para generar el mensaje.**

Por último este proyecto es un ejemplo de cómo una sola imagen funciona de diferentes maneras si se la aplica en diversos soportes. De esta manera, permite propagar el mensaje a diferentes públicos en diferentes situaciones. **Pensar la ubicación del mensaje en el espacio agrega aun más información al mensaje.**

CASO 2

SPOILED

Campaña de concientización.
Sistema + instalación.



ELECCIÓN

Se ha analizado este caso por ser un **sistema que incorpora el uso de diversos soportes** para transmitir la problemática llegando así a todos los públicos deseados a través del medio apropiado. Como el proyecto a plantear consiste en un sistema de información con públicos diferenciados es pertinente rescatar ciertas cualidades del caso presentado que aportaran al desarrollo del mismo.

A su vez, un sistema de información permite un constante reposicionamiento del **receptor tomando de pasivo en activo o viceversa constantemente.** Considero que ese reposicionamiento genera que un proyecto como el que propongo, se vuelva dinámico y más convincente. Aquí se involucra al ser humano generando un **entorno con el cual este interactúa,** demostrando que es fundamental tener en cuenta el concepto de espacio.

Todas las piezas de este sistema poseen un **denominador común, el hombre como mensaje.** El receptor abandona su lugar como pasivo para insertarse en la comunicación convirtiéndose en el mensaje. El compromiso que deseo lograr en mi proyecto, en este caso, se busca haciendo al ser humano participe del mensaje. **Las miradas y expresiones** en las fotografías **transmiten sentimientos y buscan la empatía del receptor.** Esta es la razón por la cual no se paso por alto un caso como este.

CONCLUSIÓN

A pesar de no ser específicamente un mensaje sobre los pingüinos sino de petróleo, se puede llegar al resultado que **problemáticas de esta envergadura requieren de la inclusión y el acercamiento del público para ser tenidas en cuenta.** No son temas que se pueden observar diariamente. Es fundamental **hacer visible el problema antes que la solución.**

Por otra parte, la construcción de un sistema debe lograr que **las piezas funcionen en conjunto o individualmente** ya que no siempre el receptor entra en contacto con todas ellas. No hay que olvidar que es **indispensable conocer a quien se le va a hablar para elegir el cómo y el soporte a usar.**

Por último este proyecto nos demuestra que una imagen es capaz de contener mucha información, pero se **transmite aún más cuando se involucra todo el cuerpo y sus sentidos como es el caso de una instalación.**

CASO 3

NOTANKERS

Gráfica de protesta.
Intervención callejera.



ELECCIÓN

La elección de esta pieza se debe a que considero interesante el **uso del tiempo y del espacio, apropiados para comunicar una problemática.** A pesar de que en este caso el público se mantenga pasivo y que la comunicación sea solo a través de una pieza, se ha logrado acercar la problemática hacia el ser humano. No solo se habla de los vertidos de petróleo sino que **se refuerza el mensaje** generando derrames. Se hace visible en el mensaje lo que no vemos en la realidad para así poder entenderlo. Al momento de desarrollar mi proyecto, que busca que el receptor se comprometa con la problemática a fin de **sentir a flor de piel lo que sucede,** es necesario tener presente estas cualidades.

La pieza presentada tiene por objetivo generar una crítica y a su vez una advertencia. Considero que el análisis de una intervención callejera de este tipo puede aportar recursos de cómo llevar a cabo una protesta que llegue a los sentimientos más profundo de los individuos.

Más aún, presenta el **concepto de huella** dejando una marca en la ciudad. Resulta indispensable para mi proyecto tener presente este concepto considerando que se busca **dejar una marca en quien reciba el mensaje,** es decir que el receptor interiorice el mensaje y se comprometa.

CONCLUSIÓN

Este proyecto es ejemplo de cómo **traducir un concepto en acción,** en una intervención que logre despertar sensaciones en el hombre a pesar de ser receptor pasivo. Nos encontramos ante un proyecto que consta de una sola pieza que funciona y comunica lo que debe por el máximo aprovechamiento de los recursos disponibles.

A primera vista la pieza no dice nada. **Una vez que el tiempo y el entorno accionan esta adquiere significado.** De este modo es posible **definir al tiempo como una herramienta más** a tener en cuenta para generar un mensaje.

Para concluir, pensar en una intervención urbana significa pensar en el espacio. Habilita al diseñador a aprovechar cual sea el recurso que este disponga en la vía pública siempre y cuando potencie el mensaje. Es notable que **un proyecto ubicado en vía pública se propaga rápidamente y llega a más individuos.**

Oil on canvas



OBJETIVO

Recordar el desastre del Rena en memoria de las aves que murieron.



Esténcil

GÉNERO ARTÍSTICO VISTO COMO UN DELITO.

La concepción del esténcil es un detalle muy importante a tener en cuenta. En esta pieza se está protestando una crítica y protesta es por ello que se simula una impresión como la resultante de un esténcil. A su vez lo planteado nos infieren que un pingüino empetrolado es un delito por ende derramar petróleo sobre un pingüino y su hábitat también lo es.

Este es un caso evidente donde el diseño y el arte se conjugan para decir algo. Se podría decir que es arte por una causa y no meramente arte.

Materialidad

En lugar de usar pintura para mostrar petróleo se usó el petróleo mismo. La finalidad es retórica. Se habla del petróleo desde la pintura. Se quiere decir que así como la pintura mancha, el petróleo también lo hace.

Lo connotado

De la mancha [significante] se pueden inferir significados como muerte y destrucción, un derrame, aves empetroladas y sufrimiento como consecuencia. Al igual que las imágenes de Rorschach estas son sugerentes, su abstracción e indefinición dan lugar a la libre interpretación de lo que se ve.

Matríz

Se utilizó un pingüino azul empetrolado hallado en las costas.

El usar un animal como un objeto, por más que esté muerto transmite conceptos como la brutalidad y habla de la desatención y despreocupación que se tiene sobre estas criaturas por parte de la industria del petróleo.



Descontextualizado

Se saca al pingüino de su contexto habitual. Nada en la pieza indica naturaleza. Es un recurso que enfatiza el concepto de desplazamiento que se comunica en este proyecto. Con el derrame de petróleo los pingüinos fueron corridos del océano y por consiguiente muchos murieron. Aquí se saca de contexto y se coloca sobre un bastidor para hacer visible hasta que punto el petróleo desplaza a las aves.

PROCESO DE PRODUCCIÓN



CONCEPTO

IMPRESIONES DE PETRÓLEO.

Al hablar de impresión entendemos arte y diseño. El concepto está muy bien aplicado ya que se quiere dejar una marca en el público a través de una impresión del ave emperolada. El concepto está enfatizado.

Para ésta campaña se aprovechó y reforzó la problemática para comunicar.

POSICIONAMIENTO DEL PÚBLICO EN LA CAMPAÑA

- ACTIVO
- PASIVO



INTERVENCIÓN

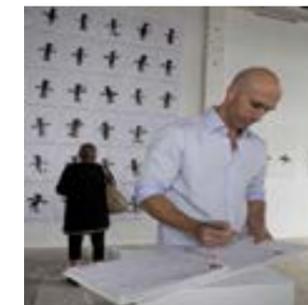
EDITORIAL



Instalación

Incorporar al hombre

Generar un espacio permite rodear al público con la temática y el mensaje.



Colecta de firmas

Involucrar al ser humano

El precio de la entrada a la exposición era firmar la petición para detener los planes para permitir la extracción de petróleo en alta mar en el país.



Intervención en vía pública

¿Por qué?

El haber dispuesto las piezas de arte en la vía pública no fue aleatorio. Teniendo en cuenta el carácter de la imagen que se asemeja al esténcil y que este recurso estilístico es propio de la vía pública especialmente a modo de protesta, la calle es el espacio que termina de cerrar el concepto. Así mismo se saca a la luz lo que está tapado y no ve ni se informa la sociedad.

En un espacio la ubicación de un objeto tiene la capacidad de comunicar aun más que el objeto mismo.

Cambio de público



IDEA Y DISEÑO

Greenpeace junto a creativos Auckland. Se creó un documento usando las imágenes de la campaña para pegar en la calle y enviándolos a los medios

La campaña logra con un mismo concepto e imagen expandir su público, a través de un nuevo soporte.

JUSTIFICACIÓN

Este caso aporta al proyecto:

- La visión de nuevos recursos, herramientas y soportes para generar un mensaje.
- El cambio de ubicación del receptor.
- El concepto de espacio y como este se genera.
- El máximo aprovechamiento de los recursos
- La combinación de arte y diseño para transmitir un mensaje.

- Clima:
- Memoria
- Tristeza
- Queja
- Protesta
- Advertencia
- Recordatorio



OBJETIVO

Ayudar y apoyar el esfuerzo de limpieza del Golfo de Méjico.

La marca dentro de la palabra SPOILED (estropeado) refuerza la causa de ese daño. Se destaca la palabra OIL para enfatizar la problemática de la campaña.



IDEA Y DISEÑO

Proyecto llevado a cabo por los fotógrafos Matthew Arthur y Nicholas Landry. Es evidente que supieron aprovechar al máximo los recursos de comunicación que tenían a su alcance.

Descontextualizado

El petróleo y las plumas se sacan de su contexto habitual. Nada en la fotografía indica medio ambiente. Este recurso se lleva a cabo no solo para que nos enfoquemos en el problema, sino también para evidenciar que el petróleo y sus derrames no se encierran y perjudican sólo a su contexto.

Remera

Generar pertenencia, identidad e identificación entre las personas y fotografías de la acción.

Materialidad

Se elige un producto autóctono de E.E.U.U. para representar el petróleo y así hablar de la pertenencia. Se trata de comunicar que el problema les pertenece así como les pertenece el chocolate.



Lo connotado

De la mancha de petróleo sobre las plumas [significante] se pueden inferir significados como destrucción, muerte, dolor, sufrimiento, que el petróleo y la muerte de las aves es un problema al alcance de nuestras manos y que por ende podemos ayudar a solucionarlo.

Expresión

El fotografiado decide qué decir con su mirada. La mirada es un recurso de comunicación con mucha fuerza. Es posible comunicar un sentimiento solamente con la mirada y sin palabras.

Objeto distintivo

Elemento que caracteriza la actividad o profesión del fotografiado. Con la inclusión de este objeto se comunica que los derrames de petróleo no están aislados de las actividades cotidianas de las personas. El petróleo afecta a todos y a todo.

Sinécdoque

Las plumas empetroladas hacen referencia a la muerte de las aves afectadas por los derrames. Se muestra una parte para hablar del todo.

CONCEPTO

LA SOLUCIÓN ESTÁ EN NUESTRAS MANOS.

A través de las fotografías no se detecta esto. Se lee un concepto que pareciera similar pero no lo es. Se muestra que el problema está en nuestras manos para decir que la solución está a nuestro alcance.

Se tuvo en cuenta el "para qué" al elegir qué sustancia podría reemplazar al petróleo.

El concepto involucrarse se hace evidente con las propuestas de este proyecto a través de las cuales se involucra al ser humano en la problemática haciéndolo parte de la comunicación.

POSICIONAMIENTO DEL PÚBLICO EN LA CAMPAÑA

● ACTIVO
● PASIVO

● FOTOS

● FOTOS
● INSTALACIÓN

● DOCUMENTAL



Piezas fotográficas

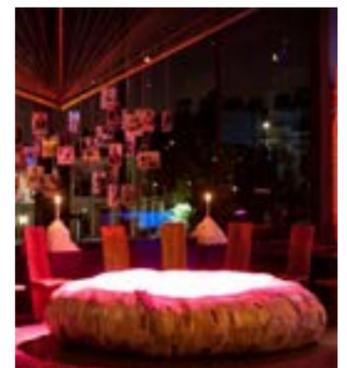


Instalación

Gala a beneficencia en el Eiffel Society en el año 2010 con el objetivo de juntar firmas y dinero.



Las fotografías dejan la bidimensionalidad generando un espacio en la tridimensionalidad.



