



**UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

Facultad de Arquitectura
Unidad Académica de Arquitectura de Paisaje

La Comunicación Gráfica

como herramienta para la Arquitectura de Paisaje

Tesis que presenta

Sandra Stephanie Martínez Lagunas

para obtener título de

ARQUITECTA PAISAJISTA

Asesoras:

Arq. Psj. Gabriela Castillo Flores

Mtra. Érika Miranda Linares

Dra. Andrea Berenice Rodríguez Figueroa

Ciudad Universitaria, CDMX,
Diciembre del 2018.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

La Comunicación Gráfica

como herramienta para la Arquitectura de Paisaje

NOMBRE

Stephanie Lagunas

**A mamá y papá
A mi hermano**

**A la pequeña
que desde siempre
esperó este momento**

gracias...

Mamá y Papá, lo que soy y lo que tengo es por ustedes, por todo su amor y apoyo, los amo.

Hermano, por tu paciencia, cariño y momentos tan felices.

Mamá Jose y Papá Poncho, por todo el amor y protección desde siempre.

Familia, por estar, por existir.

Amigos, por acompañarme en esta etapa y compartir tantas experiencias y aprendizajes increíbles.

Pam, Palomita, Barbs, Nancy, Mariel, Sebastián, Jordy, Dari, Cami, Javi, Vince, Pavel, Sergio por tanto amor, soporte y momentos hermosos, su amistad es mi gran tesoro que cuido en mi corazón.

Andy, la mejor roomie que puedo tener.

Asesoras Érika, Gaby y Andrea, por su infinito apoyo, comprensión y paciencia, por confiar en mi y en este tema atrevido.

Laura Rendón y Salvador Lizárraga, por su tiempo y apoyo durante la carrera y mi trabajo de tesis.

Maestros, a todos, por obsequiarme su conocimiento y amor a lo que hago.

Germán Ortega, ha depositado en mí brillantes semillas doradas de sabiduría que me transforman cada día en un mejor ser humano. Lo admiro por siempre.

Lorenza Capdevielle, por ayudarme a descubrir y desarrollar mis grandes pasiones, increíble regalo permitirme ser su adjunta.

UNAM, por tu inmensa generosidad ¡Qué dicha haber crecido y aprendido tanto en tus aulas, pasillos y jardines!. Estoy en deuda contigo.

Chile, me viste vencer mis miedos y cumplir mis más grandes metas.

Anamar, por ayudarme a sanar.

Amor.

Los llevo en mi corazón.

***“Las palabras nunca alcanzan cuando lo que
hay que decir desborda el alma”***

- Julio Cortázar



LA
COMUNICACI
COMO V LINEIN
PARA LA ARQUIT
DE



PAISAJE
ECTURA
VIVA
ÓN GRÁFICA

01

Objetivos

- 13 Objetivo general
- 13 Objetivos específicos

02

Marco Conceptual

- 16 Nada surge de la nada (introducción)
- 18 Lo conceptual en la arquitectura de paisaje
- 34 La comunicación visual en la representación gráfica

03

Marco Metodológico

- 52 Proceso de diseño para la comunicación del concepto de arquitectura de paisaje
- 58 Fases del proceso de diseño para la comunicación del concepto de arquitectura de paisaje
- 59 Concepto
- 60 Definir el problema
 - ▶ Lluvia de ideas
 - ▶ Mapas mentales
 - ▶ Investigación
 - ▶ Briefing creativo
- 64 Generar ideas
 - ▶ Bocetos
 - ▶ Volcado visual de datos
 - ▶ Asociaciones forzadas
 - ▶ Encontrar de todo en todas partes
 - ▶ Figuras retóricas
- 68 Definir la forma
 - ▶ Principios básicos de diseño
 - ▶ Técnicas de representación

04

Comunicando gráficamente el concepto

- 100** Comunicación gráfica para un proyecto de arquitectura de paisaje
- 102** Proceso de diseño para la comunicación del concepto de arquitectura de paisaje
- 102** Concepto
- 103** Eco-Cementerio "Jardín de descanso"
- 109** Definir el problema
- 112** Generar ideas
- 130** Definir la forma
- 148** Producto final
- 150** Criterios generales de diseño

05

Conclusiones

- 154** La última y nos vamos
- 160** Referencias

OBJETIVO GENERAL

quédate con un verbo
Traducir, interpretar, transformar las ideas previas a la ejecución de los proyectos de arquitectura de paisaje mediante técnicas visuales y representación gráfica.

de manera simple/sencilla eficaz?

¿nuevas técnicas?
¿nuevas propuestas?

¿conceptos

12

→ elaborar? ¿generar?

VERBO + herramienta técnica gráfica para interpretar y representar conceptos e ideas de proyectos de arquitectura de paisaje a escala urbana en las etapas conceptual y anteproyecto.

solo uno

HEERRAMIENTA: Instrumento que permite realizar ciertos trabajos.

acotar más

?
será mejor:

GUÍA: Algo que tutela // Documento que incluye principios o procedimientos para encausar una cosa



OBJETIVOS VOS

Objetivo general:

Desarrollar una guía técnico- gráfica para comunicar & representar conceptos e ideas de proyectos de arquitectura de paisaje a escala urbana en la etapa conceptual.

13

Objetivos específicos:

- ▶ Describir y destacar la importancia de la comunicación visual y gráfica en los conceptos de proyectos de arquitectura de paisaje.
- ▶ Proponer un método que permita comunicar gráficamente conceptos de arquitectura de paisaje.
- ▶ Representar gráficamente un concepto de un proyecto paisajístico a escala urbana a través de la metodología propuesta.

¿PORQUÉ ES IMPORTANTE LA REPRESENTACIÓN GRÁFICA PARA LA ARQUITECTURA DE PAISAJE?

apoyarme en el diseño gráfico & la comunicación visual.

→ Muchas disciplinas solas no pueden resolver un tema, a veces hay que recurrir a otras...

→ Si el diseño es dinámico, la representación gráfica tendrá que responder de la misma manera.

EL DISEÑO ES EL QUE NOS UNE
dejándolo explícito

↓
Arq. Psi. & D.G.

No hemos reflexionado sobre el proceso de comunicación dentro del diseño en la arquitectura de paisaje.

→ tal vez, fimitamos mucho el poder de comunicación que tiene la representación gráfica

representación gráfica
herramienta de gran utilidad,
toda información puede expresarse en términos gráficos.
comunicación visual de gran impacto

→ "grafos" / graph
grabar o escribir
→ que se representa de signos o dibujos
conceptos.

PRESENTACIÓN
DEL MENSAJE?

→ El punto de
partida es el
diseño

→ La idea de diseño
y su relevancia de
su representación
para comunicar la idea



EL GRAN RETO ES
CÓMO TRANSMITIR
EL MENSAJE:

¡EL CONCEPTO!

...ta por medio
...s para comunicar

CONDICIONES
MATERIALES

Nada surge de la nada

(Introducción)

La presente tesis nació, básicamente, con la intención y el deseo de dibujar. Era de esperarse que se debía invertir una gran cantidad de tiempo para realizarla, sin embargo, nada era más estimulante que la idea de invertirlo en compañía de herramientas de dibujo y hojeando libros llenos de imágenes con colores, formas y texturas vibrantes.

A medida que se fue profundizando en el tema se sumaron inquietudes, dudas y vacíos que le dieron dirección y sentido al deseo primario antes mencionado.

Poco a poco la Comunicación Visual y la Expresión Gráfica co-

menzaron a formar parte de la médula espinal de la presente tesis.

No es solo de dibujar, se trata de expresar un mensaje, con una intención y propósito específico para que este último sea entendido por el receptor deseado.

En la Licenciatura de Arquitectura de Paisaje de la Facultad de Arquitectura de la UNAM se aborda la representación gráfica con diferentes técnicas a distintos niveles. En muchos casos se alcanza un nivel excepcional en la técnica, pero pocas veces nos detenemos a pensar si estamos comunicando o no un mensaje determinado.

Desarrollar una buena técnica de representación (esto es: tener conocimientos de proporción; manejo de texturas y planos visuales; conocer las posibilidades de los materiales para que la técnica se desarrolle adecuadamente, etcétera) al mismo tiempo que somos conscientes que lo que sea que dibujemos debe expresar "algo" es lo que puede hacer la diferencia entre solo tirar líneas o bocetar y hablar por medio de ellas.

Hizo falta preguntarse: ¿Qué se quiere comunicar gráficamente para la arquitectura de paisaje?. Las posibilidades eran bastante amplias y en la búsqueda del ¿qué quiero comunicar? se encontró en la etapa conceptual la opción ideal. No solo es la etapa más libre para crear dentro del proceso de diseño, es también la menos explorada en la Licenciatura de Arquitectura de Paisaje, impartida en la UNAM.

17

Al cuestionarse lo que es el concepto fue sorprendente descubrir que este no es entendido de la misma forma para todos los arquitectos paisajistas, incluso en muchas ocasiones no llega a ser entendido ni abordado.

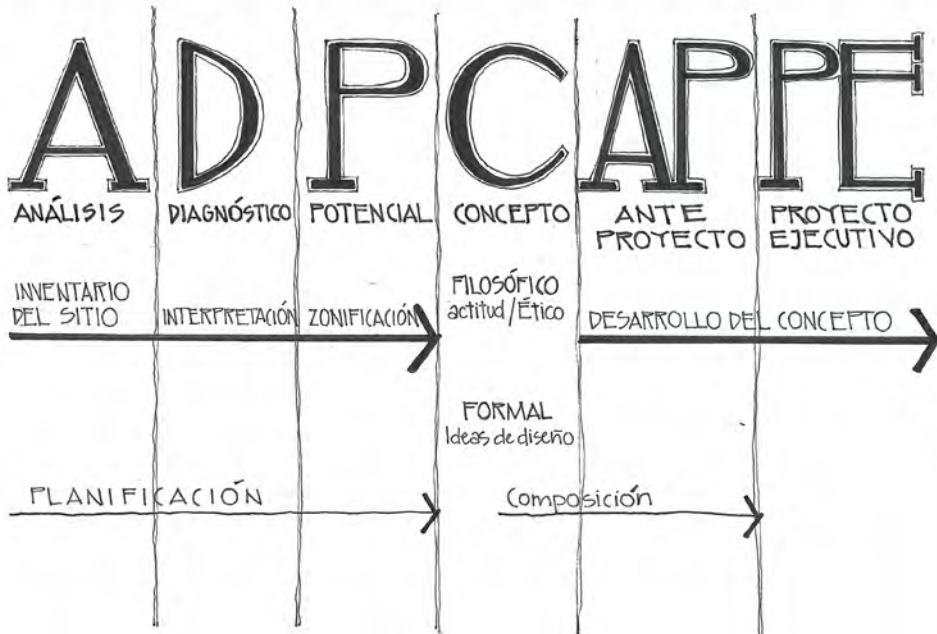
Es por ello que se decide comenzar con un proceso de reflexión sobre el concepto y como es entendido y aplicado en la arquitectura de paisaje para poder comunicarlo gráficamente.

Así fue cómo el deseo por desarrollar una pasión se convirtió en una herramienta de gran utilidad para la arquitectura de paisaje. Un conjunto de disciplinas trabajando en equipo con un objetivo en común: comunicar gráficamente un concepto para cualquier proyecto de arquitectura de paisaje.

La aventura comienza con la exploración de lo que se quiere expresar: el concepto ¿Qué es?, ¿Cómo se aborda?, ¿Cuáles son sus características?, hasta llegar a una reflexión que sirva como punto de partida para poder comunicarlo proponiendo una metodología específica y con ella poder ponerlo en práctica.

Lo Conceptual en la Arquitectura de Paisaje

Tradicionalmente, en la licenciatura de arquitectura de paisaje de la Facultad de Arquitectura UNAM, el proceso de diseño nos ha sido enseñado en etapas: se comienza con el análisis, donde se registran y recaban las características del sitio que después serán interpretados en la etapa de diagnóstico para poder encontrar sus fortalezas, posibilidades y vocación en la etapa de potencial; con esta información es posible pasar a la conceptualización que dará origen al desarrollo (anteproyecto, proyecto ejecutivo) y construcción del proyecto.



Esquema 01. El proceso de diseño en la Arquitectura de paisaje. Arquitecto Alejandro Cabeza, 2017 (Comunicación personal).

Para Alejandro Cabeza, las etapas de análisis, diagnóstico y potencial, primeras fases del proceso (Esquema 01), son donde ocurre la planificación del lugar, es decir, no hay propuestas de diseño como tal:

19

“Se puede decir que el análisis es el inventario del sitio; el diagnóstico es una interpretación del mismo; el potencial es su zonificación y precedente para el concepto, porque en el potencial debemos esbozar los objetivos de diseño, las intenciones, llegar a una zonificación espacial que es como vamos a ordenar las actividades en el espacio y aterrizar en un programa paisajístico, pero no hay todavía ideas de diseño (...)”

Después de haber analizado el sitio, lo siguiente es desarrollar y definir el concepto del proyecto, el cual se puede dividir en concepto filosófico y concepto formal, esta es la base para comenzar con la composición del proyecto.

Una vez definido el concepto, lo siguiente en el proceso de diseño es la elaboración del anteproyecto y el proyecto ejecutivo, los cuales no son más que el desarrollo del concepto.”

(Cabeza, 2017, comunicación personal)

El trabajo de esta tesis se centra en la etapa conceptual del proceso de diseño.

En un inicio la intención era establecer un “concepto de concepto”, pero al ir avanzando en la investigación se encontró que dada su complejidad, el concepto cuenta con múltiples definiciones. Por ello, lo que se busca hacer es una reflexión del concepto que permita aproximarnos

a una noción desde donde se pueda tener un punto de partida para esta tesis.

Para conformar esta se abordó al concepto desde varios puntos de vista; primero se recurrió a dos disciplinas: la Filosofía y la propia Arquitectura de Paisaje.

La filosofía nos proporciona la base del pensamiento humano y por ende, la noción primera del concepto.

El libro “Pensamiento & Concepto” de Jorge Serrano, nos acerca primero al entendimiento del pensamiento y nos dice que “todo pensamiento es el pensamiento de algo; este algo es el objeto, el correlato del pensamiento” (Serrano, 1978: 14).

Para abordar el pensamiento:

“La lógica toma en cuenta los pensamientos mismos -los pensamientos en sí-, haciendo abstracción de lo que estos pensamientos señalen, mientras que las otras ciencias atienden particularmente a los objetos referidos o designados por los pensamientos, haciendo, por su parte, abstracción de los pensamientos mediante los cuales mencionamos lo que mencionamos. Pensamiento podría ser considerado como la actividad intelectual que realiza el hombre a través de la cual entiende, comprende, capta “alguna necesidad” en lo que le rodea. Pensamientos serían los resultados de su pensar: conceptos, juicios, raciocinios” (Serrano, 1978:16).

20

En la filosofía puede denominarse al concepto como una idea, una noción, esencia, naturaleza, etcétera; estas palabras no tienen el mismo significado la una con la otra, pero aún así se emplean como términos equivalentes. Continuando con lo que nos dice Serrano (1978), dos características fundamentales del concepto son comprensión y extensión:

Comprensión

Es la significación de la idea. El conjunto de notas más simples que se encierran en una idea.

Por ejemplo, la idea de humano significa: ser, orgánico, viviente, sensible, intelectual, etcétera. Todo ello constituye la comprensión del humano, donde humano tiene mayor comprensión que orgánico, pues en humano se encuentran todas las características de orgánico, más otras características propias del humano (Serrano, 1978: 62).

Extensión

Se refiere a la aplicación de la idea. Al mayor o menor número de seres a los que se les puede aplicar una idea. Un ejemplo es la idea de viviente, que se puede aplicar tanto al ser humano como al perro, al árbol o a la hormiga (Serrano, 1978: 62).

La comprensión y la extensión se encuentran entre sí en relación inversa; es decir, a medida que aumenta la comprensión de una determinada idea disminuye su extensión, y viceversa.

Retomando el ejemplo de humano, esta idea tiene mayor comprensión que la idea de ser, por ende, ser tendrá mayor extensión que hombre, pero, al mismo tiempo, será la de menor comprensión.

Serrano (1978). nos aproxima al concepto partiendo de lo más básico, el pensamiento y posteriormente la idea, que es de donde surge el concepto. Una vez entendido el origen del concepto desde la mirada de la filosofía, podemos abordar el concepto en la arquitectura de paisaje.

Otro punto de vista que nos acerca al concepto nos lo da "From concept to form in landscape design", un libro enfocado al diseño del paisaje.

Para Reid (1993), lo primero es la investigación, la documentación de esta fase es expresada en un programa escrito, un inventario del sitio o un análisis del sitio. Una vez que se tiene los antecedentes, el siguiente paso es el concepto, el cual engloba una serie de ideas acerca de cómo mejorar un sitio específico.

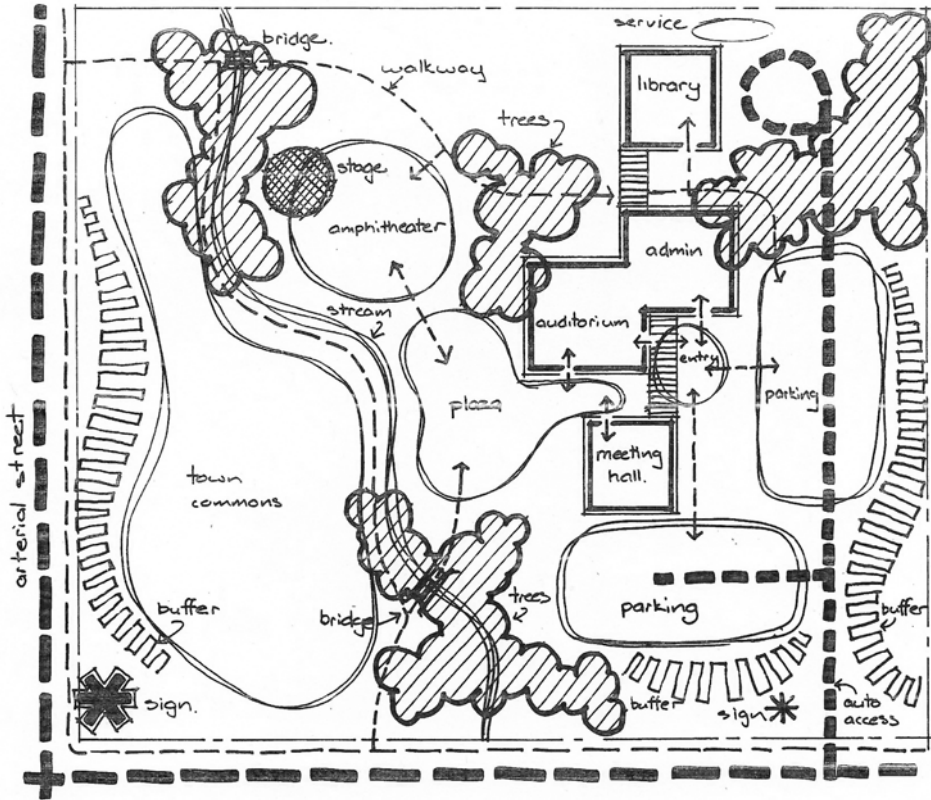
Aquí se hace énfasis en 2 tipos de conceptos:

Conceptos filosóficos generales

Los conceptos filosóficos expresan la imagen, el carácter esencial, el propósito y delinear la esencia del proyecto. En palabras del Arquitecto Alejandro Cabeza: "el concepto filosófico es la actitud del diseñador con relación al problema que va a resolver, o sea, que es lo que quiero darle a la gente, a un usuario en particular, al sitio, a la naturaleza [...]"

Los diseños que están arraigados en una base filosófica

HA SIDO
NECESARIO
CONSULTAR OTRAS
DISCIPLINAS
PARA ENTENDER
EL CONCEPTO



22

sólida, tendrán un sentido de identidad igualmente sólido (Reid, 1993: 1)

Esquema 02. Diagrama de un concepto funcional. (Reid 1993: 11)

Una vez que el diseñador identifica el concepto filosófico apropiado para el sitio o el cliente, el reto siguiente es expresar esos conceptos en una forma física.

Conceptos funcionales específicos

Se relacionan con la resolución de problemas puntuales y pueden expresarse como objetivos conceptuales (reducir la erosión; mantenerse en un presupuesto específico...). Los conceptos funcionales específicos tienen que ver con la forma, es decir, son la composición en sí (Reid, 1993: 5).

Las soluciones para estos objetivos prácticos tendrán un impacto en la forma final.

La mayoría de los conceptos funcionales se pueden diagramar y representar con símbolos que tendrán significados específicos. Estos símbolos gráficos conceptuales pueden ser adaptados a cualquier escala (Reid, 1993: 5).

Si se comparan los dos enfoques que tienen estos autores acerca del concepto, podemos notar que los dos coinciden con el hecho de que es una idea, la cual engloba varias ideas o nociones, es decir el concepto, no surge de la nada.

Reid (1993: 1-11) nos propone dividir al concepto en filosófico, la actitud, y en concepto funcional, la composición. Este enfoque está más relacionado con el quehacer del arquitecto paisajista; la segmentación del concepto en dos tipos ayuda a entenderlo y así ponerlo en práctica en nuestra disciplina.

Aunque Reid (1993) nos propone un esquema interesante que podríamos poner en práctica en el ejercicio de la profesión, se consideró pertinente recurrir a profesionales y académicos de la licenciatura de arquitectura de paisaje y de la Facultad de Arquitectura de la UNAM, esto para entender mejor el concepto y analizar cómo se aborda en la disciplina dentro de dicho lugar.

Razón por la cual, se realizaron una serie de entrevistas tanto a Arquitectos paisajistas que ejercen la profesión realizando proyectos de paisaje como a profesores de la Facultad de Arquitectura, preguntándoles:

23

¿Qué es para ellos el concepto?.

La elección de estos profesores se hizo con base en los campos de conocimiento relacionados con el concepto y las asignaturas que imparten, es decir, profesores de taller de proyectos, asignatura donde se obtienen las primeras nociones de lo que es el concepto y su aplicación.

A continuación se citan fragmentos de tales entrevistas:

Arq. Psj. Fabiola Pastor¹

“La etapa conceptual fluye en función de la escala o la intervención del proyecto, la complejidad del mismo; no es lo mismo generar un concepto para un núcleo pequeño con ciertas delimitantes, que trabajarlo para un proyecto a escala urbana o a escala regional. (...) Puede ser desde una cuestión sumamente abstracta, donde tú generas una idea a partir de, justo, la abstracción de ese concepto, y cómo abstraes esa idea

¹ Arquitecta paisajista y Maestra en Desarrollo Urbano y Regional por la Facultad de Arquitectura de la Universidad Nacional Autónoma de México. Profesora de tiempo completo en el área de diseño de la Unidad Académica de Arquitectura de Paisaje, es miembro del Seminario de titulación.

para poder presentarla en una forma que tenga contenido. Y vamos más allá cuando trabajamos la escala urbana, donde ya entran una serie de factores que intervienen sobre esa complejidad del proyecto que vamos a atender, y entonces se convierte más en una imagen objetivo que en una cuestión de abstracción de la idea. Y posteriormente, cuando pasamos a la escala regional, donde todavía intervienen otros factores, pues entonces ésta forma de conceptualizar un proyecto ya tiene que ver con una función, ya tiene que ver con otro tipo de aspectos, por ejemplo los económicos, los sociales, políticos(...)

A la hora de formular un concepto o una imagen objetivo, se va haciendo más compleja conforme vas aumentando de magnitud el problema a intervenir”.

Arq. Psj. Laura Rendón Zárate²

“Para mí el concepto es el alma del proyecto, y como el alma es a las personas, no lo puedes, tal vez, ver en un objeto, no es tangible, sino que ya intrínseco del proyecto, ya lo trae el proyecto, y es lo que le da esas características o esa funcionalidad, o ese mensaje que quiere transmitir al usuario, siendo que tal vez pueda ser algo más formal, o sea, algo más como una una palabra, una forma, incluso hasta de un acontecimiento. Entonces, si es como la síntesis del proyecto, el núcleo del proyecto que se va a reflejar en los materiales, que se va a reflejar en la composición, en el ritmo, incluso hasta la forma de expresarlo se podría ver el concepto”.


24

Arq. Arturo Gutierrez Serrano³

“Concepto como tal, entiendo que es una idea, o sea, es una estructura inicial, pero también presiento que una idea no surge de la nada; una idea surge siempre de algo, tiene un antecedente directo de un cúmulo de información, entenderlo primero como la palabra.

Considero que el concepto radica en una idea, y una idea fundamental, que amalgama varias ideas. Un concepto es una idea que rige, es una idea ordenadora.

¡UNA IDEA NO
SURGE DE LA
NADA!



² Arquitecta paisajista por la Facultad de Arquitectura de la Universidad Nacional Autónoma de México, cursó el Diplomado de Espacio Público sustentable en la misma Facultad. Forma parte de la planta docente de la Unidad Académica de Arquitectura de Paisaje donde imparte materias de Taller de diseño y Construcción.

³ Arquitecto por la Universidad Nacional Autónoma de México, forma parte de la planta docente de la carrera de Arquitectura en la misma universidad impartiendo las asignaturas de Taller de Proyectos, Geometría Descriptiva y Representación Gráfica. Ha colaborado en diferentes proyectos y trabajado con profesionales de otras disciplinas afines como Jorge Yazpik, escultor.



EL CONCEPTO ES
LA TRADUCCIÓN
DE UN CÚMULO
DE IDEAS

Un concepto está plagado de muchos conceptos, y hay una definición que los unifica, siempre deviene de algo, de varias ideas, o sea, es un cúmulo de ideas que se resumen en uno unificador. Es la traducción de un cúmulo de ideas.

El resumen es ponerle nombre al concepto. Yo creo que un proyecto arquitectónico proviene de un conjunto de ideas, y que esas ideas se vuelven detonadoras, y después le pones el nombre. (...)

Los conceptos, o el concepto que le llaman, es el que tiene más contundencia en el cúmulo de ideas, de intenciones (...).

El nombre tiene que tener una remembranza de lo que estás haciendo, pero finalmente es un bagaje de conceptos. La arquitectura no se hace, y nada en la vida se hace solito, por una sola idea. (...)

Lo que quiero explicar es que éste concepto unificador es lo de menos, el entendimiento del bagaje histórico de conceptos, unifican y generan; escoger los conceptos adecuados unifican un concepto y lo vuelven tangible.

Yo antes de pensar en un concepto, hablaría de conceptos.

Son buenas obras cuando están plagadas de conceptos, compatibles entre ellos.