Clima:
Dramático
Triste
Melancólico
Cálido
Perturbador
Santuario



Facebook



Documental



JUSTIFICACIÓN

Este caso aporta al proyecto:

Manejo de diversos soportes para el desarrollo de una misma problemática.

La extensión e inclusión del público.

Se debe conocer muy bien al público al que se apunta para saber como dirigirse hacia ellos.

Es necesario involucrar al cuerpo y todos sus sentidos para que el receptor sienta el mensaje.

Personas Particulares

Donando US\$ 40 contribuían a la causa y se tomaban su propia fotografía con petróleo.

Famosos de la región afectada

Sobre todo cantantes de country. Es un genero musical característico de la región.

GENERA:
IDENTIFICACIÓN
PERTENENCIA
EMPATÍA

Notankers

OBJETIVO

Detener la expansión del tránsito de petróleo crudo en las aguas costeras de Columbia Británica



Después de la lluvia

La ausencia de color

Afiches hechos solo en negro y blanco. El blanco y el negro son el mayor contraste. Comunica oposición. Una oposición entre lo puro y limpio que sería el océano contrapuesto a lo malo, sucio, peligroso y dañino del buque petrolero.

Mancha real de petróleo



CONCEPTO

LOS DERRAMES DE PETRÓLEO AFECTAN A TODOS.

El concepto no sólo es una frase en el afiche, se lo aplica traduciéndolo en la campaña. Se convierte en la acción misma.

La huella

HUELLA: Indicio, señal de un hecho pasado. Señal o rastro que deja en la tierra un cuerpo que pisa o se apoya.

A través de este mensaje se quiere dejar una huella sobre la pared para hablar de como esa marca afecta al ser humano dejando una marca en la ciudad Traduciéndolo al problema, la marca es el petróleo y lo marcado el océano y por ende la ciudad.

Lo connotado

De la chorreadura de pintura del petrolero [significante] se pueden inferir significados como sucio, estropeado, invadido, manchado, huella, marca, indicio, impresión, entre otros. Lo que se quiere decir es que donde haya un barco petrolero habrá indefectiblemente un derrame de petróleo.

Materialidad

Con el fin de lograr la chorreadura se utilizó una tinta soluble al agua que al estar en contacto con la lluvia drenara hacia abajo manchando la pared.

Acción pequeña logra resultados grandes al saber aprovechar al máximo los recursos de comunicación.

Mancha

No todas los derrames tienen la misma morfología. Esto es lo que se pretende comunicar al dejar que la chorreadura sea aleatoria y diferente en cada afiche.

Color

El color no es usualmente negro. Se generan diferentes paletas cromáticas sobre el agua en cada derrame.

Metonimia

Las dos instancias del afiche nos muestra la causa y el efecto que tienen estos buques sobre la ciudad y su océano. Figura retórica que no se muestra estática sino que se genera luego de una transformación de la imagen.

Apoyo obtenido resultante de la campaña



POSICIONAMIENTO DEL PÚBLICO EN LA CAMPAÑA



Intervención

Street Art (Outdoor)
El Arte Urbano es un recurso ilegal utilizado para transmitir la postura de quien lo genera respecto a un tema.

Los posters son la evidencia de la evolución transitada por el arte urbano



Después de la lluvia

El ciclo del derrame y el cartel

IDEA Y DISEÑO

Dogwood Initiative junto a la agencia Rethink Communications.



Libre tránsito de los buques en las puras y limpias aguas oceánicas.



Accidente con el buque. Comienza a derramarse el contenido del mismo.



En contacto con el agua el petróleo no se disuelve. Se extiende sobre su superficie.



Derrame total y contaminación incontrolable.

JUSTIFICACIÓN

- Este caso aporta al proyecto:
- El manejo de la gráfica de protesta y ésta como intervención.
- El comportamiento de un mensaje visual anclado a un mensaje textual.
- Concepto de temporalidad.
- Ubicación del mensaje en el espacio.
- Transformación de un concepto en acción.

“Oil Spills Affect Everyone”
El concepto no sólo es una frase. Es más que eso. Se lo aplica traduciéndolo en la campaña. Se vuelve una acción.

TIPOLOGÍA DE LOS PÚBLICOS

Se llevó a cabo una **encuesta** a estudiantes y profesionales del medio ambiente y personas ajenas a la problemática. Luego se la analizó en profundidad para determinar en que situación se encuentra hoy el ser humano respecto a la problemática planteada.

Ver anexo página 53

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Luego de un contraste entre las respuestas dadas por los encuestados se puede evidenciar cierta lejanía con el conflicto.

En general tanto profesionales, alumnos y aquellos fuera del ámbito ambiental creen saber y entender lo que es un derrame de petróleo en el mar. Lo cierto es que saben la definición pero **no saben lo suficiente sobre la gran problemática de la marea negra**.

Los encuestados determinaron que este tipo de derrames son poco comunes. Una respuesta errónea ya que lo cierto es que ocurren con frecuencia, solo que no se nos informa de todos los derrames que toman lugar. Muchos de ellos son ocultados para evitar conflictos. De este modo.

Al preguntar que derrames conocían, nombraban varios pero ninguno en argentina. Esto evidencia que en nuestro país la conciencia sobre los derrames es escasa y peor aún se cree que no ocurren en nuestras costas por la falta de información. Tampoco se tiene en claro las **causas** de los mismos. Dentro de las razones que generan la marea negra, los encuestados descartaron como opción **la negligencia y los errores del ser humano**.

A grandes rasgos según los datos obtenidos, el ser humano sabe que al igual que los animales también es víctima de la marea negra, al ocurrir uno de ellos el hombre se preocupa por su salud y bien estar. Pero, quién se preocupa por los pingüinos afectados? En la encuesta se devela que el ser humano no está informado del efecto que tiene la marea negra sobre estas aves. **El ser humano está más preocupado por él que por estas criaturas cuando el petróleo se derrama por las costas**. Lo verídico es que los hidrocarburos tienen mayores efectos y consecuencias sobre los pingüinos que sobre nosotros.

Indagando sobre cuales son las cualidades afectadas en los pingüinos por el petróleo, solamente algunas son tenidas en cuenta. **Es preocupante ya que son animales afectados cien por ciento por la marea negra**.

Aún así cuando el hombre se preocupa más por su supervivencia que la de los animales ante una marea negra, ellos son conscientes que deben salvarlos para que puedan sobrevivir. De este modo se puede indicar que inconscientemente el hombre sabe que los pingüinos solos no pueden salvarse de las consecuencias del petróleo en el mar y en cambio nosotros sí.

Al hablar de la ayuda que estos animales reciben por parte del hombre los encuestados reconocen no estar al tanto sobre centros de rescate y agrupaciones de ayuda. Aún así, los profesionales y estudiantes de ciencias ambientales afirman que se **involucrarían con estas criaturas con el objetivo de salvarlas la vida**, siempre y cuando se los informara como hacerlo primero, para no dañarlos. En oposición aquellos despreocupados del tema dudaron de la posibilidad de interactuar con ellos. El primer grupo es consciente de que se necesita más conocimiento para colaborar y que la colaboración a porta a la solución.

Una instancia de la encuesta consistía de una serie de imágenes debajo de las cuales los encuestados debían escribir en una palabra los sentimientos que estas les generaban. Los sentimientos para cada imagen fueron muy variados. Con este dato se podría concluir que no todas las personas interpretan las imágenes de la misma manera y que para el desarrollo de un proyecto gráfico se debe de tener **muy presente las imágenes a usar según el público al que se apunta**. Cierto es que todas aquellas imágenes que contenían negro o colores oscuros despertaron sentimientos negativos mientras que el blanco o colores claros lograron generar sentimientos positivos.

Cuando se le pregunta a los individuos que creen que se puede hacer para concientizar y elevar la importancia de esta problemática, proponen como medida primordial la información. Las personas de esta manera, admiten la deficiencia de información y la falta de capacitación respecto al tema. Más aún comparten su opinión respecto a que no hay suficiente conocimiento ambiental.

En otra sección de la encuesta se mostraron diferentes campañas publicitaria de las cuales no reconocieron ninguna. Esto se lo puede interpretar como que la información existe pero no llega, por lo menos en nuestro país. Se observan iniciativas

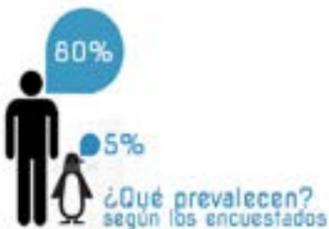
DISTANCIAMIENTO



FALTA DE INFORMACIÓN



EGOÍSMO



INVOLUCRARSE

INTERPRETACIÓN



SENTIMIENTOS

EDUCAR

de propagar el conflicto y encontrarle la solución pero no es próspero en nuestro país.

Es indispensable remarcar que a pesar de la falta de conocimiento, aquellos encuestados tienen en claro que las campañas presentadas buscan concientizar, promover la responsabilidad del hombre con el medio ambiente, impactar y promover la reflexión sobre el futuro de nuestro planeta.

Al preguntar que le generaba al encuestado las gráficas de las campañas, los estudiantes y aquellos no involucrados en causas ambientales respondieron en su mayoría que el sentimiento generado era impotencia por querer solucionar algo que **asumen imposible de salvar**. Así demostraron que no le ven posibilidad alguna de revertir la situación en la que nos encontramos hoy en día. Esto es lo que debemos moldear. Hay que creer que se puede para lograrlo.

En contraposición los especialistas que dieron respuesta a la encuesta, disgustados por las imágenes dieron a entender que la publicidad y campañas no van a lograr por sí solas revertir o hallar la solución. Demandan un accionar e involucración por parte del ser humano. Es posible ver una diferencia entre los grupos encuestados ya que quienes se interesan y trabajan diariamente en el tema no se atienen a un mensaje sino que buscan la acción-reacción. **Provocar una respuesta al problema . Encontrar soluciones activas**.

En la encuesta se llevó a cabo una instancia de proyecto de imaginación de un espacio que permitiera a quien lo transitara experimentar diversas problemáticas relacionadas con los pingüinos empetrolosados. Las respuestas a esto fueron muy positivas por parte de todos los encuestados. Se ha notado gran **interés por la participación activa**.

Teniendo presente esto y las respuestas dadas a las piezas publicitarias, es evidente que el ser humano se inclina más por involucrarse de manera física antes que ser simplemente un espectador pasivo por la publicidad y afiches. De hecho se propuso que volaran con la imaginación y las propuestas han sido interesantes y creativas.

Con este análisis realizado de las encuestas recolectadas podemos determinar una división entre individuos con conocimiento y sin conocimiento del tema pero que en ambos casos la acción sobre los derrames es escasa. La información deberá de tomar alguna forma de comunicación con la cual el individuo interactúe y le sea más interesante y fácil de comprender. Las sensaciones, para ello, son una puerta de entrada a las emociones del hombre, con el fin de acercarlo a los pingüinos. Como indica la teoría de la percepción los cinco sentidos del hombre permiten captar los estímulos del entorno y por ende más información que si solo se reciben datos visuales.

La relación hombre-pingüino hoy en día es muy limitada sobretodo teniendo en cuenta que es una especie a punto de extinguirse. Por otro lado, el hombre causa el problema presentado, por su negligencia y errores. Pero su egoísmo, ignorancia y despreocupación lo empeoran no permitiendo encontrar la solución. En conclusión se busca un cambio en la forma de pensar. No solo informar. Se requiere que el hombre comprenda que el involucrarse y hacer permite solucionar los problemas de manera más eficaz. Tal como lo explica Shearson Lehman sin compromiso no será posible lograr un cambio.

Ver el problema desde la distancia no permite interiorizarlo. Encontrarse envuelto en el problema condiciona las acciones en busca de soluciones. Es por esta razón que la principal búsqueda del proyecto es acercar al hombre hacia la problemática no físicamente sino a través de diversas piezas de comunicación. Esta idea surge del concepto de happening que propone involucrar la participación de la audiencia en la comunicación sumado a la teoría conductista que destaca que el posible lograr acciones en el hombre si se lo estimula y se lo involucra en una situación problemática que requiera una determinada respuesta.