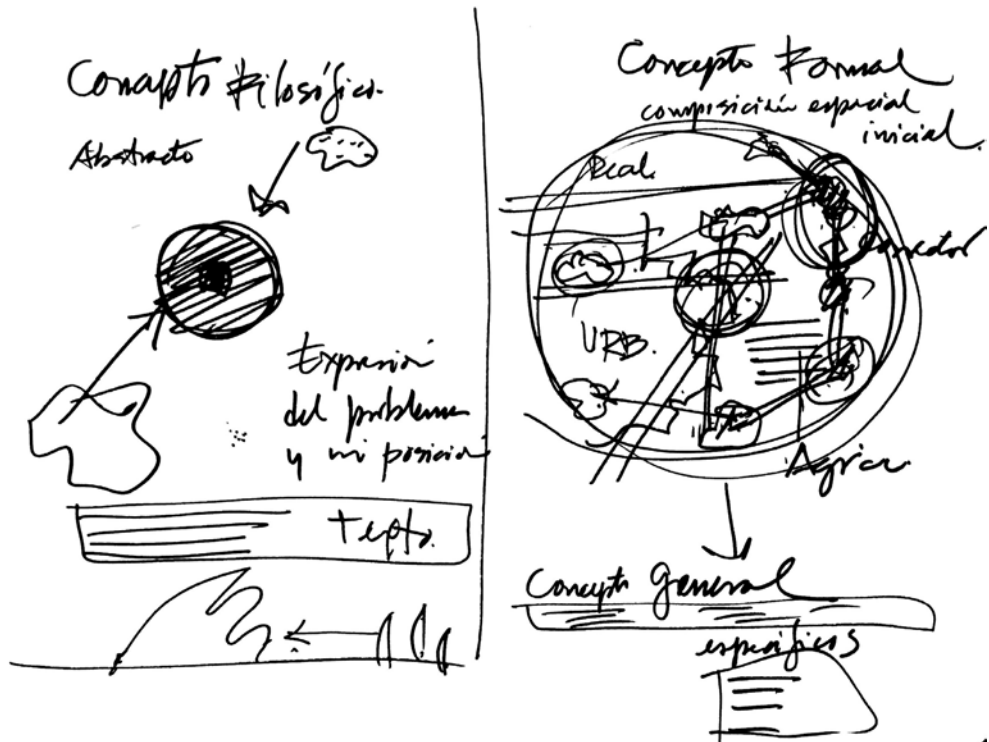
Arq. Alejandro Cabeza⁴

“El concepto es una etapa en el diseño perfectamente situada, perfectamente identificable, muy necesaria y que, por ejemplo, una aplicación muy concreta del concepto es en los concursos de diseño. En los concursos de diseño no importa tanto el detalle de una solución, sino el concepto que hay detrás de esa propuesta.

Si recordamos las etapas del proceso de diseño en paisaje; está la etapa del análisis, la etapa del diagnóstico, el potencial, después viene el concepto, y luego viene la propuesta; digamos que esas son en lo general. (...)

En el concepto se manejan dos tipos, que es el concepto filosófico y el concepto formal. El concepto filosófico es la actitud del diseñador con relación al problema que va a resolver, o sea, qué es lo que quiero darle a la gente, a un usuario en particular, al sitio, a la naturaleza; es mi postura e implica una

⁴ Arquitecto, Maestro en Diseño del Paisaje por la Universidad de Sheffield, Inglaterra (1980-1982). Coordinador del Programa de Maestría y Doctorado en Arquitectura (2012- actual) de la Facultad de Arquitectura (FA) UNAM. Actual miembro del Comité Editorial de la Facultad de Arquitectura desde 2013. Imparte las asignaturas de Historia de la Arquitectura de Paisaje y Seminario de Tesis en la licenciatura de Arquitectura de Paisaje, Facultad de Arquitectura, UNAM. Autor del libro Elementos de Diseño de Paisaje. Naturales, artificiales y adicionales. Ed. Trillas 1993. Profesor Fundador de la Licenciatura de Arquitectura de Paisaje 1985.



26

cuestión de carácter ético. El concepto formal es composición. Entonces, esto es tan relevante que si no hay un concepto detrás, ni filosófico como actitud, ni formal como composición, no puedo pasar a la siguiente etapa que es la propuesta que se esboza en un anteproyecto y en un proyecto ejecutivo. Entonces, en realidad, esto que es el anteproyecto y el proyecto ejecutivo no es otra cosa más que el desarrollo del concepto, si no hay concepto, no hay desarrollo (...).

Ahora, ¿Cuál es la importancia del concepto? Una vez que yo asimilé todo lo que implica el análisis, diagnóstico, potencial, en ese momento es cuando empiezo a buscar qué puedo proponer, y la primera fase de una propuesta es la idea de diseño. Y esa idea de diseño se puede esquematizar en éstas dos partes (filosófico y formal) (...)

El esquema de un concepto filosófico puede ser muy diagramático, puede ser a partir de un núcleo y de alguna cuestión que tiene relación con algo que está pasando y que está metiéndose inclusive con alguna parte del núcleo; es más bien la expresión del problema y mi posición con respecto a ese problema.

Esquema 03. Concepto filosófico y concepto funcional. Elaborado por Arq. Alejandro Cabeza, 2017 (comunicación personal).

El concepto formal habla más de una composición espacial inicial, quiere decir que aquí si estoy con la realidad, el concepto filosófico es más abstracto.

Entonces:

El concepto filosófico es mi postura como profesional y el Concepto formal es mi solución espacial inicial, como croquis, como borrador.

Todo ésto es lo que posteriormente se desarrollaría en un anteproyecto de plan maestro y luego de ahí se derivan los proyectos puntuales que se vuelven a abordar como anteproyectos y luego como ejecutivos.

Pero si yo no sé cuál es mi postura como profesional, como individuo, esa parte ética, esto no va a ser congruente con ésto otro.

Si no existe ésto, la parte conceptual, pues lo demás va a adolecer de muchas cosas. No sale de la nada. Análisis, diagnóstico, todos éstos antecedentes del proceso es lo que fundamenta el proyecto.


Ambos conceptos se esquematizan, si hay manera de representarlos gráficamente. A veces, éstos conceptos se acompañan también de texto, a veces pueden ser una palabra, una oración.

Lo ideal es que el gráfico se acompañe de algo que apoye de manera escrita.

Hay tres formas de expresarse, la gráfica, oral y escrita, y en la medida en la que estén equilibradas, una apoyando a la otra, es mejor.”

Aunque todos los profesores, además de dar clase ejercen la profesión, sus puntos de vista pueden coincidir o no con los Arquitectos Paisajistas que se encuentran alejados del ámbito académico. Como ya se había mencionado, no se puede hablar de una sola definición de concepto porque existen tantos enfoques como arquitectos. Por ello nos alejamos de las aulas y de los libros para poder entender cómo se maneja el concepto en el campo laboral y qué tan relevante resulta ser.

De la misma manera que con los profesores, se entrevistó a dos Arquitectas Paisajistas que ejercen la profesión y se les preguntó qué era para ellas el concepto y si lo aplican en su ejercicio de la profesión.



ANTEPROYECTO
Y PROYECTO
EJECUTIVO NO SON
MÁS QUE EL
DESARROLLO
DEL CONCEPTO

Arq. Psj. Paola Ordaz⁵

“Para mí el concepto es parte fundamental en el proyecto, es la base que sustenta tu diseño y lo justifica; sin él, podrías estar perdido o haciendo un proyecto que no tenga ninguna coherencia.

En la etapa conceptual puedes plasmar espacios generadores de actividades, aproximar al cliente a un anteproyecto, una paleta vegetal y de materiales. Es una abstracción previa de tu proyecto, no es como la zonificación; es una de las etapas que sirven para aterrizar el proyecto.

Creo que la etapa conceptual debe ser cobrada, es parte de nuestro quehacer como arquitectos paisajistas. Son los primeros trazos de un proyecto”.

Arq. Psj. Susana Marín

“Desde mi perspectiva y mi experiencia, recordando un poco la época de estudiante si tengo presente esta idea de que el concepto era muy importante en la escuela en aquel momento, pero era confuso. Cada profesor tenía una visión diferente y luego lo que veías, a lo largo de los años, es que en realidad sigue siendo confuso, porque me parece que el concepto es realmente un elemento que manejan más los artistas plásticos, todo el mundo dedicado al arte 100%. Creo que la arquitectura de paisaje tiene un poco esa esencia, pero la tienen más las disciplinas como la danza, la música, la pintura, artes escénicas, multimedia, etcétera, en donde tienen mucho más claro cómo expresar a partir de una idea o de una palabra algo que transmita contundentemente una emoción.

En el tema de paisaje me parece que nos limita, que estamos actuando con una serie de componentes muy diversos, y esos componentes a veces son la prioridad.

Entonces, yo a lo largo de mi experiencia, lo que he ido haciendo es más bien guiarme por una filosofía, en mi parte personal y que trato de que sea congruente con lo que hago, digo y pienso. Y dentro de lo que hago pues obviamente son las propuestas que pueda yo hacer en el tema de las escalas en las que me he manejado. Entonces, por ejemplo, la escala más pequeña de jardines, plazas, un poco más controlable, quizá hay más el potencial de manejarlo como esto que decíamos, en una especie más artística. Pero cuando ya estás

⁵ Arquitecta Paisajista, titulada en 2008 con diploma al mérito. Conocimientos de arquitectura, diseño, urbanismo, botánica, ecología, historia, geología, edafología e hidrología. Actualmente es la jefa de taller en Tallerid.

en la escala urbana en donde estás tratando de entender componentes, que yo les llamo “infra”, que serían la parte de sistemas naturales, como esos condicionan lo que posteriormente, puede ser la actitud de uso de una zona ligado a todas las estructuras urbanas, a todos los conocimientos en el campo, lo económico, lo político, lo legal, lo social, el perfil de los usuarios. Entonces ya se hace más complejo hablar de un concepto como una palabra en un término más romántico. Entonces, ahí es donde aplica más la cuestión de tener una base filosófica, por lo menos es lo que me funciona a mí, que es una base en donde trato de entender todos estos actores para que sea de beneficio a la mayor parte de los integrantes de estos elementos desde cualquier tipo. No lo llamo concepto, es más como una filosofía, tendiente a una filosofía de vida. Intento que los proyectos estén impregnados de esta emoción y este entendimiento de todas estas partes, de este respeto. Esta base filosófica trato de que me permee porque creo que es súper importante ser congruente, si no, no tiene caso. El concepto está bien a cierta escala o para cierta época de la vida.”

29

Se puede observar que la noción de concepto de todos los arquitectos y arquitectos paisajistas antes entrevistados son muy diversas y le otorgan diferentes grados de importancia; sin embargo, hay puntos de convergencia entre las ideas principales que tocan algunos arquitectos,

Así mismo, dada la complejidad y la diversidad del concepto, lo que se busca es hacer una reflexión sobre todos los puntos de vista, tanto de los libros consultados como de los arquitectos y arquitectos paisajistas entrevistados; compararlos y tomar las ideas que nos ayuden a formular una postura sobre el concepto para poderla aplicar en toda la tesis.

Primero se ha de mencionar los puntos de vista con los que se coincide. Retomando lo dicho por los autores en sus libros antes explicados, Serrano (1978) es el que nos acerca al origen del concepto partiendo del *pensamiento como la actividad intelectual que realiza el ser humano a través de la cual comprende, entiende y capta alguna necesidad en lo que le rodea. Los pensamientos son los resultados de su*

pensar: conceptos, raciocinios. Posteriormente denomina al concepto con el nombre de idea, noción o naturaleza. Desde la perspectiva de Cabeza, quien retoma y remasteriza las ideas de Reid, se puede decir que él igualmente concibe al concepto como una idea: la idea de diseño; nos menciona que esta idea no sale de la nada, es decir, tiene antecedentes que para él son el análisis, diagnóstico y potencial. Recalca la importancia que tiene la etapa conceptual en el proceso de diseño, y la considera imprescindible, puesto que sin ella no se puede pasar a la siguiente etapa, que es la propuesta, misma que no es más que el desarrollo del concepto.

Gutierrez Serrano concuerda con Cabeza y Reid al decir que un concepto no surge de la nada ya que tiene antecedentes, añadiendo también que el concepto es la traducción de un conjunto de ideas. Este concepto, junto con las etapas que le anteceden y las que le suceden deben tener coherencia entre sí. Elegir la información adecuada y correcta, es decir, las ideas que forman al concepto rector también es importante para que puedan tener sentido entre sí. Así que no solo se trata de tener antecedentes, si no los antecedentes adecuados; un proyecto es bueno cuando se encuentra formado por conceptos compatibles entre sí.

30

Laura Rendón y Paola Ordaz, las dos arquitectas paisajistas, coinciden en que el concepto resulta vital para cualquier proyecto de arquitectura de paisaje, ya que es la base que sustenta el diseño, lo justifica y se verá reflejado en la ejecución del mismo.

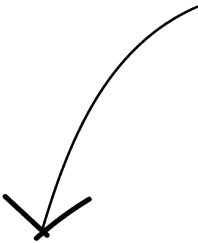
Por otro lado, Fabiola Pastor y Susana Marín, igualmente arquitectas paisajistas, entienden al concepto como algo que cambia dependiendo de la escala y complejidad del proyecto. Fabiola Pastor nos dice que formular un concepto se va haciendo más complejo conforme vas aumentando de magnitud el problema a intervenir. Es decir, para Fabiola y Susana en escalas más pequeñas (como la arquitectónica) el concepto puede ser abordado como algo más abstracto y/o artístico, al aumentar de escala los factores que intervienen se van volviendo más complejos y van teniendo que ver más con una función que con una palabra en un término más romántico. En palabras de Susana Marín: *“El concepto está bien a cierta*

escala o para cierta época de la vida” (Comunicación personal).

Con respecto a este último aspecto, se está de acuerdo que entre más grande es la escala en la que se trabaja intervienen más variables que volverán un poco más complejo el desarrollo del proyecto. Sin embargo, no se concuerda con el hecho de que en escalas pequeñas se trate de crear conceptos abstractos o artísticos y que a mayor escala se vuelva solo algo funcional. Retomando a Gutiérrez Serrano, un concepto está formado por varias ideas compatibles entre sí: *“yo creo que un proyecto arquitectónico proviene de un conjunto de ideas, y que esas ideas se vuelven detonadoras, y después le pones el nombre. El resumen es ponerle nombre al concepto”*. Con esto nos dice que lo más importante son las ideas que forman al concepto y su congruencia entre sí, si es abstracto, funcional o artístico, es lo de menos.