RESPONSABILIDAD

IMPOTENCIA

CREER

ACCIÓN

ESPACIO

PARTICIPACIÓN





HUELLAS en la arena *sombras* en el MAR Título extraído del texto de A. A. Lechte

PROGRAMA DE DISEÑO

PROYECTO

Desarrollo de un sistema sensorial de información que acerque al ser humano con los pingüinos empetrolados a fin de comprometerlos, aumentar la conciencia, el compromiso y la responsabilidad sobre el tema.

CRONOGRAMA DEL PROGRAMA

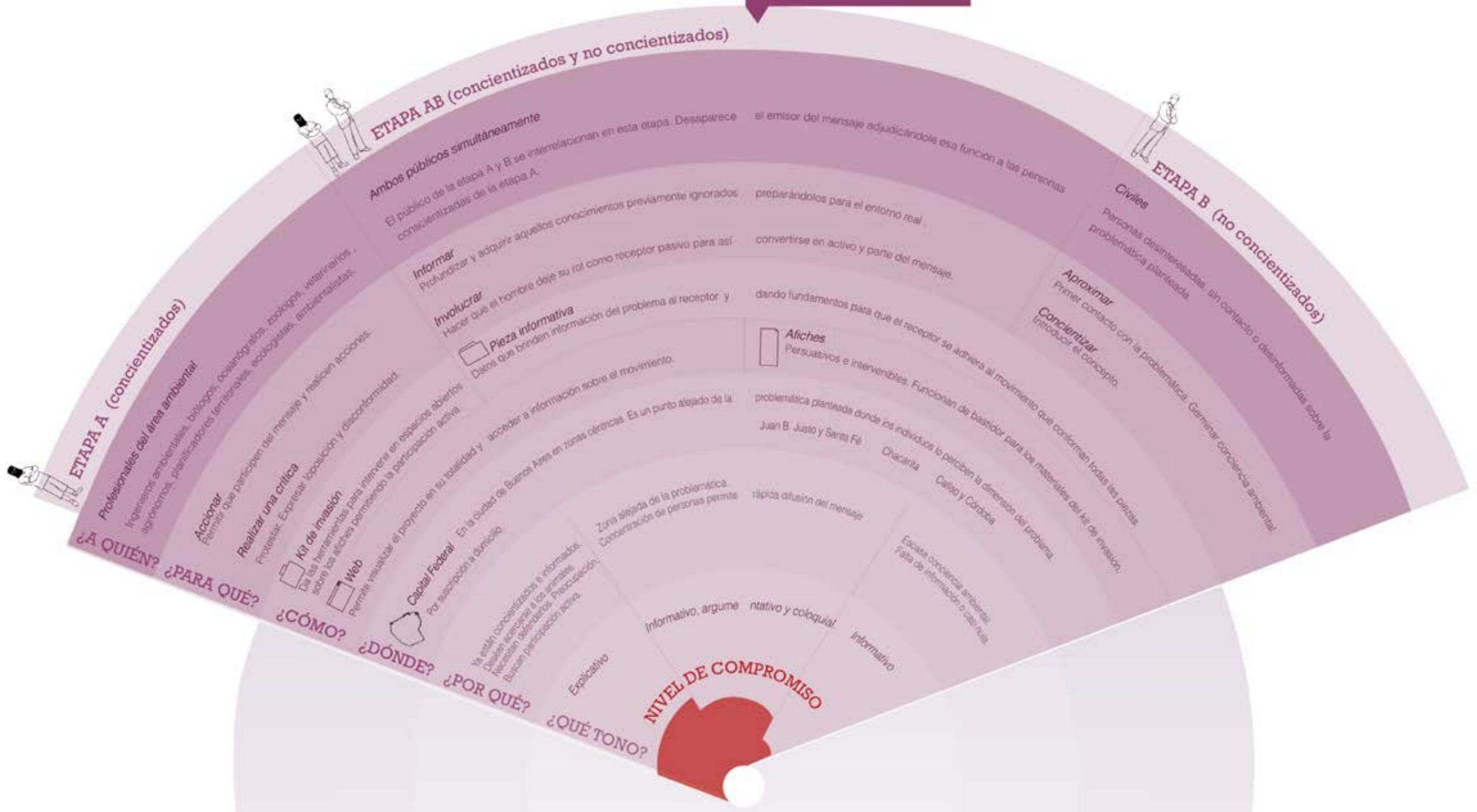
El siguiente diagrama plantea el desarrollo del proyecto mostrando todas las interacciones y solapamientos entre las etapas.

PROGRAMA DEL PROYECTO

Para aumentar el nivel de compromiso del ser humano y su relación con el medio ambiente es necesario llevar a cabo el desarrollo de un proyecto para generar el cambio

PROYECTO

Sistema sensorial de información para agudizar el compromiso del ser humano con los pingüinos empetrolados



PROGRAMA DE DISEÑO

OBJETIVOS DE DISEÑO

En la actualidad y desde hace muchos años ya, el ser humano ha sido el causante de todos los derrames de petróleo. Catástrofes que han afectado al medio ambiente y sus habitantes. La irresponsabilidad, la negligencia, la desinformación y los accidentes ocasionados por el hombre son motivo de los derrames que han puesto a muchas especies en riesgo.

Las colonias de pingüinos de Magallanes se encuentran en peligro de extinción. Estas aves son los animales más afectados por la marea negra debido a sus necesidades y características físicas. Por sus cualidades, un pingüino empetrolado es incapaz de sobrevivir sin la ayuda del hombre.

Somos la causa del problema y simultáneamente poseemos la capacidad para ser la solución al mismo. Es necesario correr al ser humano del lugar en el que se ha ubicado, para dejar de ser el peor enemigo del medio ambiente y sus criaturas. Este **desplazamiento del hombre debe traducirse a como se manifestará el mensaje, se corresponde con el concepto de happening** explicado previamente el cual convierte el concepto de **reposicionamiento del hombre en una acción en el espacio dándole vida al mensaje.** Hace énfasis en la participación es por ello que se debe tener como referencia a este movimiento artístico conocido como happening.

El **objetivo primordial** de este proyecto es **acercar empáticamente** al ser humano hacia los pingüinos empetrolados **agudizando la responsabilidad y el compromiso** que debemos tener hacia ellos, evidenciando que el hombre es quien puede enmendar un problema de esta envergadura. Es necesario **generar un cambio.** Tal como se explica en el marco teórico según Shearson Lehman, **los cambios solo pueden tener lugar si existe compromiso.** Es a ello a lo que deberá apuntar el curso del proyecto. Para lograrlo es indispensable **involucrar al ser humano y acercarlo al problema.** Se propone **generar un vínculo** que construya la comunicación entre estos animales y el hombre.

La tarea es lograr transmitir un mensaje de la manera más eficaz posible y con este proponer un diálogo. Ser diseñadores nos da las herramientas para cumplir con el objetivo. Según Jorge Frascara poseemos la capacidad de **influir en las acciones, emociones, sentimientos y conocimientos** de una persona. Remitiéndonos a lo dicho sobre el **conductismo** si el diseñador genera estímulos conseguirá respuestas, es decir que todo lo que se quiera lograr en el público deberá ser buscado.

Con el fin de captar la atención del receptor y agudizar su compromiso se debe **involucrar su cuerpo y a su vez, sus sentidos.** Se ha tomado esta decisión partiendo de la **teoría de la percepción** donde se explica que nuestros cinco sentidos pueden captar información de distinta naturaleza permitiendo **asimilar más información** que se pierde si el mensaje solo se percibe a través de uno de ellos. Se busca desarrollar un **sistema informativo sensorial** que establezca un vínculo afectivo del hombre hacia los pingüinos afectados. **Incorporar al individuo** en la construcción del mensaje lo hará sentir parte del problema demostrándole que sus acciones son causa y así mismo solución al mismo.

Teniendo presente la existencia de **diversos grados de compromiso** entre los integrantes de la sociedad resulta necesario abordar la problemática partiendo de la diferenciación de públicos. Cada **público requiere un mensaje determinado con un género discursivo apropiado y un modo de interacción con las piezas de diseño pertinente a sus características como usuario.** La naturaleza del mensaje para cada uno de los públicos será diferente sin olvidar que deben construir un sistema. Como lo indica Norberto Chaves, se reconoce un sistema cuando hay unidad formal y conceptual.

Luego de los resultados obtenidos de las encuestas recolectadas es posible **definir los públicos** a los que se va a hablar. En primer lugar los **expertos e interesados en el tema** como ingenieros ambientales, biólogos, oceanógrafos, zoólogos, agrónomos, planificadores territoriales, ecologistas y ambientalistas. Por otro lado, los individuos que por lo contrario **no tienen relación alguna con la problemática** por su lejanía, desinformación o falta de interés.

PROBLEMÁTICA

TRANSPOSICIÓN

ACERCAMIENTO

COMPROMISO

DIÁLOGO

ESTÍMULO-RESPUESTA

SENTIDOS

MENSAJE

SISTEMA

PÚBLICOS

PROGRAMA DE DISEÑO

Tal como lo indica el título de esta tesis el proyecto consiste en el **diseño de un sistema sensorial de información**, que logre reducir o eliminar por completo la brecha existente entre el hombre y los pingüinos afectados por la marea negra.

El sistema consta de **tres etapas diferenciadas según el público** a quien van dirigidas las piezas **y al nivel de compromiso que presenta cada uno** de esos públicos. Partiendo del concepto teórico de sistema planteado por Norberto Chavez, para que el proyecto pueda interpretarse como un sistema debe **presentar una unidad conceptual.** Teniendo presente esta base se ha llevado a cabo la búsqueda del **partido conceptual** que define el mensaje que se quiere transmitir y el que guiará la construcción de todas las piezas del proyecto.

ETAPAS DEL PROYECTO

PARTIDO CONCEPTUAL

ORILLAS DE UNA OSCURA INVASIÓN

PARTIDO CONCEPTUAL

El siguiente diagrama desglosa los conceptos y cada una de las acepciones de los términos que conforman la frase creada.

ORILLAS

de una

OSCURA

INVASIÓN



Término, límite o extremo de la extensión superficial de las cosas.

Límite que separa la tierra del mar.

Cercanamente o con intermediación.

Acercarse, aproximarse.

ORILLAR

Concluir, arreglar, ordenar, desenredar

o solucionar un asunto.



Carece o es escasa de luz o claridad.

Color que se acerca al negro o se contra-

pone a otro mas claro de su misma clase.

Dicho del lenguaje o una persona: con-

fuso, falta de claridad.

Incierto, temeroso, peligroso.

Representación de las sombras.

Sin luz. Sin vista

[Sin conocimiento de algo, no entender.

OSCURIDAD

Falta de luz para percibir las cosas.

[Carencia de noticias acerca de un he-

cho o de sus causas y circunstancias.



[Irrumpir, entrar por la fuerza. (Violencia)

Ocupar anormal o irregularmente un

lugar. (Estorbar)

Entra y propagarse en un lugar o medio

de manera injustificada.

Apoderarse de algo.

Sentimiento u estado de animo.

Penetrar en un organismo.

IRRUMPIR

Entrar violentamente en un lugar.

OCUPAR

Tomar posición o apoderarse de un lugar

invadiéndolo o instalándose en el.

Llenar un espacio.

ETAPA A

RELACIÓN OBJETO-LECTOR

Alto nivel de interacción entre usuario y la piezas. El público debe formar parte de la comunicación, interactuando, descubriendo, emocionándose, y sintiendo el problema a flor de piel. Debe involucrar los sentidos del receptor y el emisor. Piezas de diferente naturaleza se potencian en conjunto para generar un nuevo mensaje.

FACTORES ESTÉTICO-COMUNICACIONALES

La piezas serán retóricas en la selección de los materiales y las imágenes. Referente: gráfica reivindicativa. El tono será coloquial. Predominio en el uso de materiales.

ÁMBITO DE USO

Espacio público accesible y transitable ubicado en el hábitat natural del ser humano, es decir, la ciudad. Piezas pensadas para poder ser utilizadas, manipuladas e intervenidas por el hombre.