Se entiende entonces que hablar de concepto es una cuestión multifacética, por lo que resulta complicado dar una sola noción absoluta de lo que es el concepto. Sin embargo, se pueden detectar puntos de convergencia, es decir, hay características del concepto en los que la mayoría de las fuentes consultadas concuerdan y son las siguientes:

HAY PUNTOS
DONDE LA
MAYORÍA
CONCUERDA



- ▶ **Es un conjunto de ideas.**
- ▶ **No nace de la nada, viene de un proceso que le antecede, llámese, análisis, diagnóstico o simplemente información previa.**
- ▶ **La concepción del concepto es una etapa. Sin embargo, el concepto en sí no es un solo paso, más bien es un proceso que se lleva durante todas las etapas del proyecto.**
- ▶ **Traduce sus antecedentes y sustenta el resto del proyecto, es decir, es un filtro que transforma la información primaria en algo tangible, en una síntesis que permite tomar decisiones de diseño.**

Con este análisis y reflexión de lo que significa el concepto, enfocado al quehacer del diseñador y con base a la opinión de profesionales y distintas disciplinas relacionadas, se puede plantear una noción propia de concepto, misma que se usará para el desarrollo de la tesis:

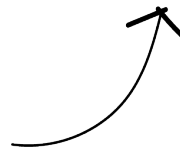
"El concepto es una idea fundamental que logra englobar y sintetizar a un grupo de ideas básicas o fundamentales; estas ideas primarias son el producto de un análisis, una investigación, de una serie de antecedentes, mismos que han sido escogidos de manera que sean compatibles unos con otros".

32

Así, el concepto es un filtro a través del cual el arquitecto paisajista da una solución de diseño, tomando en cuenta los conceptos congruentes entre sí, los cuales reúne, agrupa, unifica, facilitando su comprensión. Después de pasar por el filtro, estas ideas siguen siendo de suma importancia para el proceso de diseño, pues el concepto no es un paso, sino que se considera como un proceso en el que se conciben ideas gracias a las primeras etapas del proceso de diseño, unificamos las ideas en un "concepto rector" para que éste se siga desarrollando en etapas posteriores (anteproyectos, proyecto ejecutivo...). Entonces el concepto nos acompañará desde la etapa conceptual hasta el final de la ejecución del proyecto, independientemente si éste adquiere un "nombre" o no.

Aquí es importante marcar la diferencia que se encuentra entre el concepto y la etapa conceptual. Para fines de esta tesis, concepto y etapa conceptual se tomarán como dos términos directamente relacionados pero diferentes. La etapa conceptual es una de las fases del proceso de diseño donde se filtra la información a través de la traducción de las ideas. La etapa conceptual termina al definirse el concepto, pero este último nos acompañará hasta el final del proceso de diseño y más aún, en el proceso de construcción del proyecto.

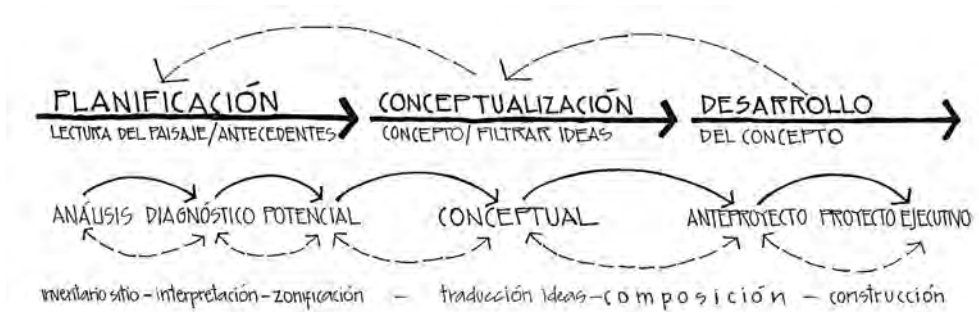
CONCEPTO Y
ETAPA CONCEPTUAL
NO SON LO MISMO



En palabras de Alejandro Cabeza:

“El anteproyecto y el proyecto ejecutivo no es otra cosa más que el desarrollo del concepto, si no hay concepto, no hay desarrollo”.

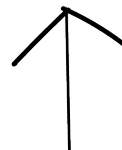
Desde esta propuesta el proceso de diseño no es lineal, es un ir y venir entre las primeras etapas del proceso de diseño, el concepto y el desarrollo de éste para poder corregir, reestructurar, modificar, y asegurarnos que el resultado será la solución más adecuada.



Esquema 03. Propuesta propia de esquema del proceso de diseño enfocado a la arquitectura de paisaje basado en el proceso propuesto por Arq. Cabeza, 2017 (comunicación personal).

Se entiende entonces que el concepto va más allá, se va desarrollando poco a poco durante el proceso de diseño hasta que toma la forma del proyecto paisajístico, pero no queda ahí. Este concepto debe ser traducido y comunicado para ser transmitido a un receptor (cliente, arquitecto paisajista, usuario). Las ideas pueden ser comunicadas de diversas formas; a continuación exploraremos los lenguajes usados para lograr transmitir las ideas lo más íntegras posibles.

¿QUÉ TANTO SE HA ENTENDIDO Y REFLEXIONADO EL CONCEPTO EN ARQUITECTURA DE PAISAJE?



La comunicación visual en la representación gráfica

Imagina la siguiente escena: tienes asesoría de proyectos y te sientes poderoso porque sientes que tus ideas son grandiosas, estás ansioso por mostrarlas a tus asesores así que llegas temprano y te sientas en primera fila para ser de los primeros en revisar. Tus asesores llegan contigo y te preguntan sobre tus propuestas, así que comienzas a platicar acerca de ellas. Pero espera, a ellos parece que no les gusta lo que está pasando, no pueden “ver” lo que estás diciendo, te piden que les muestres “gráficamente” eso de lo que hablas con tanta seguridad. Entonces entras en pánico, esa seguridad con la que hablabas se esfumó en un segundo, necesitas apoyar el discurso hablado con elementos visuales que faciliten la comunicación de tus ideas.

El arquitecto paisajista -y el arquitecto- tienen tres formas de expresar sus ideas y de comunicarlas a los demás: el lenguaje natural (que en esta tesis será llamado “lenguaje del habla”), el lenguaje gráfico y el lenguaje arquitectónico (Sainz, 2009: 17).

El lenguaje del habla es el más común y usado por todos, por tanto, el menos específico para nuestra profesión. El lenguaje arquitectónico resulta ser el más específico, es decir, el lenguaje más propio, más representativo del arquitecto, es la obra en sí. Y nos queda el lenguaje gráfico, con una especificidad intermedia, queriendo decir con ello que no es exclusiva de la arquitectura, pero resulta de gran importancia pues es el primer paso para poder comunicar tus ideas y lograr con éxito llegar a la materialización de las ideas para un proyecto de arquitectura de paisaje.

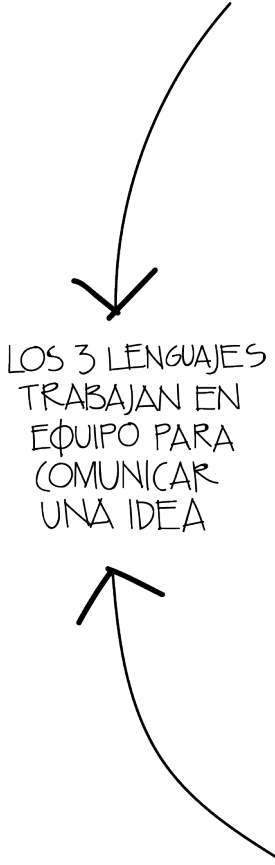
La representación gráfica es el principal vehículo para comunicar las ideas sobre el proyecto arquitectónico paisajístico.

Durante la carrera y más aún en el ejercicio de la profesión la representación de las ideas de manera gráfica resulta indispensable, ya que sin ella la comunicación oral y escrita se pueden quedar cortas y con riesgo de no ser entendidas a cabalidad e incluso pueden ser mal interpretadas. Si las ideas no son comprendidas desde un inicio, difícilmente podrán ser ejecutadas correctamente y el proyecto podría no construirse, lo cual es el fin último del proceso de diseño: ver cristalizadas las ideas físicamente.

El ejercicio del arquitecto paisajista no se limita solo a diseñar, proyectar, construir, el resultado del proceso del diseño debe ser transmitido a un tercero, ya sea otro arquitecto paisajista, el cliente, el usuario, etcétera.

Aprender a comunicar la idea puede ser la clave del éxito o el fracaso de un proyecto. Por ello, resulta imperioso contar con las herramientas necesarias para llevarlo a cabo adecuadamente.

Así, la intención de esta tesis no es dar lecciones de dibujo, más bien pretende plantear la mejor manera de transmitir las ideas, proponer posibles opciones y establecer todas las variables a tomar en cuenta cuando de comunicar gráficamente se trate.



LOS 3 LENGUAJES
TRABAJAN EN
EQUIPO PARA
COMUNICAR
UNA IDEA

“La arquitectura es un estado de ánimo, se trata de ideas, la profesión trata de cómo traducir esas ideas al mundo real”

Christopher Janney en Architectural Record (Quintal, 2017)

“La arquitectura es donde la imaginación encuentra vida”

Kazuyo Sejima & Ryue Nishizawa en ceremonia del premio Pritzker (Quintal, 2017)

36

Janney, Sejima y Nishizawa coinciden que la arquitectura trata, en buena parte, de ideas y poder traducirlas de manera tangible. Como se dijo anteriormente, para poder comunicarlas podemos valernos del lenguaje gráfico y verbal. Si se quiere llevar a cabo una correcta comunicación de las ideas es conveniente apoyarnos en distintas disciplinas relacionadas con la arquitectura y la representación gráfica, tales como el diseño, la comunicación visual y gráfica.

Comenzaré hablando del diseño pues es la disciplina que conecta y de la que se desprenden las demás que intervienen en éste proceso.

Intentar explicar lo que es diseño en una sola definición resultaría un acto de gran osadía pues éste término tiene una aplicación global: todo es diseño.

De acuerdo con Gabriel Simón Sol:

“Existen múltiples corrientes y direcciones del diseño que se reflejan al intentar desarrollar un concepto del mismo. Sobre diseño podemos encontrar variadas opiniones de diferentes autores, que nos ofrecen una gama de conceptos bastante amplios (...) Es saludable que así exista porque nace en aras de un pluralismo necesario y justificable”.

(Simón Sol⁶, 2008: 17)



LA ARQUITECTURA
DE PAISAJE ES
MULTIDISCIPLINARIA

⁶ Gabriel Simón Sol. Diseñador industrial, desde 1970 ha diseñado muebles y maquinaria para diversas empresas. Profesor universitario desde 1976. Maestría en Teoría del Diseño en misma UNAM. Profesor universitario en la UNAM, UIA y UAM X. Miembro fundador de CODIGRAM.

Teniendo en mente esto último, a continuación se enuncian algunas definiciones de diseño que son relevantes de acuerdo al enfoque de éste trabajo.

“El diseño es una rama profesional del arte que combina la sensibilidad estética y creativa del artista con el conocimiento científico y la disciplina intelectual del técnico, con un propósito socialmente útil”.

Horacio Durán⁷, 1969
(Simón Sol, 2008: 51)

“Puede decirse que diseñar es ante todo un acto que implica una composición de partes en función de algo. Estas partes pueden ser creadas según función o seleccionadas según la posibilidad existente para esa función. El diseño es inevitablemente en la acción del hombre. Constantemente estructuramos, planeamos”.

Félix Beltrán⁸, 1970
(Simón Sol, 2008: 53)

“El diseño consiste sobre todo en comunicar ideas. De modo que, para que el propio diseño evolucione, los diseñadores tendrán que desempeñar un papel más relevante en la creación del contexto en el que se desempeñan los productos...”

Björn Dahlström⁹, 2003
(Simón Sol, 2008: 173)

⁷ Horacio Durán. Forma parte de los fundadores de la carrera de diseño industrial en 1969. Por ser el fundador e impulsor del diseño en México y maestro por más de 30 años, la UNAM lo nombró en 2000 Profesor Emérito de la Facultad de Arquitectura.

⁸ Felix Beltrán. Diseñador cubano y actualmente ciudadano mexicano. Se diplomó en la School of Visual Arts y en la American Art School, ambas en la ciudad de Nueva York, además de realizar estudios en el Círculo de las Bellas Artes de Madrid. Sus obras han participado en 456 exposiciones colectivas y 67 individuales. Es autor de cinco libros. Entre los reconocimientos a su labor gráfica se encuentran 132 premios y un doctorado Honoris Causa por la International University Foundation de Delaware, EE.UU. Profesor titular de la Universidad Autónoma Metropolitana, conservador de la Galería Artís y del Archivo de Diseño Gráfico Internacional de la propia institución en la ciudad de México. Miembro de honor de la Academia Mexicana de Diseño, del Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos, y de la Asociación de Amigos de la Escuela Nacional de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes, así como del International Trademark Center de Zandhoven, de la Sduzení Bienále de Brno, e integrante de la Alliance Graphique Internationale de París, del American Institute of Graphic Arts de Nueva York, del Art Directors Club y del Type Directors Club de la misma ciudad.

⁹ Diseñador contemporáneo sueco, conocido internacionalmente por sus contribuciones en diseño industrial. En 1982 funda su compañía y se concentra en el trabajo gráfico para empresas. En la actualidad se dedica al desarrollo de varios diseños en el sector industrial, en la fabricación de muebles y juguetes, en la organización de exposiciones y en el ámbito de la gráfica. Designado profesor universitario en la University College of Art Crafts and Design de Estocolmo. Ganador del premio Excellent Swedish Design Award.

"El diseño es el proceso proyectual que transita entre la ingeniería y el arte, la racionalidad y la intuición, en dónde el diseñador cumple un rol facilitador entre la problemática y la solución. El que a través de su conocimiento, experiencia, educación, talento, cultura, background, experiencia e inteligencia emocional, le entrega una impronta única a la solución, en consecuencia el diseñador es el producto".

Julián Naranjo¹⁰, 2008
(Simón Sol, 2008: 227)

"Diseñar es crear, en base a información veraz, una anatomía visual, novedosa y propia, de rápida y similar comprensión por el individuo, por el grupo, logrando una positiva asociación con la empresa, el producto, el servicio, la persona, la idea".

Vicente Larrea¹¹, 1989
(Simón Sol, 2008: 149)

"Diseñar es una disciplina que integra grandes cantidades de conocimientos, aptitudes e intuición(...), es comprender los fundamentos de la forma y la composición, aplicar dichos fundamentos para evocar emociones y simbolizar conceptos de mayor alcance..."

(Samara, 2009: 7)

38

De acuerdo con Dahlström (2003), Larrea (1989) y Beltrán (1970), se puede concluir que:

"El diseño comunica ideas con una forma visual que permite que el mensaje que se quiere enviar sea entendido por el receptor, rápida y correctamente; para ello será importante la composición de las partes en función de su objetivo".

¹⁰ Julián Naranjo. Diseñador gráfico por la Universidad de Chile. Se centró en el negocio de la gráfica y la comunicación visual como director de Naranjo BrandDesign, empresa con la que se dedica a trabajos de identidad corporativa, diseño de envases, señalética y merchandising. Ha obtenido reconocimientos como medallas de oro en el Arts Directors Club de Nueva York, y también algunos otorgados por publicaciones de diseño como Idea Magazine, Communication Arts, Print, AIGA y Graphics. Ha sido docente en la Pontificia Universidad Católica de Chile y actualmente imparte clases en las Universidades Diego Portales, Finis Terrae, Universidad de Chile e Inacap.

¹¹ Vicente Larrea Mangiola estudió en la Escuela de Artes Aplicadas entre 1961 y 1965. A partir de 1963, inició su trabajo gráfico en el Departamento de Extensión Cultural de la Universidad de Chile. En 1967 instaló su primera oficina en el centro de Santiago. Su producción fue un referente para la gráfica chilena de la transición entre las décadas del sesenta y setenta, en un momento de búsqueda de las raíces latinoamericanas.

Nuestra perspectiva del diseño aplica tanto para la representación de las ideas gráficamente como para la propuesta de un arquitecto paisajista ante la necesidad de resolver la habitabilidad del espacio abierto.



LA RESPUESTA
AL PROBLEMA
DE DISEÑO
NUNCA ES SOLO
UNA

El creador del diseño, el diseñador, toma el papel de facilitador entre el problema y la solución (Naranjo, 2008). Sin embargo, su trabajo no es solucionar problemas, sino dar respuestas que se aproximen a la solución. La respuesta al problema no puede ser una sola y absoluta, pues el ser humano tampoco lo es. Las personas, las sociedades evolucionan, se renuevan, emigran, son dinámicas. Si la humanidad cambia al paso del tiempo, entonces la solución deberá comportarse de la misma manera (Frascara, 2000).

El diseñador buscará desarrollar su creatividad gráfica, que es *“la capacidad inteligente de encontrar soluciones correctas a los problemas que plantea la comunicación mediante los medios gráficos”* (Tena, 2005:4).

El diseñador, en este caso el arquitecto paisajista, lo que buscará en esencia será acercarse a la mejor solución posible en un determinado tiempo y espacio.

39

Para la arquitectura de paisaje el diseño también tendrá que ver con la correcta comunicación de las ideas y conceptos que proporcionarán la o las soluciones más próximas para resolver los problemas que se presenten en los espacios abiertos. Es entonces cuando nos damos cuenta que para lograr la adecuada comunicación del proyecto a un tercero, llámese receptor, cliente, usuario u otro paisajista, es preciso valerse de medios tales como el lenguaje gráfico, que será, quizá, el vehículo más importante para que las ideas lleguen al receptor con la mayor potencia y claridad posible.

Para comunicar por medio del lenguaje gráfico es necesario delimitar el término de diseño y dirigirlo a una de sus ramas, el diseño gráfico.

Frascara (2000) define al diseño gráfico como:

“La acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales producidas en general por medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos determinados” (Frascara, 2000: 19).

Samara (2009) complementa lo anterior al decir que:

“El diseño gráfico busca aclarar el mensaje y transformarlo en una experiencia emocional. El diseño del mensaje es en sí mismo un logro. Se trata de un propósito definido por el cliente y manifestado por el diseñador”
(Samara, 2009:6).

Con esto se puede decir que el diseño gráfico buscará comunicar determinados mensajes de la manera más clara y adecuada a su receptor por medio de herramientas gráficas (forma, color, signos, composición, proporciones, etcétera).

Joan Costa ¹²(2012) ve al diseño gráfico como la transmisión de información y de significados, cuya función principal es la comunicación a través del canal visual y lo que tenga que comunicar, lo ha de hacer al ser humano, quien es un ser visual.

“El diseño gráfico hoy es, fundamentalmente, comunicación visual, y así lo será cada vez más en el futuro”.
(Costa, 2012)

40

Es así que la comunicación visual, a través de alguna de sus varias disciplinas (diseño gráfico y comunicación gráfica por mencionar algunas) se vuelven el medio idóneo para transmitir no solo el concepto de un proyecto, sino también todo el proceso de diseño, incluido el de arquitectura de paisaje.



¿QUÉ OTRAS
TRANSFORMACIONES
NOS DEPARA EL
FUTURO?

COMUNICACIÓN VISUAL

Con el fin de comprender con claridad este término debemos ser conscientes que no todos los elementos visuales que consumimos realmente nos están comunicando algo.

Comunicar implica la interacción de dos o más individuos: uno que crea y emite un mensaje y otro que lo recibe, decodifique e interprete (Costa, 2003).

¹² Joan Costa. Comunicólogo, sociólogo, diseñador, investigador y metodólogo español. Autor de más de veinte libros artículos sobre imagen, diseño y comunicación, publicados en diferentes países de Europa y América. Es uno de los fundadores europeos de la “ciencia de la comunicación visual”. Ha incurrido en el terreno de la utilidad pública del diseño y desarrolló áreas de estudio como la señalética, la esquemática y la cientigrafía

Un árbol, por ejemplo, es un estímulo visual, pero no nos comunica, esa no es su intención, el árbol, más bien, significa.

Para Costa(2003: 53) el significado:

“Es la producción relativamente autónoma del individuo ante los estímulos de su entorno sensible, donde los estímulos naturales se mezclan con los artificiales. Todo significa potencialmente para el individuo, incluso lo que no significa, significa que no significa... El significado está potencialmente en los esquemas mentales de los individuos, en su pantalla interna de conocimientos, donde los estímulos del entorno proyectan en ella significados” (Costa, 2003: 53).

Así que no todo comunica, pero si todo significa.

Los significados están presentes en cada cosa que vemos, pero son subjetivos pues cada individuo le adjudica un significado a cada cosa. Sin embargo, en la comunicación visual esos significados están planeados y pensados con anterioridad para un fin específico.

La comunicación visual será entonces este proceso que consiste en transmitir una información desde un emisor hasta un receptor por medio de un mensaje visual. De acuerdo a Munari (2002: 82), el esquema de la comunicación visual se divide en tres elementos básicos: emisor, receptor y mensaje (esquema 04).

41

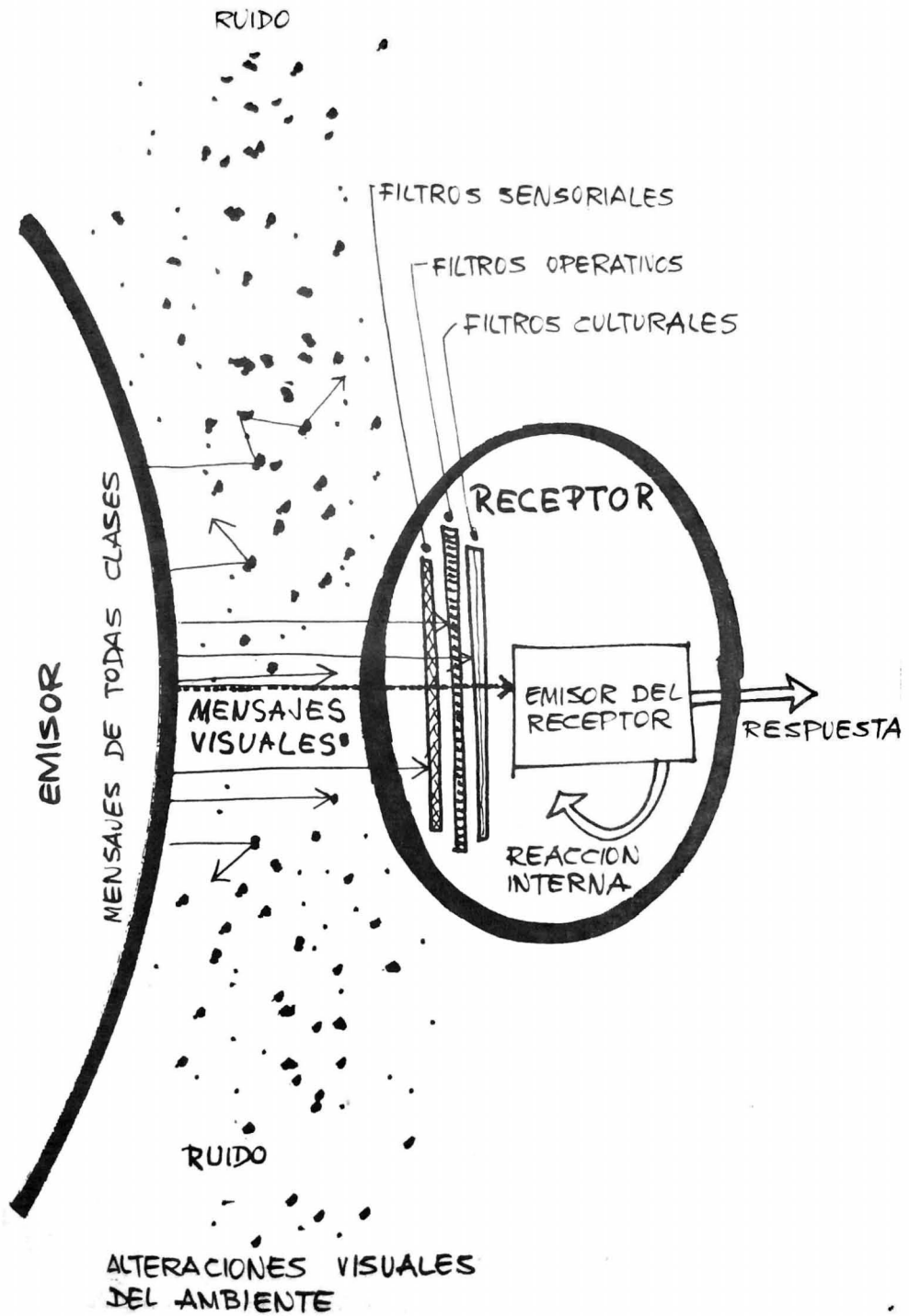
Elementos de la comunicación visual

Emisor

Persona o conjunto de personas que pueden tener distintos intereses, pero que construyen un mensaje. Como arquitectos paisajistas nosotros seremos los emisores que buscaremos hacer llegar el mensaje a nuestro receptor.

“Para asegurar la recepción del mensaje, el emisor ha de utilizar un repertorio de signos menor que el que tiene el receptor o receptores. Por ello resulta primordial que el emisor conozca a su receptor” (Tena,2005: 14).

Esquema 04. Elementos de la comunicación visual



Receptor

Componente de un target o público objetivo al que se le dirige el mensaje hecho por el emisor. La recepción puede ser individual, pero el individuo pertenece a un grupo más amplio que posee características similares que hacen que respondan de la misma manera. Por lo tanto grupos homogéneos responden de manera homogénea y cuanto más heterogéneos sean los receptores, mayor será el esfuerzo del emisor para hacer llegar de manera correcta el mensaje (Tena, 2005: 44).

Para el emisor, llámese diseñador o arquitecto paisajista, la cantidad y variedad de receptores puede desplegarse en un abanico muy amplio de posibilidades. Un arquitecto paisajista se verá en la necesidad de transmitir mensajes a clientes, colegas, usuarios, etcétera.

Ahora bien, suponiendo que el mensaje está bien proyectado, al llegar al receptor se encontrará con otros obstáculos; cada receptor tiene filtros a través de los cuáles ha de pasar el mensaje recibido (Munari, 2002: 84), estos filtros son los siguientes:

Filtro sensorial

Se refiere a los sentidos. Este filtro va a seleccionar los elementos del mensaje que el receptor pueda recibir de acuerdo a sus capacidades sensoriales. Por ejemplo, un daltónico no ve determinados colores y por ello los mensajes basados exclusivamente en el lenguaje cromático se alteran o son anulados (Munari, 2002: 84).

Filtro operativo

Aquí se elegirán los elementos del mensaje que dependen de las características constitucionales del receptor. Por ejemplo, un niño de tres años no va a recibir el mismo mensaje igual que lo recibirá un hombre de cuarenta años (Munari, 2002: 84).

Filtro cultural

Dejará pasar sólo aquellos mensajes que el receptor conoce, es decir, los que forman parte de su universo cultural, por ejemplo: habrá muchos orientales que no reconozcan la música occidental como tal, pues no es parte de sus normas culturales (Munari, 2002: 84).

Ruido

El ruido, como parte de los elementos de la comunicación visual, será todo elemento que provoque una pérdida o distorsión en el contenido o forma del mensaje. (ambigüedad, distancia, mala comprensión, distracción, etcétera)

Mensaje visual

El mensaje será prefabricado y elaborado cuidadosamente antes de ser emitido, donde las ambigüedades y los ruidos visuales han sido meticulosamente evitados o suprimidos por el diseñador -o arquitecto paisajista- a favor de un mensaje nítido, con lo que se pretende asegurar la correcta transmisión del significado global. Los significados que los mensajes transportan han sido elaborados expresamente, e inducidos y comunicados, por medio del diseño. (Costa, 2003:55)

Podemos dividir al mensaje en dos partes:

$$44 \quad \text{Mensaje gráfico} = \begin{array}{c} \text{contenido/ texto base} \\ + \\ \text{contiente/ forma} \end{array}$$

Contenido o texto base: Es la información propiamente dicha, que lleva consigo el mensaje (Munari, 2002: 84). Deberá tener una redacción lo más inteligible posible; frases breves, ideas claras, imágenes nítidas (Tena, 2005: 11).