NATURALEZA DEL MENSAJE

Descriptivo, argumentativo, explicativo e informativoLos usuarios deben ser personas concientizadas, muy informadas, interesadas y presentar voluntad de participación. El mensaje tiene como función acercar, involucrar y generar una crítica.

La **primer etapa está dirigida al grupo de individuos más comprometidos** con la causa. Aquí se incluyen los ingenieros ambientales, biólogos, oceanógrafos, zoológicos, veterinarios, agrónomos, planificadores territoriales, ecologistas y ambientalistas. A este grupo pertenecen individuos **ya concientizados y muy bien informados sobre la problemática** que se pretende solucionar, razón por la cual **la información no es prioritaria en esta etapa**. Estas personas tienen un **incentivo propio** por acercarse a estos animales y a su entorno, necesitan defenderlos y se preocupan por ellos. Buscan constantemente la **participación activa** en las problemáticas ambientales y desastres naturales. Sus ganas de intervenir en situaciones que los atañen los convierte en un **público predispuesto a participar en la comunicación**. Teniendo en cuenta estas pautas, el mensaje y las piezas que se desarrollarán para este público estará orientado a la **búsqueda de la inclusión y la involucración** del receptor en la comunicación.

Volviendo a los contenidos teóricos desarrollados previamente, se tuvo en cuenta la definición del concepto espacio dada por **Ana Mendieta**, en la que lo define como el **bastidor del mensaje**. Esta teoría permitió entender al espacio como un soporte gigantesco para comunicar en el cual entran las personas; y así llegar a la decisión de generar un sistema de tres afiches que funcionarán como bastidor de las intervenciones e instalaciones realizadas con las herramientas que se les proveerá a los usuarios en el kit adquirido por suscripción en la página web del movimiento. Así también, la decisión parte de la interpretación del término “*espacio*” por **Isabel Fuentes**, que indica al mismo como un canal de comunicación y simultáneamente de **encuentros y relaciones**. Sabiendo esto, es posible lograr el **objetivo de este trabajo que busca acercar e involucrar** al ser humano con estos animales afectados, **reforzando el concepto. Este dejará de ser una palabra para pasar a ser una acción**, tal como sucede en el tercer caso presentado en el marco metodológico. Es evidente que para un público que disfruta participar y desea involucrarse y está acostumbrado a ello, **la construcción de un espacio es el recurso correcto**. Con la construcción de una pieza de esta escala se logrará **mover al ser humano de receptor pasivo a receptor activo**, porque como lo define el diccionario, en la arquitectura efímera o instalación intervienen todos los sentidos y el cuerpo está comprometido interactuando con el mensaje.

Tal como se indicó en un principio, el proyecto hace hincapié en la **transmisión del mensaje a través de los sentidos**. Se le dará **jerarquía al uso de materiales** de diferente naturaleza para llegar al ser humano aprovechando sus sentidos como canal. Esto es posible según la teoría de la percepción que indica que el **la mente recopila información que llega a través de los sentidos** y reconstruye la idea o el mensaje. Más aún cree que el hombre **capta más información simultáneamente** si esta llega a él a través de sus cinco sentidos. Retomando las palabras de Maya Lin, los **materiales son los que cargan de retórica al mensaje**. Razón por la cual en este proyecto se explotarán al máximo las cualidades de los materiales elegidos según lo que puedan transmitir por sí solos. Es por ello que en el kit se ha decidido proveer al usuario de aerosol, velas, elásticos y pegatinas para representar la invasión.

Se comunicará con los materiales, colores y disposición en el espacio. El individuo que obtenga el kit trasladará esos elementos al espacio interviniendo e interactuando con los afiches previamente mencionados, resultando de esta acción una intervención espacial o como lo describe Isabel Fuentes “**Arquitectura efímera**”. Se

PÚBLICO CONCIENTIZADO

PARTICIPACIÓN ACTIVA

INVOLUCRAR

ESPACIO COMO SOPORTE

AFICHES

ACCIONES

RECEPTOR ACTIVO

SENSORIAL

MATERIALIDAD

ARQUITECTURA EFÍMERA

ha tomado esa resolución partiendo de que el grupo de individuos involucrado en esta etapa conoce mucho del tema y está muy sensibilizado con la problemática que aquí se plantea por ende serán capaces de interpretar lo que estén comunicando con el nuevo mensaje que generen. Como Ananké Asseff aplica en su obra, en esta etapa **no se mostrará el problema** porque ya se conoce. Si se transmitirán conceptos en relación con la problemática, casos y situaciones existentes en el tiempo. Esto se llevará a cabo por medio de una pieza editorial que proveerá al receptor razones para accionar con los materiales que se le brindarán para expresar la disconformidad hacia las acciones que toma el ser humano. Esa pieza al igual que el kit estará dotada de materiales y situaciones de interacción que captan la atención de este público en particular ´por sus cualidades.

Ahondando en el problema la finalidad de la instalación es lograr transmitir una **crítica** respecto al panorama actual en relación con los pingüinos empetrolosos. Se quiere **expresar la oposición y disconformidad y transmitírselo al receptor buscando que este también pueda sentirlo y demostrarlo**. Al decir receptor en esta instancia se hace referencia a las personas no concientizadas ya que el individuo concientizado que forma parte de esta etapa, con sus acciones, se convierte en comunicador emisor del mensaje. Considerando las palabras de Gerard Paris Clavel, como diseñadora debo crear un espacio que **genere preguntas en el individuo involucrado generando cuestionamientos del problema**. Se tendrá como referente la **gráfica reivindicativa** que busca generar respuestas viscerales, dotar al mensaje de mayor carga emocional y incrementar la conciencia. Se tendrán en cuenta estos aspectos para la formulación de los afiches que impactarán en la vía pública.

La locación de la instalación será en la ciudad de Buenos Aires, el hábitat del hombre. Los afiches se ubicarán en lugares estratégicos donde la circulación de personas sea constante y abundante. Por lo contrario el kit se obtendrá por suscripción en la web ya que solo accederán a éste los interesados, un grupo restringido de personas. Se designó el lugar a raíz del **happening**, movimiento que remarca que si se pretende la participación espontánea del público, el mensaje debe colocarse en un **espacio público, accesible y transitado**.

Tomando el término “*transitar*” como disparador, se construirá una **narrativa visual** que **Michel De Carteau** definió como un relato que se descontextualiza para generar un espacio que organiza los andares y se puede transitar.

Se realizará de este modo tomando como base el trabajo de **García Uriburo** que realiza intervenciones en la naturaleza para generar una crítica. En este proyecto se afectará el hábitat del ser humano como sucede cuando se derrama con petróleo el hábitat de los pingüinos: el mar. **Aprovecha el lugar al cual pertenece la problemática tal como se hará en esta etapa del proyecto** y como se aplica en el **land art**, expuesto en el marco teórico. Si el problema pertenece a la naturaleza es allí donde se debe intervenir.

ETAPA B

RELACIÓN OBJETO-LECTOR

Alto nivel de interacción entre usuario y la pieza. El público debe descubrir la información como resultado de una acción. Debe involucrar los sentidos del receptor, sorprenderlo y captar su atención. Debe ser directa, clara y puntual la información que se maneje.

FACTORES ESTÉTICO-COMUNICACIONALES

Las piezas serán exclusivamente figurativas. Escaso texto y predominio infográfico. Imágenes persuasivas. Tono coloquial.

ÁMBITO DE USO

Espacio abierto, público, accesible y transitable.

NATURALEZA DEL MENSAJE

Informativo, explicativo y persuasivo. Los usuarios deben carecer de información e interés en el tema. El mensaje tiene como función acercar, informar, interesar, lograr un cambio de actitud y concientizar.

La segunda etapa abordada se enfoca a personas particulares **con poco o sin conocimiento, contacto o interés en la problemática**. Por esto su **compromiso** con los pingüinos empetrolosos es **muy escaso**. Los individuos con estas características **no desean ser receptores activos, no tienen voluntad de participación** y hasta preferirían evitar todo lo que los acerque a la temática en la cual **ellos creen no están involucrados**. En contraste con el públicos previo estas personas tienen interés muy diversos entre sí por otras temáticas. Consecuentemente esta etapa tendrá por **objetivo informar e incrementar el interés** de las personas por los pingüinos empetrolosos aumentando así su **nivel de conciencia**. Tal como lo cree **Shearson Lehman** primero se comprometerá al hom-

PIEZA EDITORIAL

KIT

CRÍTICA

GRÁFICA REIVINDICATIVA

WEB

NO CONCIENTIZADOS

DISTANCIAMIENTO

CONCIENTIZAR E INFORMAR

bre y luego se lo incentivará a cambiar. Pero por sus condiciones el desafío es encontrar el método a través del cual **captar su atención**. Esta es la razón por la cual se desarrollará una serie de afiches que impacten a primera impresión que luego con una pieza informativa se le permite al receptor profundizar en la problemática. Lograrlo parecería difícil pero **Jorge Frascara** en su libro plantea la teoría de que la comunicación debe estar **dirigida a cambiar la actitud del público** en relación con preocupaciones sociales y que **impactándolo** se podrá lograr que éste se interese en la problemática planteada. Esto se pretende demostrar con la propuesta de esta etapa del proyecto. Partiendo de estas bases, las piezas a diseñar deberán contar con una cuota de **factor sorpresa seguida por la información**.

Se resolvió aprovechar aquellas **piezas o lugares** de uso común para este público a fin de **no anunciar con prioridad** con lo que se encontrarán y que la **interacción** con la pieza sea **consecuencia de una acción cotidiana** y no una acción premeditada. La interacción que se busca **no es voluntaria**, es consecuencia de la pieza generada para poder **lograr el acercamiento** con los pingüinos afectados.

En una cita de **Isabel Fuentes** redactada previamente presenta la posibilidad de **enganchar al público por el lado afectivo que ofrece el encuentro**. De este modo pretendo fundamentar mi elección de atrapar al público a través de un **encuentro sorpresivo con el contenido del mensaje, sensibilizando al receptor**.

Maya Lin propone mostrar al receptor lo que no ve porque sin saber que pasa no se puede cambiar. Un público de estas características precisa que se le **muestre el problema** en las piezas. Se tomarán estos y **se reforzarán** a fin de aprovechar el problema para comunicar logrando impacto y facilitando la comprensión.

Contemplando las características determinadas con anterioridad para esta etapa se determinó en primer lugar, generar un impacto con una **intervención en la vía pública** teniendo en cuenta la visión de **Ana Mendieta**. Artista que considera que intervenir es dejar una huella, una marca que queda en el lugar donde se genera y que a mí entender también **deja una marca en el público** que la transita.

Por otro lado se profundizará con una pieza infográfica entregada en mano en la vía pública que funcionará como **pieza informativa** sobre el problema planteado. Para esto encuentro las bases en el **constructivismo** indicando que las personas interpretan y construyen su conocimiento desde la **experiencia combinada con la recepción de información**.

Es importante destacar que la pieza informativa deberá ser tan impactante y lo más visual posible para que el receptor se interese en ella, sobretodo porque este público carece de información y por ello ésta debe llegarles de manera clara y fácil de comprender.

La implementación del mensaje será en la vía pública céntrica de Capital Federal porque la **concentración de personas** características del lugar elegido permite **rápida difusión** del mensaje. Tal como sucede en la segunda etapa es una zona alejada de la problemática y la tesina tiene por objetivo **acercar al hombre** hacia los pingüinos afectados. Se está transponiendo un problema a un contexto al cual no pertenece. Para concluir, **el diccionario define naturaleza como entorno natural** y la ciudad y la vía pública es el entorno natural del público al cual va dirigida la comunicación, **al afectar su entorno natural el impacto tendrá aún mayor efecto**.

ETAPA AB

RELACIÓN OBJETO-LECTOR

Alto nivel de interacción entre usuario y la piezas. El público debe formar parte de la comunicación, interactuando, descubriendo, emocionándose, y sintiendo el problema a flor de piel. Debe involucrar los sentidos del receptor y el emisor. Piezas de diferente naturaleza se potencian en conjunto para generar un nuevo mensaje.