El contenido de una comunicación es el elemento principal para el receptor. La rapidez con la que la localice indicará el éxito del diseño como vehículo para la comunicación. (Tena, 2005: 11)

Contiente o forma: Es el soporte visual, es decir, el conjunto de los elementos que hacen visible el mensaje, son todas aquellas partes que se toman en consideración y se analizan, para poder utilizarlas con la mayor coherencia respecto a la información, tales como textura, forma, estructura, módulo, movimiento, colores, tipografía, composición gráfica... (Munari, 2002: 84). Tena (2005) nos dice que: *“La integración de los elementos for-*

EL GRAN RETO
ES CÓMO
TRANSMITIR
EL MENSAJE



males mediante el diseño va a crear un mensaje visual que será recibido por los distintos receptores pero que deberán reaccionar de forma muy similar”.

La forma debe reforzar al contenido propio.

Si el receptor está muy interesado, una buena forma no va a dificultar en absoluto la transmisión del contenido. Si el mismo no está nada interesado, puede ser que un buen diseño facilite el acceso al contenido, y por tanto, a su transmisión (Tena, 2005: 12).

Puede decirse que hay dos tipos de emisores: el autor del texto base que genera la información básica a transmitir y el diseñador, quien descompone el contenido en dos partes: una escrita, fundamentada en el contenido y otra visual, fundamentada en el continente o forma (Tena, 2005: 14)

Con lo anterior, deducimos que en nuestra disciplina, el contenido o texto base es el proyecto arquitectónico paisajístico en sí, es decir, el concepto, pues es el que queremos dar a conocer a nuestro receptor (cliente, usuario, otro arquitecto paisajista).

45

El continente o forma será entonces todas las maneras en las que representamos el concepto del proyecto de arquitectura de paisaje. Los proyectos de arquitectura de paisaje pueden ser comunicados de cualquier manera visual, desde un dibujo, una simulación de realidad virtual y hasta donde nos permita la tecnología y la creatividad:

“La comunicación visual avanza paralelamente con la tecnología hacia el futuro, con el conocimiento, con los movimientos sociales interculturales y medioambientales”.
(Costa, 2012)

La comunicación visual puede abarcar soportes visuales impresos y digitales, packaging, entorno y mobiliario, logotipos, instalaciones efímeras, identificación en vehículos, documentos impresos, documentos multimedia, vestuario, puntos de venta, ambientes físicos, todo lo que logre comunicar un mensaje que pueda ser percibido por los ojos será comunicación visual. Dada la amplitud de esta disciplina y tomando en cuenta las necesidades y formas de comunicar en la arquitectura de paisaje se ha

decidido tomar solo los medios gráficos¹³ para transmitir el concepto de un proyecto de arquitectura de paisaje, es decir se aplicará la comunicación gráfica, que es la propuesta de una serie de respuestas que se aproximen a la solución de problemas de diseño a través de los medios gráficos.

COMUNICACIÓN GRÁFICA

El proceso de comunicación gráfica es básicamente el mismo que el de la comunicación visual, con diferencia en que el mensaje se acota en elementos gráficos mayormente en Dos Dimensiones (2D).

El esquema de comunicación visual de Munari (2002:82) nos muestra los elementos a tomar en cuenta para poder crear un mensaje con contenido y continente, sin embargo, no consideró que el emisor también tiene filtros que deberá tomar en cuenta para no fiarse de crear un mensaje que posiblemente solo entienda él.

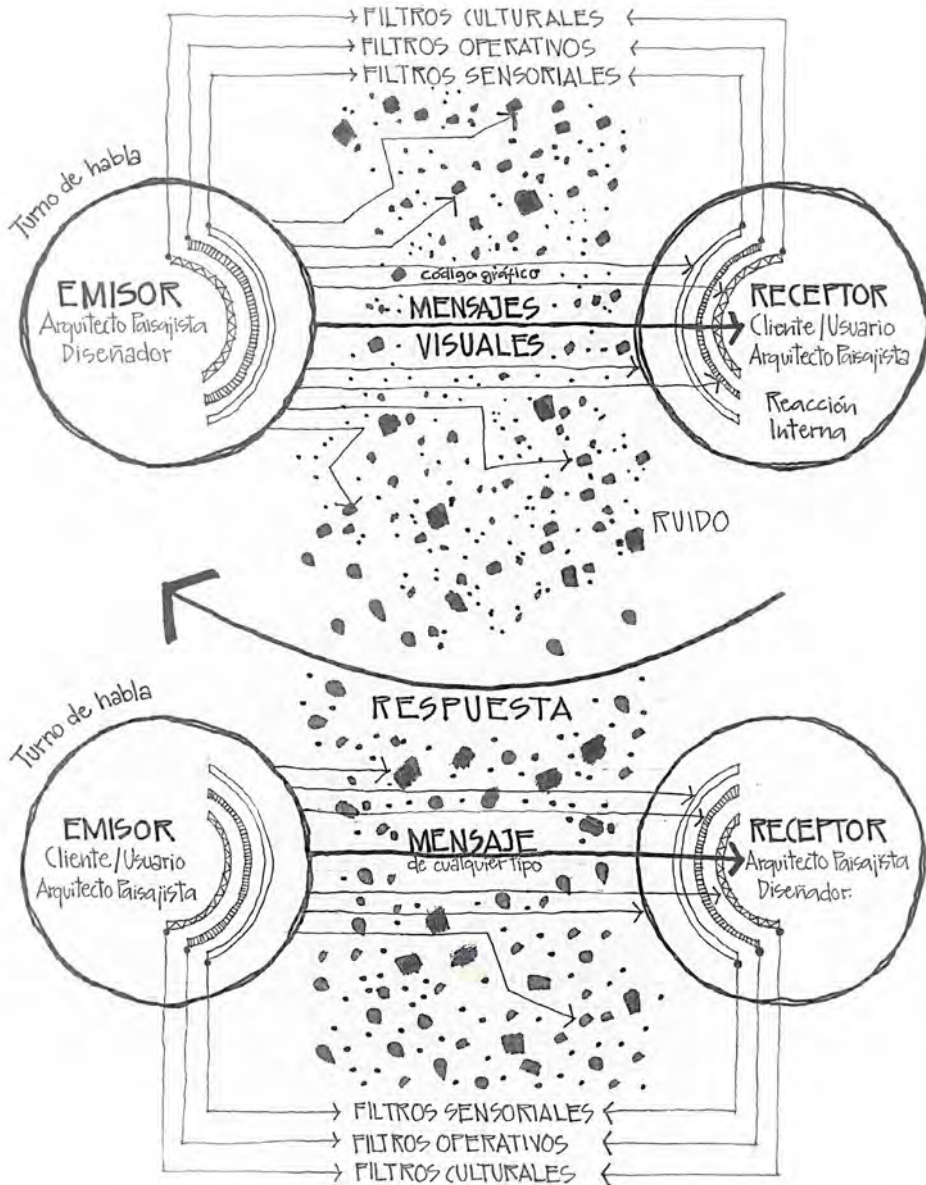
46

Por ello fue necesario repensar este esquema de comunicación y adaptarlo al objetivo de esta tesis desde el punto de vista de la lingüística y la arquitectura de paisaje. Rodríguez Figueroa y Valiñas Coalla (2018) coinciden con todos los elementos del proceso de comunicación que propone Munari (2002: 82) pero agregan que tanto el emisor como el receptor tienen filtros sensoriales, operativos y culturales que se deben tomar con la misma importancia. El emisor deberá hacerse consciente de sus propios filtros para atravesarlos y no correr el riesgo de ser solo él quien entienda el mensaje (ver esquema 05).

Cuando se adapta este esquema de comunicación visual a la dinámica laboral de la arquitectura de paisaje, el emisor será el arquitecto paisajista que diseñará el mensaje gráfico y su receptor será el cliente, un usuario u otro arquitecto paisajista. El emisor será el que tenga siempre el turno de habla, es decir, quien mande el mensaje.

13 Gráfico: Del griego graphos/ graphien: grabar o escribir // Que se representa por medio de signos o dibujos. // Todo tipo de representación visual que incluye figuras y / o signos para comunicar uno o una serie de conceptos. Se trata de una forma de comunicación visual de gran impacto.

Esquema 05. Elementos de la comunicación visual y gráfica

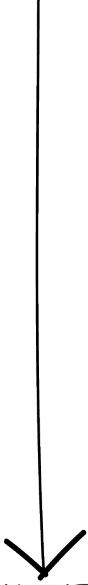


47

Esquema 05. “Elementos de la comunicación visual y gráfica” tomando como base el esquema de Munari (2002), modificado por Rodríguez Figueroa (20018) y Valiñaz Coalla (2018) y elaborado gráficamente por Stephanie Lagunas, autora de esta tesis (2018). Comunicación personal (2018).

Por su parte, el mensaje, el cual para la comunicación gráfica estará formado con un código de hechura gráfico, será unidireccional, pero irá de ida y de regreso; es decir, el emisor enviará el mensaje al receptor, quien después enviará una respuesta, en ese momento el turno de habla cambia y quien era el receptor en primer lugar (cliente, usuario, target, otro diseñador o arquitecto paisajista) se vuelve el emisor y adquiere el turno de habla, dando una respuesta con un mensaje ya sea visual o de cualquier tipo.

Este proceso es clave en el proceso de diseño, en este trabajo se podrá ver esta dinámica de comunicación: el diseñador o arquitecto paisajista entablará comunicación con su receptor: un cliente, usuario u otro colega; el diseñador primero recibirá los mensajes del receptor que después interpretará en un mensaje gráfico con contenido y forma. Durante este proceso de creación del mensaje gráfico, el diseñador seguirá en comunicación con el receptor para poner “a prueba” si su producto gráfico está logrando comunicar lo que se desea. Este mensaje



EVENTUALMENTE
PODREMOS SEGUIR
ABRIENDO NUEVAS
FORMAS DE
COMUNICAR LOS
PROYECTOS

gráfico irá tomando forma conforme vaya dándose este proceso de comunicación. El emisor mandará mensajes a su receptor y si este los recibe exitosamente, el emisor (diseñador) podrá seguir avanzando en la confección y perfeccionamiento del mensaje hasta llegar a un producto gráfico final con elementos que hablen todos sobre el contenido del mensaje, en este caso, el concepto de arquitectura de paisaje.

Al final, tenemos un proyecto de arquitectura de paisaje que tiene como eje rector un concepto y el cual se quiere transmitir a un receptor por medio de un mensaje gráfico. Para ello, el diseñador podrá aplicar un proceso de diseño que le ayude a confeccionar un mensaje gráfico que logre atravesar los filtros de su receptor, llevando así el mensaje que se quiere transmitir lo más íntegro posible y obtener la respuesta esperada.

En esta tesis se busca desarrollar este proceso y se propone un método que sienta las bases para elaborar un mensaje gráfico exitoso.

EL PROCESO DE DISEÑO

- 1 GENERACIÓN & MAPEO DE IDEAS**
¿De dónde viene la idea? ¿cómo se traza?
- 2 EXPLORACIÓN E INVESTIGACIÓN**
¿cómo se va a desarrollar la idea?
- 3 COMUNICACIÓN DE IDEAS**
¿cómo se comunicarán las ideas a los clientes?
- 4 DESARROLLO DE UN LENGUAJE DE DISEÑO**
¿qué elementos van a influir en el diseño?
- 5 COMPRESIÓN DEL MENSAJE**
¿qué elementos se emplean para comunicar?
- 6 GENERACIÓN DE RESPUESTAS**
¿qué aspecto tendrá? ¿qué forma adoptará?
- 7 PRODUCCIÓN DE UN DISEÑO.**
¿cómo se transforma la idea?
- 8 PRUEBAS FINALES**
¿La idea funciona? ¿cómo se evalúa?

gráfico

En libro:

"enfoque & lenguaje"

¿se pueden reducir los pasos?

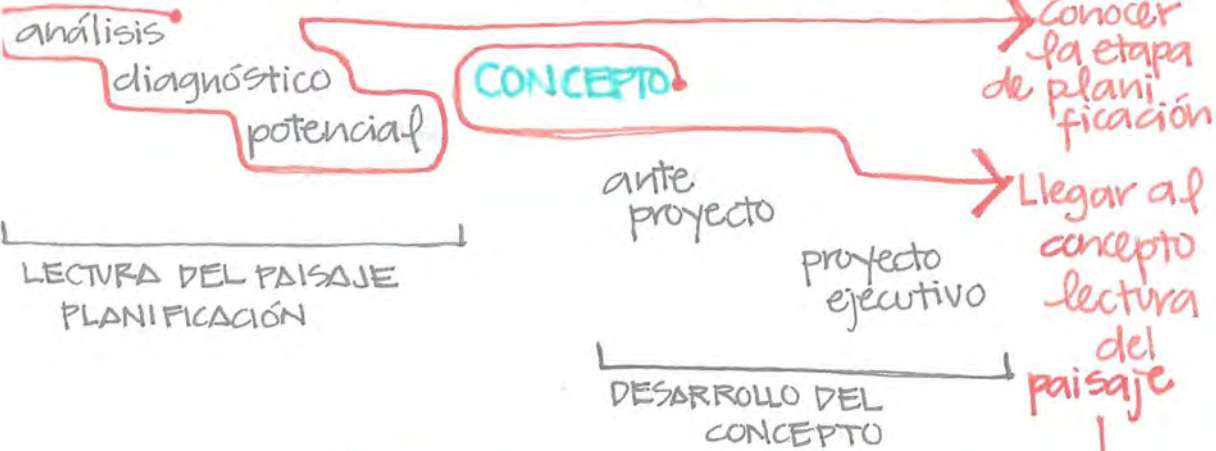
me enfoco en lo gráfico

¿cómo

MARCO ODIOTT

¿Y EN ARQUITECTURA DE PAISAJE?