FACTORES ESTÉTICO-COMUNICACIONALES

Las piezas serán retóricas en la selección de los materiales y las imágenes. Referente: gráfica reivindicativa. El tono será coloquial. Predominio en el uso de materiales.

ÁMBITO DE USO

Espacio público accesible y transitable ubicado en el hábitat natural del ser humano, es decir, la ciudad. Piezas pensadas para poder ser utilizadas, manipuladas e intervenidas por el hombre. Se incorpora el espacio virtual.

NATURALEZA DEL MENSAJE

Descriptivo, argumentativo, persuasivo, explicativo e informativo. Los usuarios deben ser personas concientizadas y no concientizadas. El mensaje tiene como función generar un punto de encuentro de los públicos y su interacción.

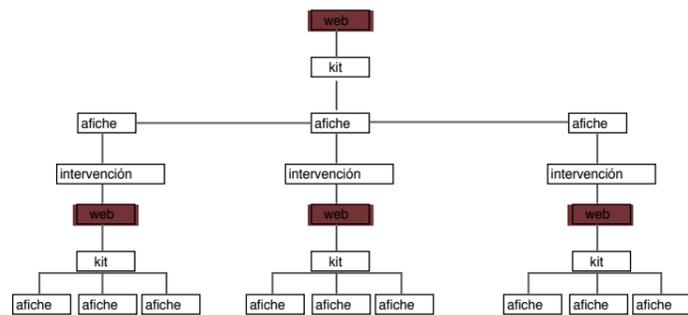
CAMBIO DE ACTITUD

FACTOR SORPRESA

SENSIBILIZAR

INSTALACIÓN PÚBLICA

INFORMAR



RED DE RELACIONES

La tercer etapa consiste en un punto de encuentro entre la etapa A y la etapa B. Son aquellas piezas y situaciones que interrelacionan y comprometen simultáneamente a las personas concientizadas y aquellas que no lo están.

Lo que destaca a esta etapa es que el receptor de la etapa A se convierte en el emisor del mensaje dirigido al receptor de la etapa B. Es decir que **el mensaje no lo genera el diseñador sino los mismos usuarios de las piezas que el diseñador propone**. Tal como lo hace Banksy se le dará la oportunidad a las personas concientizadas de invadir el espacio diario de los no concientizados para generarles reflexión sobre la problemática. La metodología se tomará de las particularidades del trabajo de Banksy como el arte callejero, el bandalismo gráfico y las materialidades que utiliza.

Conceptos como **intervención, interacción, contacto y cercanía** son las bases de esta tercera etapa del proyecto, sobretodo partiendo de la obra de **García Urriburu** como fundamento en la cual contempla al **espacio como un recurso para acercar al receptor a una problemática intangible**. Aquí se harán presentes dos espacios, uno físico con los afiches intervenidos y otro virtual que será la web, concordando con la teoría de Isabel Fuentes en la que asiente al espacio como el método más directo para incentivar una práctica.

En ambos casos el receptor sin duda deberá **interactuar con la comunicación** ya que deberá realizar ciertas acciones que lo llevarán a **la información**, palabras de Robert Giliam Scott. Conceptualmente se estaría logrando que el hombre haga una **acción para acceder a la información**.

Por otro lado **Piaget** explica que el aprendizaje para ser eficaz e incorporado requiere que las personas operen **activamente en la manipulación de la información**. Es así que en ambos casos el receptor estará manipulando la información. En las intervenciones estará en contacto físico directo con la información ya sea generando el mensaje (Público A) o atravesando la instalación (Público B) y con la web será el usuario quien manipulará el contenido de la misma y deberá realizar ciertas acciones para acceder a más información.

La web permitirá hacer visible esa cualidad anónima que tendrá el movimiento presentado en la etapa A y B tal como lo hace el artista Banksy. A diferencia de éste, el sitio englobará todas las etapas del proyecto y será la fuente de información sobre la institución que generará el movimiento planteado. Haciendo presente el teórico de Justo Villafañe, la web recopilará todos los atributos que diferencien este movimiento con otros existentes. Estos serán su anonimato, su carácter vandálico y su afán de invadir el espacio como ideología como medio para fomentar información y concientizar.

El **diseño sensorial** explicado por Deyanira Bedolla Pereda en el marco teórico sostiene el uso de materiales para **identificar problemáticas no detectadas** previamente por el usuario. Entrando en contacto con piezas sensoriales el receptor podrá ingresar en un nuevo **entorno no experimentado** previamente por su distanciamiento con la problemática. Aquí el material no se usa al igual que en las etapas previas. Se aplica para **sensibilizar al público**. El afiche será para el público de la etapa A una pieza sobre la cual pueda intervenir con materialidades diversas al generar una acción y lograr como resultante un cambio. Mientrastanto para el receptor de la etapa B esta pieza será un impacto que logrará el primer contacto de estas personas con la problemática y el movimiento generado.

FUSIÓN DE ETAPAS

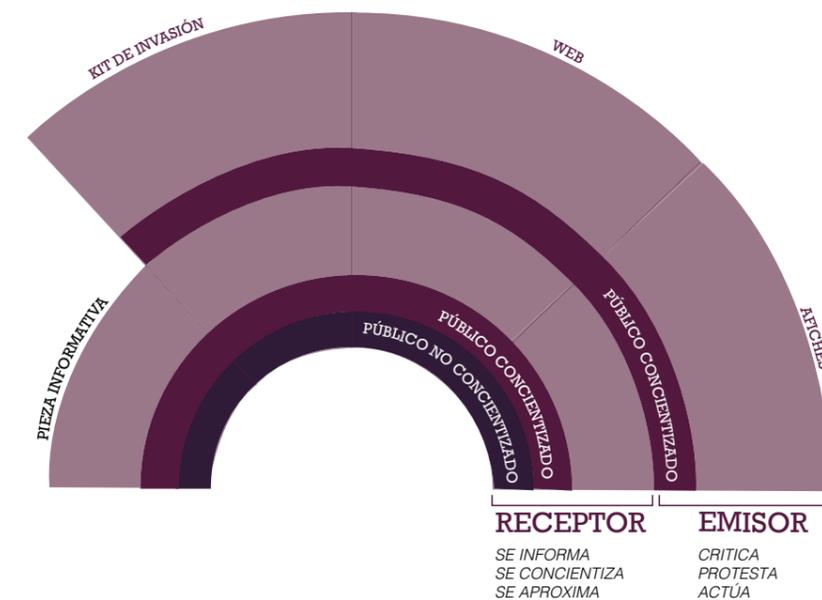
CAMBIO DE EMISOR

INTERVENCIÓN CALLEJERA

AFICHES

ACCIONAR

WEB



El conjunto de las piezas de estas tres etapas del proyecto conformarán un sistema posible de llevar a cabo porque el espacio como lo determina Fuentes, tiene la capacidad de incorporar diversas piezas formando un todo.

La función del mismo es lograr a través de múltiples soportes aumentar la conciencia que ya poseen o germinar la que no existe aún con el objetivo de que puedan ser seres humanos responsables a futuro. La intervención (tridimensional), las piezas informativas (bidimensional) y las modificaciones que se generan sobre ellas (secuencia temporal) son lo que Robert Giliam Scott define como tres tipos de relaciones del público con la información en el diseño espacial. A estas tres incluyo la digital que en este proyecto englobará a todas las piezas en un mismo espacio: el virtual.

PROYECTO VISUAL

“Proponiendo al diseño como una disciplina dedicada a la producción de comunicaciones visuales dirigidas a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento” Jorge Frascara

ETAPA A

KIT DE INVASIÓN

ETAPA A

LIBRO DE CASOS

ETAPA B

LIBRO INFORMATIVO

ETAPA AB

WEB

ETAPA AB

AFICHES

MARCA



MORFOLOGÍA

extraída de las barreras de contención y el petróleo derramado.

PALETA CROMÁTICA

Descomposición del petróleo derramado en el mar.

NOMBRE

Conceptualización del derrame de petróleo en derrame de información. (METÁFORAS)

SISTEMA SENSORIAL DE INFORMACIÓN

Diseño que acerque al ser humano hacia los pingüinos empetrolados.



PALETA CROMÁTICA



MATERIALES



IMÁGENES

Sugierentes de la vía pública y el arte callejero conviviendo con aquellas propias del universo del petróleo y los pingüinos.



LENGUAJE



FUENTES TIPOGRÁFICAS

NOVA SQUARE
STENCIL
HELVETICA



FRENTE



DORSO

Contenedor de materiales para intervenir sobre afiches.

INVASIÓN

APERTURA



PROCESO DE DESPLEGADO



Todos los materiales del kit son fabricados con derivados de petróleo. Petróleo que no fue derramado en el mar. Indirectamente se invadirá al ser humano con petróleo.

MATERIALES APLICADOS

- Plástico cristal
- Hilo
- Abrojo
- Elástico



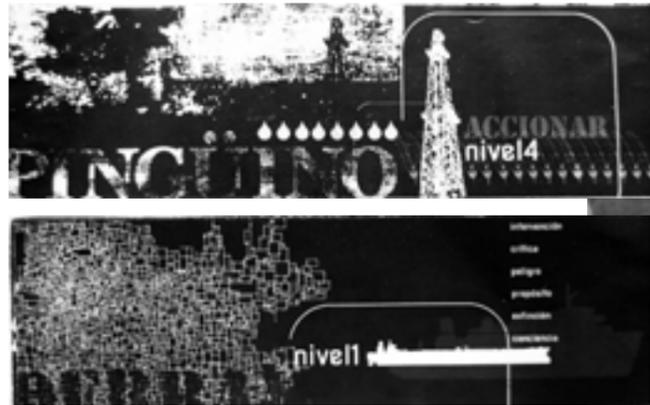
DETALLES DEL ARMADO



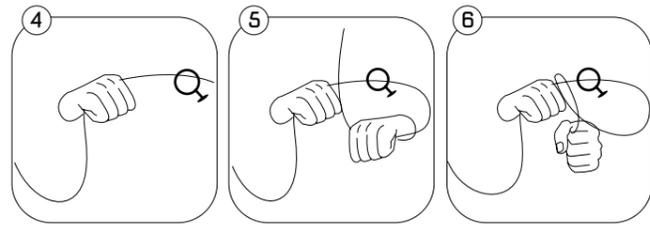
EXPLICATIVO

ETAPA A
KIT DE INVASIION

INSTRUCTIVOS POR NIVEL



FRENTE



Paso a paso de como se debe hacer la intervencion.

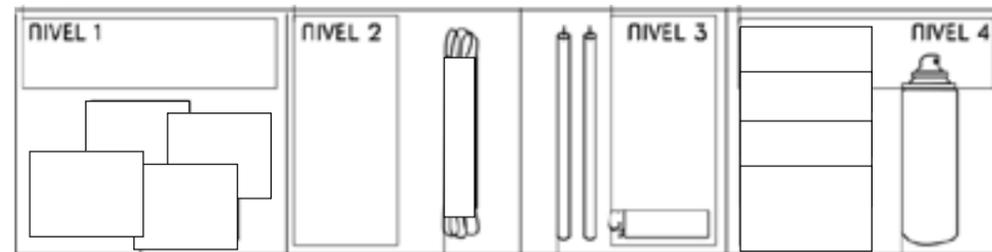
NIVEL 4
Avanzado

ZONA
Paredes chorreadas

CONTAMINANTE
Stencil



SECCIONES / NIVELES



NIVEL 1



Invasión del hábitat del hombre por el hombre.



DORSO



SOBRE CON STICKERS



LIBRO DE CASOS



STICKERS

Metáfora verbal del contenido del sobre. Hace referencia a los stickers.