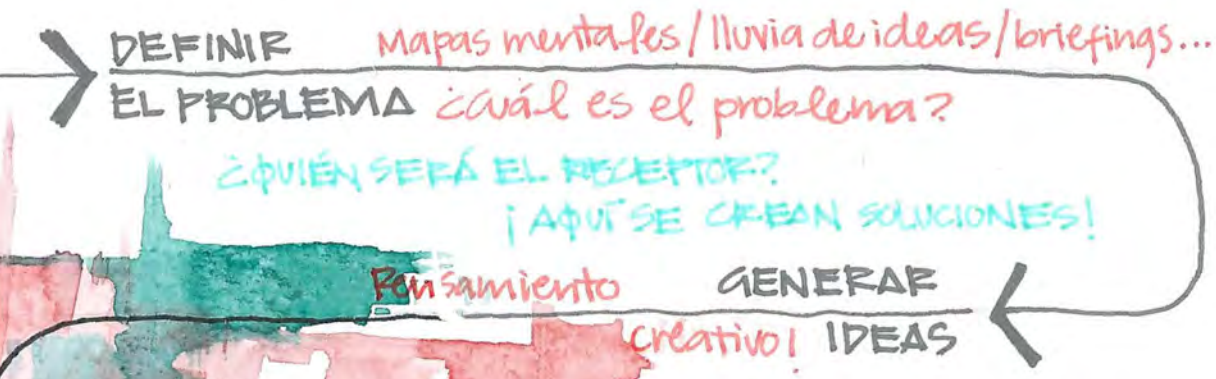
ADPCAPPE



se crea **CONCEPTO!** *Libro "Intuición, acción, creación"*

análisis - diagnóstico **PROCESO DE DISEÑO** para comunicar el concepto

¿cómo comunico? ¡gráficamente!



METODO

Proceso de diseño para la comunicación gráfica del concepto de arquitectura de paisaje

“Lo que la gente dice, lo que la gente hace y lo que la gente dice que hace son cosas completamente diferentes”

-Margot Mead

La comunicación es un proceso complejo donde se ven involucradas muchas variables que ayudarán o dificultarán la correcta transmisión del mensaje. Como hemos visto anteriormente, el proceso de comunicación es un ir y venir entre el emisor y el receptor (mismos que pueden ser un individuo o un conjunto de individuos) Comunicar nuestras ideas puede no ser una tarea fácil, pero es necesario acercarnos lo más posible a la correcta transmisión de las ideas en cualquier ámbito de la vida.

El arquitecto paisajista se enfrenta a este proceso en su mundo laboral todos los días: al hablar con el cliente, usuarios o colegas necesita comunicar sus ideas para obtener la información necesaria que ayude a desarrollar un proyecto paisajístico. En el proceso de diseño necesita comunicar sus propuestas de diseño y llegar a un acuerdo con sus colegas; al interactuar con los trabajadores en la construcción física del proyecto necesita saber expresar tanto de manera oral como gráfica los materiales, detalles constructivos, vegetación que será utilizada en el proyecto, entre otras especificaciones. Todo el tiempo se está comunicando.

53

Hay muchas maneras de comunicar ideas: de manera oral, escrita, gráfica o combinándolas. Esta tesis se enfoca en la comunicación del concepto de proyectos de arquitectura de paisaje de manera gráfica.

El concepto es un elemento clave en el proceso de diseño de arquitectura de paisaje y comunicarlo se vuelve primordial para que el proyecto sea entendido por el target (cliente, usuario, colegas) y pueda posteriormente ser construido, materializado. Le guste o no, el arquitecto paisajista se verá en la necesidad de transmitir dicho concepto a otros, la gran pregunta es ¿cómo hacerlo? Para ello se ha retomado los principios del diseño y la comunicación visual y gráfica.

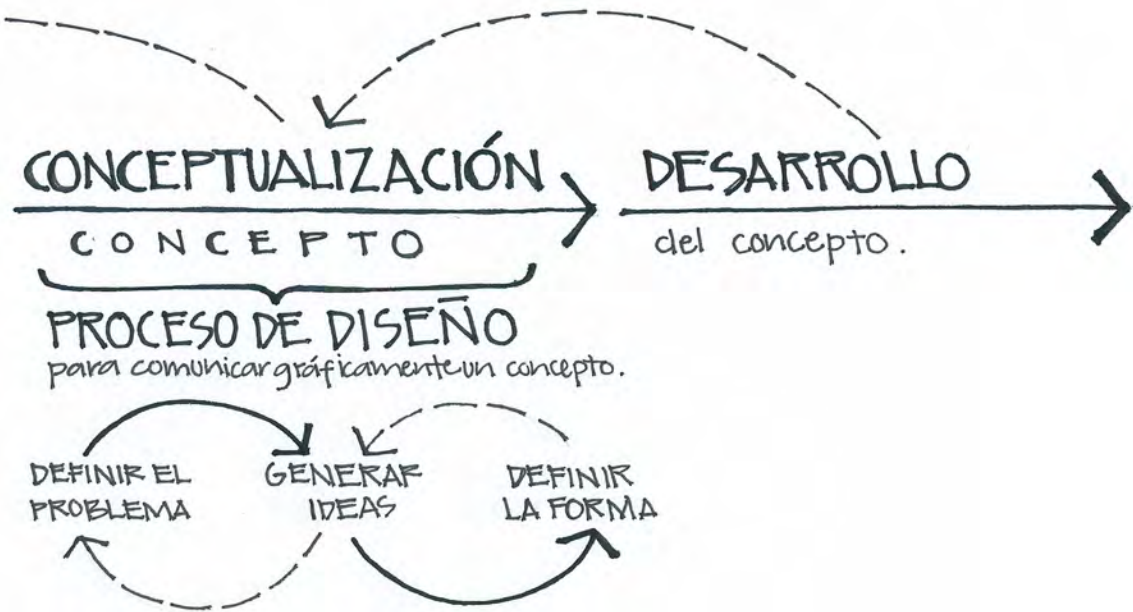
Si se quiere comunicar el concepto hay que ubicarnos dentro del proceso de diseño de un proyecto de arquitectura de paisaje y hacer un zoom en la etapa conceptual (ver Esquema 06)



Dentro de la etapa conceptual se tiene el proceso de la generación del concepto del proyecto de arquitectura de paisaje y la necesidad de comunicarlo a un target determinado.

Para poder comunicar dicho concepto a continuación se propone un método que nos ayude a aproximarnos a entenderlo, conocerlo, desarrollarlo y representarlo adecuadamente.

Este será llamado “*proceso de diseño para la comunicación gráfica de un concepto de arquitectura de paisaje*” (esquema 07), el cual está basado en un proceso de diseño gráfico propuesto por Lupton (2015) y adaptado para resolver un problema de comunicación gráfica en el ámbito de la arquitectura de paisaje: ¿Cómo transmitir gráficamente el concepto?.



Es importante mencionar que este proceso debe verse como una guía y no como una receta. Cada diseñador trabaja diferente y por lo tanto llega a soluciones creativas de diferentes maneras, así que lo que se desarrolla en este trabajo es una serie de métodos y técnicas que ayudan a desarrollar el pensamiento creativo, generar soluciones y aterrizarlas físicamente de manera gráfica, con el cual las ideas puedan pasar del mundo intangible de la mente al mundo físico y más aún, que se transmitan de tal manera que el cliente entienda lo que nosotros como diseñadores queremos decir.

Esquema 06. Proceso de diseño con el zoom de la etapa conceptual.
Elaboración propia.

CONCEPTO

de arquitectura paisaje

Noción de la primera etapa del proceso de diseño de arquitectura de paisaje (planificación-lectura del paisaje).



FORMAS DE EXPLICAR UNA IDEA.

Bocetos
Volcado visual de datos
Asociaciones forzadas
Figuras retóricas
Encontrar de todo en todas partes...

GENERAR IDEAS

idear soluciones y desarrollar conceptos a mayor profundidad.

Las ideas van tomando forma.
Es necesario plasmarlas físicamente.

¿COMUNICA?
¿FUNCIONA?

SI

NO

DEFINIR LA FORMA

El concepto se transforma en objeto físico, realidad.

PROCESO DE DISEÑO PARA DE UN CONCEPTO DE

DEFINIR EL PROBLEMA

¿cuál es el problema?
COMUNICAR EL CONCEPTO

MÉTODOS DE PENSAMIENTO

Lluvia de ideas
Mapas mentales
Entrevistas
Briefing creativo
Investigación campo...

¿COMUNICA?
¿FUNCIONA?

abrirse a múltiples posibilidades.

ir reduciendo las posibilidades a medida que avanzamos.

PRINCIPIOS BÁSICOS DE DISEÑO



TÉCNICAS DE REPRESENTACIÓN

¡SOLUCIÓN GRÁFICA!

Punto, línea y plano
Espacio
Composición
Unidad / Equilibrio
Color / Contraste...

Lapiz / Plumón
Acuarela
Técnicas digitales
Técnicas mixtas...

¿COMUNICA?
¿FUNCIONA?

NO

LA COMUNICACIÓN GRÁFICA ARQUITECTURA DE PAISAJE

Fases del proceso de diseño para la comunicación gráfica del concepto de arquitectura de paisaje.

El "**proceso de diseño** para la comunicación gráfica del concepto de arquitectura de paisaje" se compone básicamente de cuatro fases: "concepto", "definir el problema", "generar ideas y definir la forma"; cada una consta de una serie métodos, principios o técnicas de las que se pueden aplicar una o varias de ellas en cada fase dependiendo el problema de diseño a solucionar. Al final de cada fase se encuentra una bifurcación a manera de diagrama de flujo que plantea la pregunta ¿Comunica?; este paso entre fases permite que nos detengamos por un momento a evaluar el avance del proceso y hacer los ajustes necesarios.

El proceso comienza con la fase “concepto” de arquitectura de paisaje.

CONCEPTO

Hay dos maneras de abordarla y dependerá del papel que tengamos dentro del proyecto de paisaje:

La primera, puede ser que seamos nosotros quienes desarrollamos la etapa de planificación (análisis, diagnóstico, potencial) y que lleguemos a la conceptualización nosotros mismos. En este caso se contaría con la información suficiente para entender el concepto y lo que queremos comunicar de él.

Por el contrario, si nuestra labor comienza a partir de la representación del concepto, es decir, no es la misma persona la que proyecta y representa, entonces se tendrá que llevar a cabo un proceso de investigación donde se obtengan las nociones básicas de la fase de planificación del proceso de diseño de arquitectura de paisaje que siguió el diseñador, este es el caso de esta tesis.

Esto puede lograrse entablando comunicación con el o los individuos que desarrollaron las etapas de análisis, diagnóstico, potencial y conceptualización del proyecto de paisaje. Uno de los métodos para obtener dicha información es la entrevista.

59

Llevar a cabo una entrevista ayuda al diseñador o arquitecto paisajista que se encargará de representar gráficamente el concepto a conectar con los comportamientos y creencias del arquitecto paisajista que se encargó de realizar la etapa de planeación y conceptualización. En la entrevista se busca extraer observaciones e información valiosas acerca del concepto.

“Saber con quién te estás comunicando es una marca tradicional del buen diseño” (Lupton, 2015: 26).

La entrevista como método básico de la investigación de campo por sus características puede ser igualmente usada en la siguiente etapa de “definir el problema”.

Se comienza con la fase “Concepto” pues el punto donde debemos partir es de lo que queremos comunicar, es decir, el concepto. Por lo tanto, es prioridad conocerlo,

explorarlo y entenderlo para poder comenzar a generar ideas que tengan como objetivo comunicar gráficamente el concepto de paisaje.

DEFINIR EL PROBLEMA

Esta fase, junto con la etapa anterior son simultáneas, ya que la información que se obtenga de la investigación sobre cómo se llegó al concepto permitirá encaminarnos adecuadamente a la búsqueda, generación y creación de ideas para representarlo gráficamente.

Por lo general, los proyectos de diseño suelen comenzar por un problema. En este caso nuestro problema va a ser comunicar y representar gráficamente el concepto de arquitectura de paisaje.

Durante el desarrollo de esta fase se irán generando múltiples ideas que serán tomadas en cuenta sin importar lo irreverentes que parezcan y la inspiración podrá venir de todas partes. La filtración de dichas ideas se irá haciendo conforme se avance a la siguiente fase.

Para poder desarrollar el pensamiento creativo se hace uso de diferentes métodos de pensamiento, los cuales ayudan a generar conceptos nucleares.

A continuación se describirán los métodos de pensamiento que se proponen en el libro “Intuición, acción, creación. Graphic Design thinking” (Lupton, 2015) y que pueden ayudar en el comienzo del proceso creativo; estos se han escogido de una lista de métodos por sus características afines a la cuestión de la comunicación del concepto en arquitectura de paisaje.

Lluvia de ideas

También conocida como Brainstorming, término acuñado por el publicista Alex F. Osborn, consiste en atacar un problema desde diferentes posiciones a la vez, bombardeando con preguntas rápidas para encontrar soluciones viables (Lupton, 2015: 16).

Este método normalmente se trabaja de manera grupal y en un ambiente relajado, donde todas las ideas son recibidas sin importar si son factibles o no, aquí no hay lugar a juicios.

Ayuda a definir los problemas y a generar conceptos iniciales al arrancar un proyecto.