MOTIVACION



TAPA



CONTRATAPA



MATERIALES APLICADOS

Papel calco

Cinta adhesiva

Papel

Papel calado

ACCIONES DEL USUARIO

Extraer

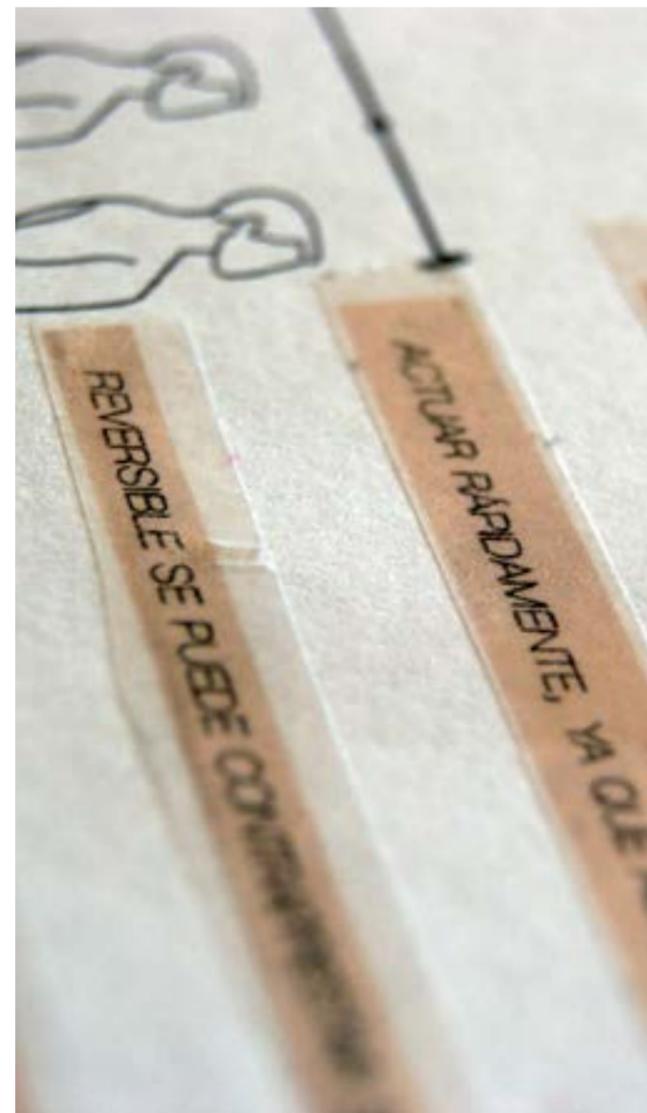
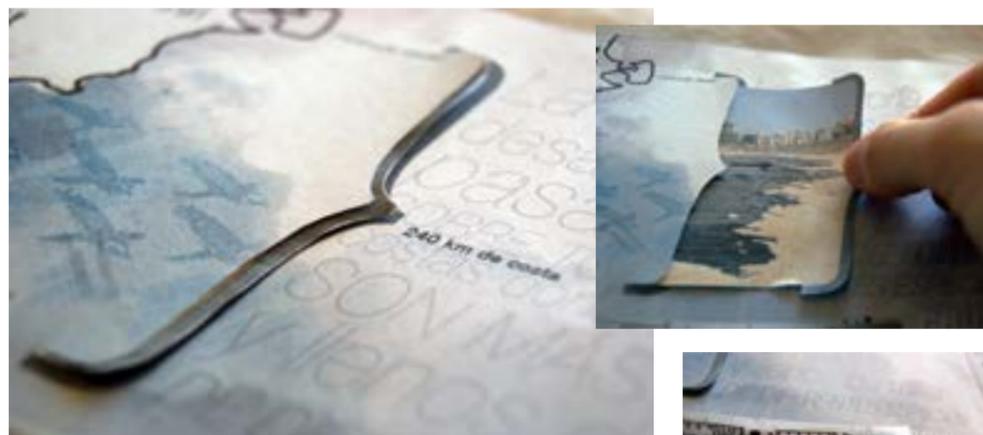
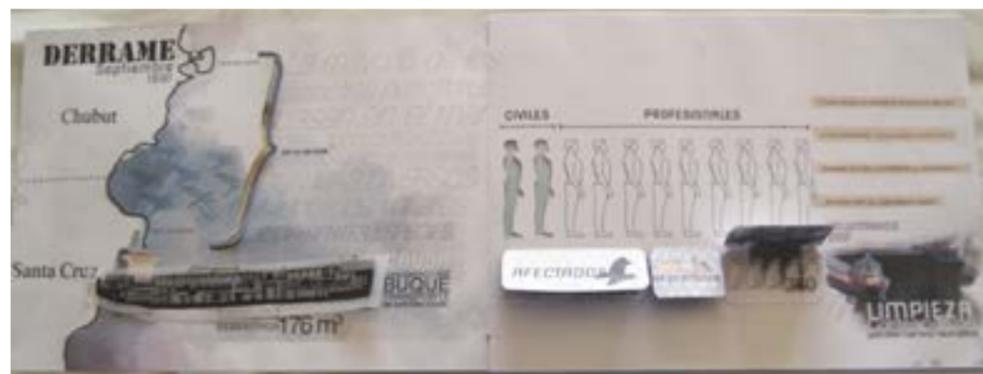
Levantar

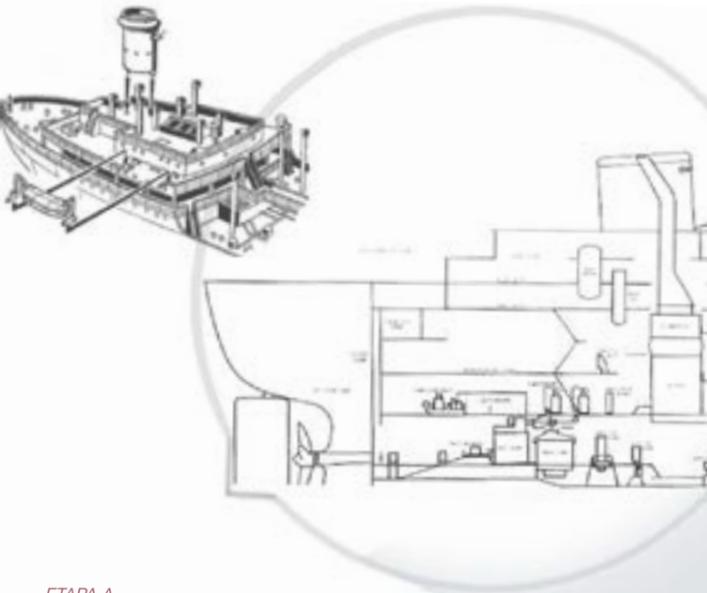
Abrir

ETAPA A

LIBRO DE CASOS

CASO 1991





ETAPA A
LIBRO DE CASOS

CASO 1991



- MATERIALES APLICADOS
- Cinta de papel
 - Papel desgarrado
 - Carbónico
 - Lija
 - Troquelado
- ACCIONES DEL USUARIO
- Troquelar
 - Descubrir
 - Tocar



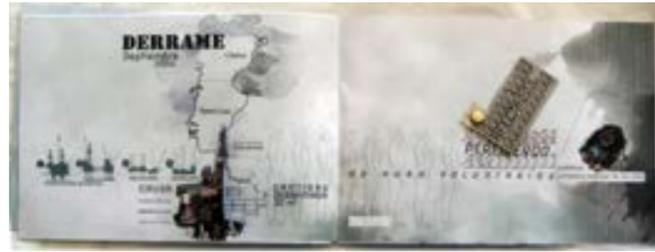
Magdalena
20 km de costa



Provincia de
Buenos Aires



CASO 2005



MATERIALES APLICADOS

- Cartón
- Carbónico
- Cinta de papel

ACCIONES DEL USUARIO

- Descubrir
- Tocar
- Desplazar



CASO 2010



MATERIALES APLICADOS

- Radiografía de pingüino
- Acetato
- Ganchos de abrochadora

ACCIONES DEL USUARIO

- Tocar
- Superponer
- Descubrir





ETAPA A
KIT DE INVASIÓN



CON
TA
MI
NA
CIÓN



FRENTE

ELÁSTICO



Metáfora verbal del contenido de la banda. Hace referencia al elástico.



FRENTE



DORSO



ENSCENDEDOR
Metáfora verbal del contenido de encendedor. Hace referencia al gas.

PIN
ÚJINO



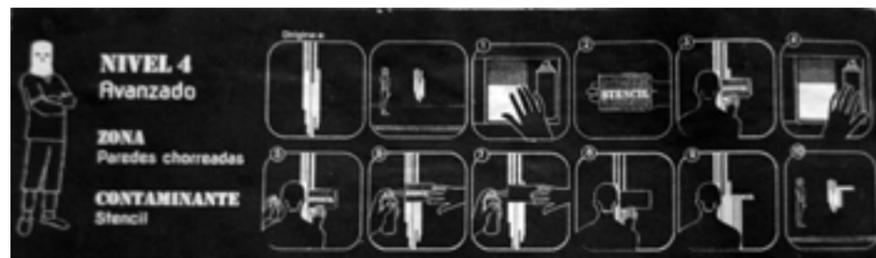
ETAPA A
KIT DE INVASIÓN

DERRAME

NIVEL 4



DORSO



“Cualquier pared existente en la vía pública que no te da la oportunidad de escoger si mirarla o no, es tuya. Te pertenece, ya que es parte de tu campo visual y puedes hacer lo que quieras con ella.”
Banksy

ETAPA AB
AFICHES

AFICHE NIVEL 1 - STICKERS

Las piezas dejan de ser bidimensionales para avanzar sobre el espacio de la tridimensionalidad.



AFICHE NIVEL 3 - VELAS



Avance de la intervención..

AFICHE NIVEL 2 - SELÁSTICOS



Intervenido

STENCIL

Sobre la radiografía de un pingüino.



PINTURA EN AEROSOL



Metáfora verbal del contenido.
Hace referencia a la pintura.

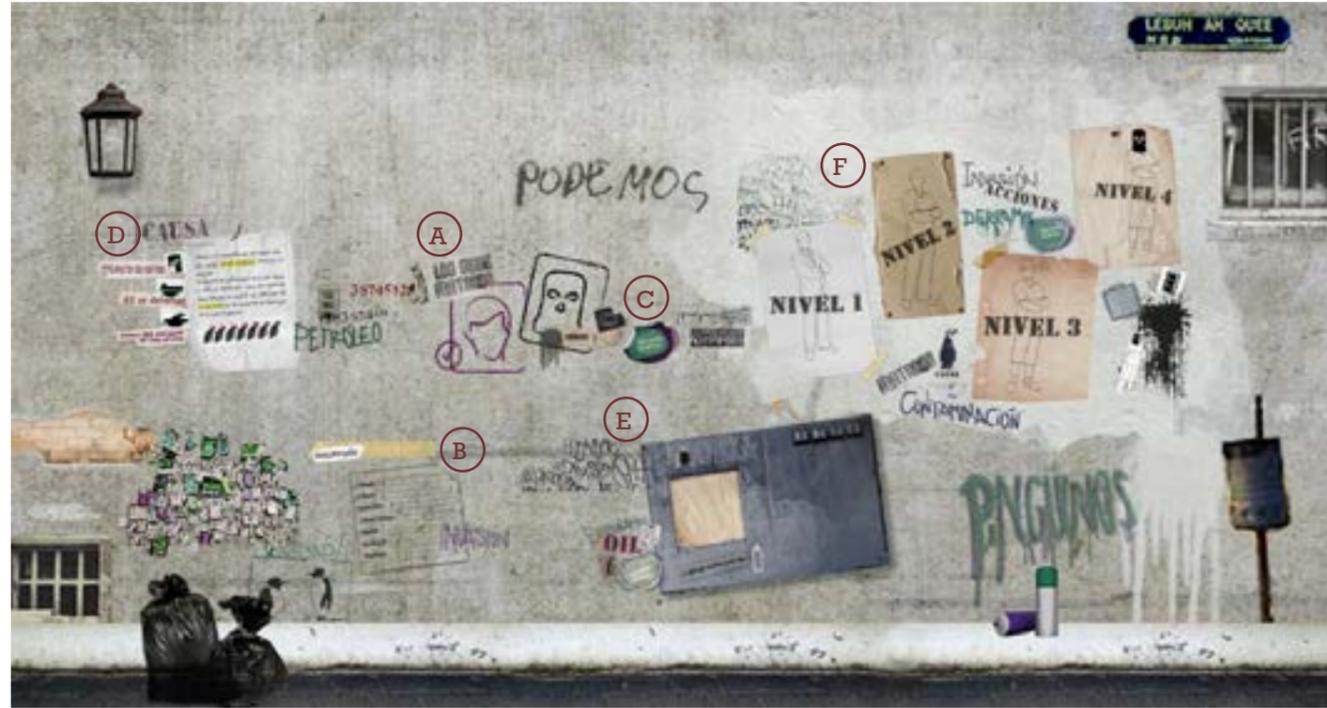
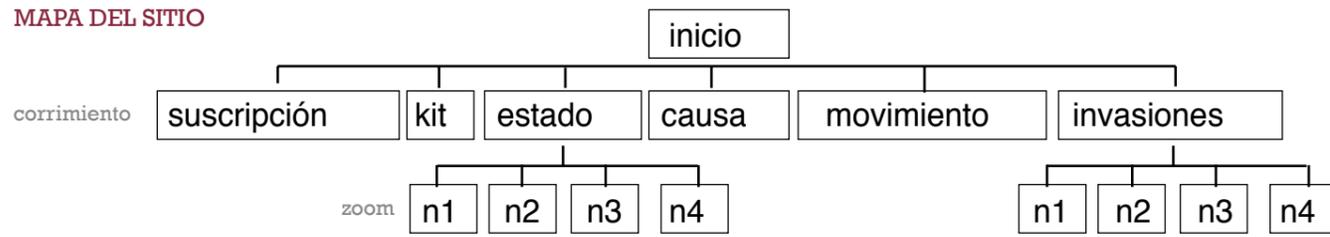
Intervenido



La web consiste en un gran paredón de intervenciones callejeras que el usuario navega con los siguientes recursos: zoom in, zoom out, traslación y encuadras.



MAPA DEL SITIO



A INICIO

Opción de ingresar como vándalo (usuario ya registrado) o como civil (no registrado aún).



B SUSCRIPCIÓN

Seleccionar esta opción permite al usuario ingresar sus datos para obtener el kit convirtiéndose en vándalo.



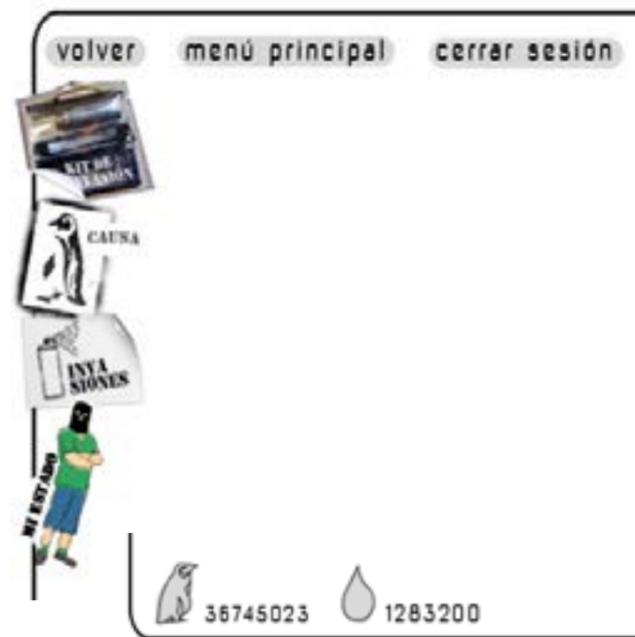
MENÚ

Al seleccionar una opción del menú el visor se desplaza por el muro hasta la sección elegida.



MENÚ FLOTANTE

El menú acompaña al usuario en su recorrido por la web.



DATOS CAMBIANTES

- Cantidad de pingüinos que se salvan.
- Cantidad de petróleo que se derrama.
- Cantidad de visitas de la página.
- Cantidad de vándalos asociados.



1



2



3



4

Proceso de transformación del menú a la opción "KIT DE INVASIÓN"

C INSTITUCIÓN



D CAUSA



KIT DE INVASIÓN

Al pasar el cursor sobre la imagen se despliega la información de los elementos del kit.



E INTERVENCIONES USUARIO

Proceso de transformación de civil a vándalo a medida que el usuario sube sus intervenciones a la web respetando el orden designado en el kit.



F GALERÍA DE INTERVENCIONES

El usuario puede acceder a la galería de intervenciones subidas por otros vándalos. Al seleccionar un nivel el visor hace zoom.

Previo a acceder, cada nivel le exige al usuario realizar una acción que lo informa con temas correspondientes a la problemática.



NIVEL 1



NIVEL 3



NIVEL 4



BUQUES PETROLEROS

ETAPA B
LIBRO INFORMATIVO

Serie de infografías sobre temas que se ignoran sobre la problemática.



FRENTE

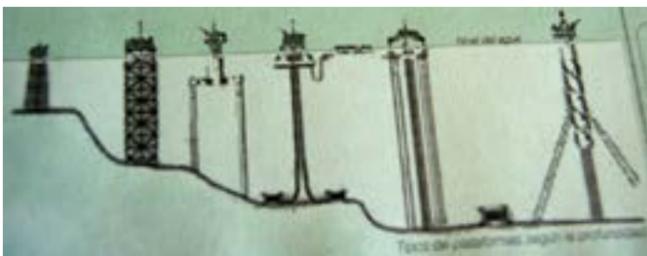


DORSO

INFOGRAFÍA #1



INFOGRAFÍA #2



km



70% 90% 80%
Porcentaje afectado por

HOMBRE

CONSUMO DOMÉSTICO



- gasolina 
- aceites 
- energía 

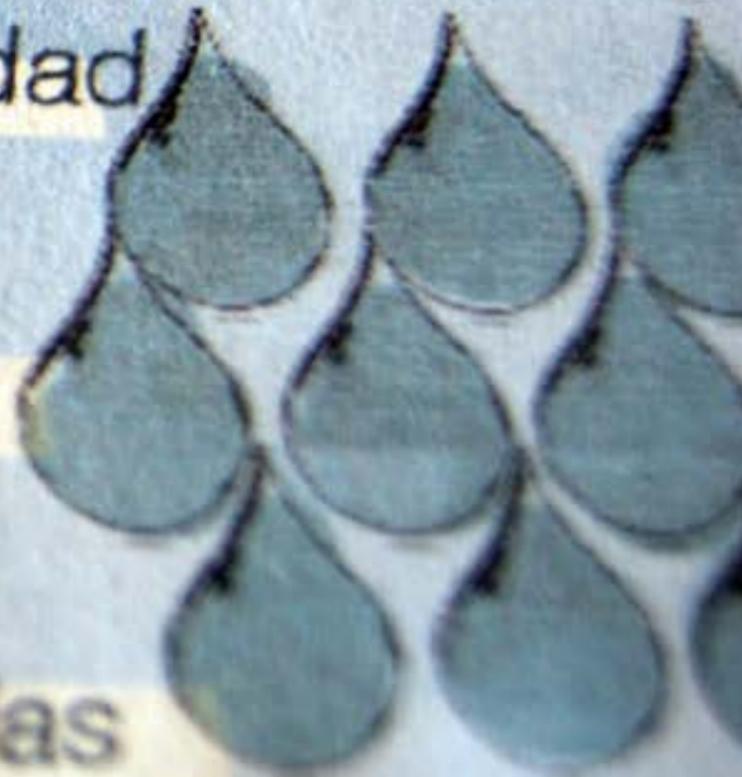


HÁBITAT
ARGENTINA P. MAGALLANES
MAPA ARGENTINA. LOCALIZACIÓN APROXIMADA DE CO

SER HUMANO

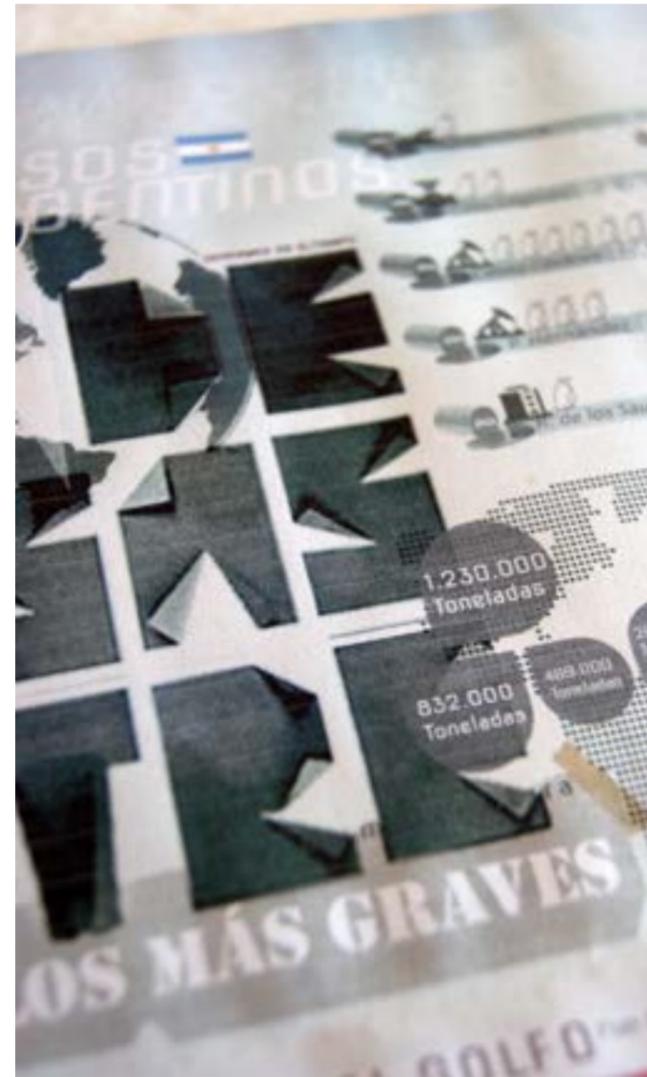
CONSUMO INDUSTRIAL

- electricidad 
- minería 
- industrias 





INFOGRAFÍA #3



INFOGRAFÍA #4



DE
RRA
ME





1,500,000
Toneladas

832,000
Toneladas

489,000
Toneladas

287,000
Toneladas

238,000
Toneladas

289,000
Toneladas

200,000
Toneladas

123,000
Toneladas



INFOGRAFÍA #5



AL MOMENTO DE MORIR LOS PINGU
SALEN A LA COSTA PARA PASAR
L'ULTIMAC MAMITOC DE



“Solo existe un objetivo que sea genuinamente prioritario: trabajar en conjunto por las causas humanas. El diseño cobra sentido realmente si persigue un objetivo social.” Gerard París Clavel



EN vista de COSTAS

CONCLUSIONES

Una vez finalizado el desarrollo del proceso y a lo largo del mismo se han podido observar las siguientes conclusiones.

Un diseñador gráfico puede resolver un problema ambiental porque tiene todas las herramientas que necesita para hacerlo. El diseñador por su carácter de comunicador visual puede hacer que **un problema que no se ve, sea visto** y por sobretodo pregnante para que el público atienda al mismo. Así mismo este puede **incentivar y promover el compromiso** con el medio ambiente porque para lograrlo no debe ser ambientalista. Con tener un **mensaje claro y reforzarlo en cada pieza** que el diseñador desarrolle y **respetándolo en cada decisión y acción** de diseño que este tome, es suficiente para que el receptor lo capte .

Al cuestionarme al principio del proyecto si era posible generar un diálogo entre la naturaleza y el hombre, debo decir, que la naturaleza dialoga con nosotros a diario con los fenómenos meteorológicos que ocurren. Lo que se ha podido lograr en este proyecto es **encausar ese diálogo** para que llegue sin desviaciones y de manera eficaz al receptor, el ser humano. No es que la naturaleza no se haga escuchar o ver, es que simplemente **el canal por el cual lo hace es ignorado** por el hombre en bastas oportunidades. Por eso la naturaleza **necesita de un traductor**. Alguien capaz de **hacer visible al hombre** el mensaje que ella nos quiere hacer llegar.

Al iniciar el proyecto fue necesario cuestionarme que es lo que se requiere para que haya un cambio en la relación hombre naturaleza. Durante el proceso del mismo llegué a la conclusión que **el ser humano necesita ser incluido**. Este debe **vivenciar los hechos** o las problemáticas para comprenderlas. No basta con informar. Es necesario **influir en las acciones** del hombre, lo cual es posible siempre y cuando se lo persuade y estimule a actuar. Es fundamental hacer al ser humano participe de la comunicación ya que de esta manera **su atención permanece captada y su interés despierto**. Desde el punto de vista de un diseñador gráfico esto no implica llevar al hombre al lugar de origen del problema, no hace falta insertarlo en medio de la naturaleza, por la capacidad que hemos adquirido durante años de estudio **es posible acercar el problema al hombre**. Esta situación permite llegar a una amplia cantidad de soluciones y poder actuar en donde se desee solucionar el problema ambiental. Es decir que la solución al mismo no queda reducida al entorno de personas donde este ocurre. Este proyecto demuestra como **es posible llegar a quien se desee** sin importar cuan lejos la persona esté de la problemática de origen.

Otro descubrimiento que deseo destacar es la posibilidad de **convertir al receptor en emisor para que el mensaje se propague más rápido**. Esto implica otorgarle la capacidad de emitir un mensaje, siempre y cuando **guiado y supervisado** por el diseñador, a aquellos individuos que sean capaces por haber interiorizado y comprendido el mensaje.

Al cuestionarme si el hombre es causa y solución del problema me refería solamente a los derrames de petróleo, pero con el proceso del proyecto pude reconocer que el hombre tiene la solución a todos los problemas que causa. **Si existe la capacidad para hacer algo también existe la capacidad para frenarlo**.

No estoy segura de la posibilidad de que algún día el hombre cambie. Pero si puedo determinar, una vez concluido este proyecto, que **hay métodos para lograrlo**. Sólo se necesita trabajo, decisión y determinación. Uno de los recursos es llegar a los sentimientos y los sentidos. El ser humano constantemente está recibiendo información de su entorno por el canal de sus sentidos. Es por ello que este proyecto se enfoca en lo sensorial, para **demostrar cuanto más eficaz un proyecto puede ser si se evoca a las sensaciones que implica incidir en los sentimientos de esas personas**.

Para finalizar quisiera remarcar un aspecto de este proyecto que considero de suma relevancia. La capacidad de que cualquier **proyecto de diseño se convierta en un movimiento** como lo logra éste. El proyecto no se queda simplemente en las piezas, sino que **el uso de las mismas** hace que el proyecto se convierta en un **movimiento social**. La **información y la comunicación** en este caso dejan de ser estáticas y **fluyen entre las personas**. El objetivo de que el **canal y portante del mensaje sea el hombre**, en ciertas etapas, genera un fenómeno de masificación. **Una red** donde es el hombre quien involucra a otros hombre sucesivamente. Se genera un encadenamiento.

OBJETIVOS LOGRADOS

Indagar otros medios a través de los cuales transmitir un discurso. El kit de invasión es una pieza no tradicional que permite reforzar el concepto de invasión.

Desmentir que el diseño gráfico se especifica en la comunicación únicamente a través del medio visual. Con este proyecto se demuestra la capacidad para generar mensajes tanto en lo visual como en lo espacial y material.

Poder resolver como diseñadora una problemática que no corresponde al área de diseño, demostrando el alcance que tiene esta profesión. El diseño gráfico es la herramienta para resolver problemas de comunicación. Si el problema es la falta del mismo, entonces sí estaremos capacitados para resolverlo.

Indagar y desarrollar en profundidad una problemática medio ambiental desde el diseño gráfico.

Influir indirectamente en las acciones de las personas apelando a sus sentimientos. Los afiches e intervenciones logran el factor sorpresa de afectar al ser humano evocando sus sentimientos.

Lograr explotar al máximo los recursos con los que cuenta un diseñador para comunicar una problemática. Se hizo uso de los materiales, los canales como la vía pública y la web, piezas editoriales, piezas no convencionales.

Involucrar activa y pasivamente al receptor incluyéndolo en el mensaje. Con las diversas piezas desarrolladas se logra que el receptor colabore en la reproducción del mensaje.

Generar que el ser humano se interese y preocupe por los pingüinos y su medio ambiente. Con las piezas desarrolladas se ha logrado tratar el tema de manera interactiva y atractiva para que las personas se involucren.

Dar a conocer el sufrimiento de los pingüinos a causa de la marea negra. En todas las piezas se hace presencia de datos sobre la situación de estos animales y su extinción.

Dar evidencia de que el ser humano es una parte fundamental para la supervivencia de los pingüinos. El canal del mensaje de este proyecto es el ser humano. Esto demuestra lo esencial que es para la viralización del problema y simultáneamente para que el problema acabe y los pingüinos sobrevivan.



COSTAS *nadadas*

BIBLIOGRAFÍA

TEXTOS

- Bajtín, Mijail. *El problema de los géneros discursivos en estética de la creación verbal*, Argentina, Siglo veintinuno editore.
- Balius, A. *Usos de la tipografía en el diseño editorial*, Madrid, Indexbox; 2003.
- Bardelás, Jorge. *Lecturas de trabajo final de carrera*, Buenos Aires.
- Barthes, Roland. *Retórica de la imagen*.
- Caivano, José Luis. *Color y semiótica: un camino en dos direcciones*, Revista semanal *Cruzeiro semiótico*, 1995.
- Chaves, Norberto. *La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional*, Barcelona y México, Gustavo Gili, 1990.
- De Carteau, Michel. *La invención de lo cotidiano*,
- Elam, K. *Sistemas reticulares. Principios para organizar la tipografía*. Barcelona, Gustavo Gili.
- Frascara, Jorge. *Diseño gráfico para la gente*, España, Ediciones Infinito, 2000.
- Fuentes, Isabel. *El poder de la comunicación de las metáforas en la arquitectura efímera y en el diseño expositivo*,
- Lechte, A. A. *Huellas en la arena sombras en el mar*,
- Ledesma, María. - Lopez, Mabel. *Comunicación para diseñadores*, Buenos Aires, Ediciones Nobuko, 2009.
- Munari, B. *Diseño y comunicación visual contribución a una metodología didáctica*, Barcelona, Edición Gustavos Gili, 1999.
- Paris Clavel, Gerard. *Revista tipográfica numero 33*.
- Scott, Robert Guiliam. *Fundamentos del diseño*, Editorial Limusa, 2003.
- Villafañe, Justo. *Imagen positiva*, Editorial Piràmide.
- Wong, Wicius. *Fundamentos del diseño*, GGDiseño.
- Argentina en peligro. El libro rojo de la Ecología*, Buenos Aires, Editorial Atlántida, 1996.

WEB

- www.elisava.net (Críticas de diseño)
- www.monográfica.org (Revista temática de diseño)
- www.nicolasuriburu.com.ar (García Urriburu)
- www.definicion.de (Definiciones de términos)
- www.ecopibes.com (Ecología y medio ambiente)
- www.rae.es (Real Academia Española)



HORIZONTES

ANEXO

ENCUESTA: Pingüinos amenazados

Esta es una encuesta a ser realizada a alumnos y/o personas interesadas y relacionadas con temas medioambientales. Es necesario responder de manera clara, sincera y seria. Sus respuestas serán de mucha ayuda para el desarrollo de mi tesis sobre el derrame de petróleo y como esto afecta a los pingüinos.

1. ¿Considera usted que sabe lo que es la Marea Negra?

- Sí
- No

2. Defina con sus palabras Marea Negra.

3. Considera usted que los derrames de petróleo son:

- Frecuentes
- Poco comunes
- Imposibles

4. ¿Qué derrame de petróleo conoce usted? Determine lugar, fecha, causa, consecuencias y soluciones llevadas a cabo.

5. ¿Por qué cree usted que ocurren los derrames? (Puede elegir más de una respuesta)

- Hundimiento de buques y tanques de transporte
- Ruptura de plataformas marinas
- Ruptura de oleoductos
- Perforaciones del tanque almacén
- Perforaciones terrestres
- Una grieta en las profundidades marinas

6. Si usted seleccionó todas las respuestas de la pregunta 5 ordénelas según la gravedad del hecho.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

7. Cree usted que la Marea Negra afecta a: (Puede elegir más de una respuesta).

- Aves
- Peces
- Mamíferos
- Ser humano
- Economía de la zona afectada
- Suelo
- Turismo

8. ¿Qué características del pingüino se encuentran afectadas si éste queda cubierto en petróleo?

- Visión y respiración.
- La impermeabilidad y la regulación de la temperatura corporal.
- Peso
- Movilidad y nado

9. ¿Hay posibilidades de que un pingüino sobreviva luego de una marea negra?

- Sí
- No

10. Si respondió Si en la pregunta 9 elija la razón por la cual los pingüinos son capaces de sobrevivir:

- El agua del mar los limpia.
- Tienen un sistema de limpieza con su pico.
- El ser humano los rescata. Solos no son capaces de sobrevivir.

11. ¿Conoce usted algún rescate o lugar donde se ayude a los pingüinos o algún ave? Determine donde y cuando.

12. ¿Se ofrecería usted como voluntario para la limpieza de pingüinos? ¿Por qué?

13. Defina los sentimientos que le genera ver cada una de las siguientes imágenes:



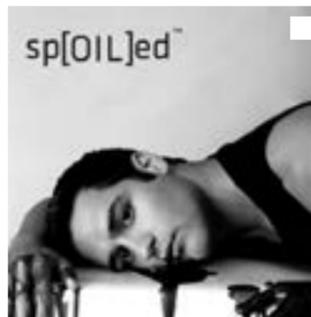
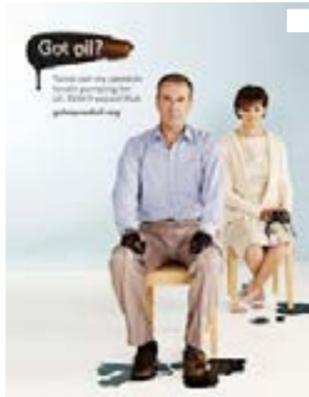
14. ¿Qué soluciones propone usted para concientizar e informar sobre la contaminación?

[Empty text box for answer]

15. Cree que hay a nivel mundial suficiente conocimiento respecto al tema:

- Sí
- No

16. Las siguientes son campañas realizadas para diversos derrames de petróleo. Marque aquella que conoce o haya visto:



17. ¿Qué cree usted que se busca en estas campañas? ¿Por qué?

[Empty text box for answer]

18. ¿Qué generan en usted estas imágenes?

[Empty text box for answer]

19. ¿Por qué considera que se ubica al ser humano en el lugar del animal?

[Empty text box for answer]

20. ¿Qué relación tiene usted con el medio o ambiente? ¿Se encuentra en un área relacionada con el petróleo?

[Empty text box for answer]

21. ¿Le parecería interesante la existencia de un espacio a modo de museo donde usted pueda experimentar poniéndose en el lugar de los pingüinos, cada una de las situaciones que este debe enfrentar desde que se derrama petróleo hasta que es salvado y devuelto a su hábitat natural?

- Sí
- No

22. ¿Cómo se imagina ese espacio?

[Empty text box for answer]

23. ¿Con quién (profesionales de otras áreas) contaría usted como profesional ambiental a la hora de enfrentar un derrame de petróleo en el mar?

[Empty text box for answer]

24. ¿Conoce usted lo que es un diseñador gráfico?

- Sí
- No

25. ¿Para qué cree usted que le serviría un diseñador gráfico en su profesión?

[Empty text box for answer]

26. Comentarios: (Aquí usted puede escribir aquello que desee agregar respecto al tema de la encuesta)

[Empty text box for answer]

MUCHAS GRACIAS

SISTEMA SENSORIAL DE INFORMACIÓN

Diseño que acerque al ser humano hacia los pingüinos empetrolados.