NINGUNA IDEA
ES MALA
EN PRINCIPIO



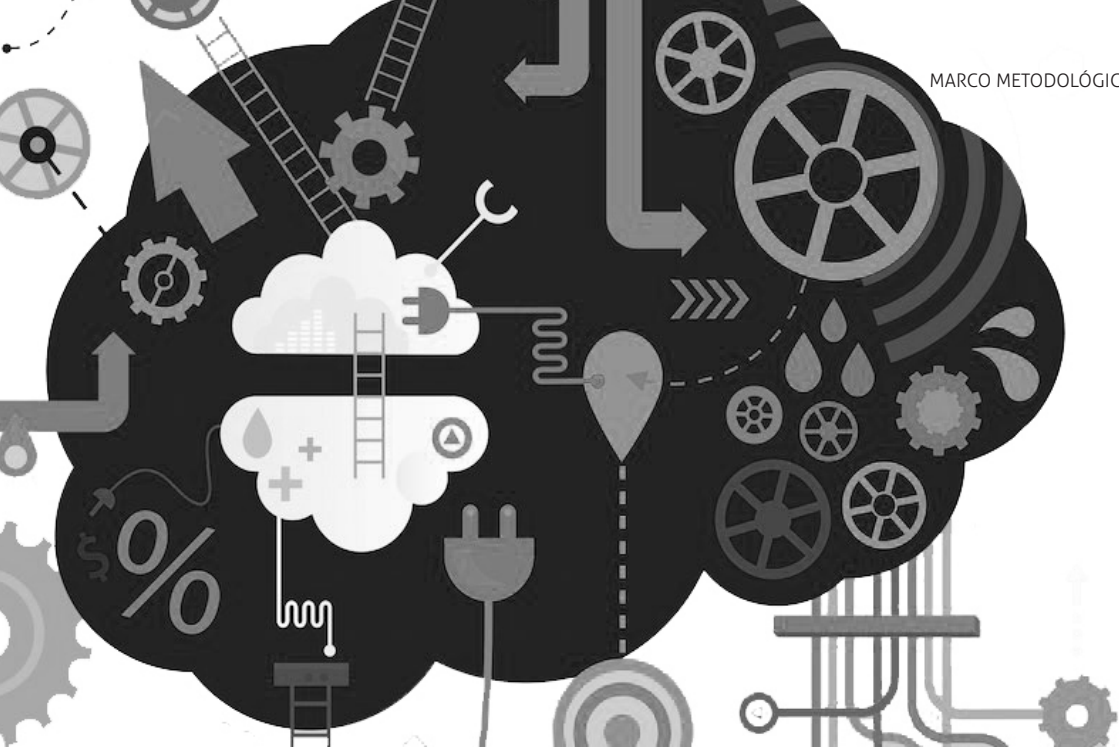


Imagen 01. Lluvia de ideas.

Hansen, B. “7 técnicas para mejorar tus sesiones de intercambio de ideas” en Wrike [En línea]. Disponible en <https://www.wrike.com/es/blog/tecnicas-mejorar-tus-sesiones-de-intercambio-de-ideas/> [Accesado el día 7 de octubre del 2018]

El principal objetivo de la lluvia de ideas es eliminar las barreras habituales del pensamiento y producir la mayor cantidad de ideas de donde se pueda partir y elegir.

61

Este método cuenta con cuatro reglas básicas:

1. **Suspender el juicio.** Sin críticas, todas las ideas son bienvenidas.
2. **Pensar libremente.** Las ideas imposibles o imaginables están bien.
3. **La cantidad es importante.** Cuanto más grande sea el número de ideas, más fácil es escoger entre ellas.
4. **El efecto multiplicador.** Se busca la ideación y sus mejoras (Lupton, 2015: 17).

El resultado de la lluvia de ideas puede plasmarse en listas escritas o en bocetos y diagramas rápidos, como por ejemplo, los mapas mentales.

Mapas mentales

Es una técnica que consiste en una forma de indagación mental que permite a los diseñadores explorar de forma rápida el alcance de un problema, tema o materia determinados (Lupton, 2015: 22).

Desarrollados por Tony Buzan, un popular autor del campo de la psicología, es un método que consiste en

una forma de búsqueda mental, la cual permite explorar rápidamente el alcance de un problema, tema o materia determinados.

Trazar un mapa mental es sencillo y permite hacer uso de todas las capacidades mentales al máximo. Con él se recogen los puntos más importantes de un tema, mientras se conectan gráficamente en un esquema con colores y líneas radiales.

Los objetivos principales de los mapas mentales son:

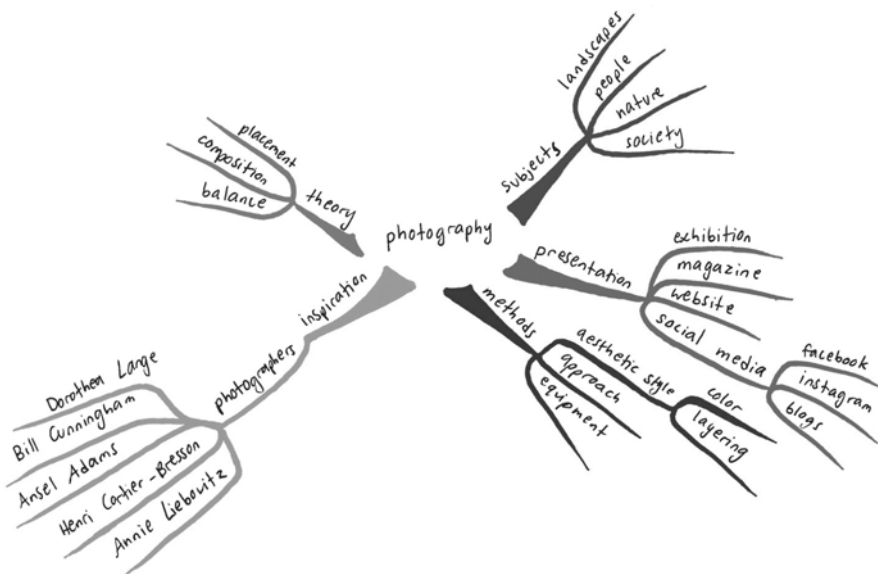
- ▶ Reforzar la información.
- ▶ Proporcionar un reflejo para la forma de pensamiento radial y asociativa.
- ▶ Aprovechar al máximo todas las habilidades cerebrales y sus sinergias.

Las características básicas de un mapa mental son:

- ▶ Imágenes: con ellas se mejora la capacidad de retención de la información.
- ▶ Lenguaje y número: las palabras y los números son excelentes para representar todas las ideas que no alcancen a representar las imágenes.
- ▶ Lógica: a través de la jerarquía, siendo la idea principal, la que se pondrá en el centro del esquema, y de la cual se comenzarán a ramificar las demás ideas secundarias que surjan.
- ▶ Color: potente mecanismo para activar la retención de la información (Tu gimnasia cerebral, 2014)

Esquema 08. Mapa mental.

Lucid Chart. “¿Qué es un mapa mental?”, en Lucidchart [En línea]. Disponible en <https://www.lucidchart.com/pages/es/que-es-un-mapa-mental> [Accesado el día 3 de octubre del 2018]



El brainstorming (tormenta de ideas) y el mapa mental están hechos el uno para el otro.

Investigación

La investigación nos va a ayudar a definir el mejor enfoque para determinado problema de diseño y así lograr una comunicación visual más precisa y la información que se necesita para encontrar respuestas al problema de diseño.

El objetivo de toda investigación es generar reflexiones, pensamientos, ideas y enfoques originales que amplíen los conocimientos sobre un tema específico.

El proceso de investigación consiste en leer, indagar, probar, comparar, encontrar y validar la información encontrada (Ambrose, Aono-Billson, 2011: 38)

La información que se obtenga de este proceso de investigación podría plasmarse de igual forma en esquemas como los mapas mentales o en documentos como los briefings creativos.

Briefing creativo

Es un documento breve (de *brief*: breve) y conciso que se realiza al principio del proceso de diseño y aporta la información necesaria del proyecto y la que puede ayudar a que las ideas se resuelvan de forma óptima.

Los briefings creativos varían mucho entre sí en función del tipo del proyecto que se esté trabajando. El ámbito más común donde se manejan estos documentos es en empresas de mercadeo y tienen una serie de puntos relacionados a información de empresas y ventas. Sin embargo, con el enfoque correcto, un briefing creativo también puede ser de gran ayuda para comunicar el concepto de paisaje.

A continuación se mencionan los puntos de un briefing que aplican para los fines de esta tesis.

1. **Descripción del proyecto.** En este caso, la investigación previa del concepto de paisaje, breve reseña de la etapa de planificación (análisis, diagnóstico, potencial del proyecto de arquitectura de paisaje)
2. **Objetivo.** En este caso: comunicar y representar gráficamente el concepto de arquitectura de paisaje.

3. **Target (público objetivo).** Saber a quién le hablamos. Conocer su perfil social, psicológico, económico del cliente, usuario y/o colega.
4. **Mensajes clave.** El concepto.
5. **Entregables.** Cuáles serán los productos gráficos a entregar: láminas, dibujos, esquemas, etcétera.

Este documento nos puede ayudar a organizar la información para su mejor análisis y consulta.

Antes de dar paso a la siguiente etapa, lo primero que debemos hacer es preguntarnos si nuestro problema está bien planteado y si el proceso de investigación arrojó la información suficiente para poder comenzar a desarrollar a profundidad el proceso creativo. Si la información no ha sido suficiente se puede volver a consultar al cliente o ampliar a investigación del proyecto.

GENERAR IDEAS

64

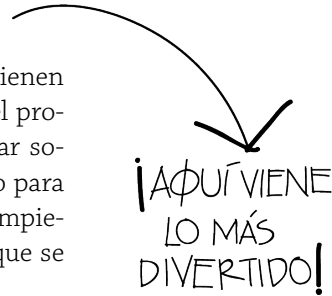
Las fases de “definir la forma” y “generar ideas” tienen una gran relación entre sí: en la fase de “definir el problema” comienzan a surgir ideas creativas para dar soluciones al problema, es decir, se prepara el campo para dar el salto a la fase de “generar ideas”, donde se empiezan a desarrollar y depurar las ideas y conceptos que se venían trabajando.

A medida que avanzamos en el proceso las ideas van tomando forma y con ello aumenta la necesidad de plasmarlos físicamente.

“El pensamiento no sólo tiene lugar en el cerebro. Toma cuerpo a medida que unas ideas huidizas se convierten en objetos tangibles: palabras, bocetos, prototipos o propuestas” (Lupton, 2015: 15).

Aquí vamos a explorar formas de generar variaciones a partir de un solo concepto, es decir, vamos a ver que hay diferentes métodos para generar ideas, desarrollarlas a profundidad y comunicarlas.

Antes de iniciar a desarrollar una solución en específico para el problema planteado, el diseñador tiene que abrirse a múltiples posibilidades que al avanzar en el proceso



se vayan reduciendo y quedando así las más adecuadas. Las “formas de explicar y desplegar una idea” que se proponen en esta tesis son: “encontrar de todo en todas partes”, “volcado visual de datos”, “asociaciones forzadas”, “figuras retóricas” y “bocetos”.

Comenzaremos por explorar el boceto, el cual puede ser un método en sí mismo y a la vez ser una herramienta para representar ideas generadas mediante otros métodos de desarrollo de ideas.

Es importante mencionar que los métodos de pensamiento vistos en la fase de “definir el problema” como lo son la lluvia de ideas, los mapas mentales o la investigación son muy versátiles y pueden ser usados de igual manera para generar ideas.

Bocetos

Los bocetos desempeñan un papel crucial en el desarrollo de las ideas y los conceptos ya que son un excelente medio para explorar y desarrollar las ideas.

Un boceto puede ser no más que un mero esbozo para representar una idea y con el que se pueden analizar problemas visuales rápidamente y desarrollar un concepto antes de comprometer el resultado final, evitando gastar tiempo y energía en desarrollar una solución en concreto que puede o no ser la definitiva.

Pueden ser vistos como un proceso de prueba y error con el que poco a poco se distinguen y elijan las ideas adecuadas y vayan tomando forma.

En arquitectura de paisaje los bocetos son una herramienta muy usada y útil para ir desarrollando proyectos, pues permiten comunicar las ideas a nuestro target, a despegar el pensamiento creativo y llevar un registro de las propuestas de diseño.

Una manera de usar los bocetos es el volcado visual de datos que se explica a continuación.

Volcado visual de datos

Esta técnica es como la lluvia de ideas, pero trasladada a un medio visual por medio de bocetos e imágenes.

Se comienza haciendo bocetos con un propósito definido. Una vez delimitado un tema o los parámetros bási-

NO SON GAFABATOS, ¡SON IDEAS!



cos del proyecto, se fija una cantidad de bocetos y un tiempo determinado. Se trata de abordar un concepto desde diferentes perspectivas, aquí no importa si el boceto se ve bien o no, si no que comunique y que permita ayudarnos a encontrar una solución al problema de diseño (Lupton, 2015: 62).

Una herramienta que ayuda a enriquecer el volcado visual de datos es la creación de hojas o tabloneros con referencias visuales que resuman la investigación realizada en imágenes.

Los diseñadores pueden hacer sus propios libros de recortes y colecciones de recuerdos formados por fotografías, folletos, etiquetas, boletos, entre otros, mismas que apoyan la generación de ideas a través la imagen en sí y de sus cualidades (Ambrose, Aono-Billson, 2011: 38)

Lo importante es mantener la mente abierta a cualquier posibilidad. Este es el principio de otra de las formas para desplegar ideas: las asociaciones forzadas.

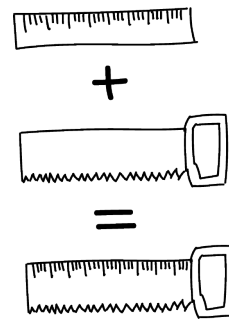
66

Asociaciones forzadas

Las asociaciones forzadas, también conocidas como relaciones forzadas, son un método creativo desarrollado por Charles S. Whiting en 1958.

Su principio básico es el de combinar lo conocido con lo desconocido para crear una nueva situación. Se trata de relacionar un problema, en este caso, un problema de diseño con elementos elegidos al azar para encontrar nuevas ideas que ayuden a la solución de dicho problema (Lupton, 2015: 68).

Las asociaciones poco probables pueden llegar a sorprendernos gratamente.



Encontrar de todo en todas partes

“Las ideas pueden proceder de cualquier parte, pero nada surge de la nada” (Lupton, 2015: 78).

Un diseñador debe saber buscar inspiración en todas partes. Al salir de la zona de confort, del sitio conocido, se puede encontrar de todo en todas partes, combinar elementos alocados para crear nuevos conceptos estimula el proceso creativo.



Esta técnica está relacionada con la investigación visual, se trata de poner atención en cualquier cosa, por muy poca relación que parezca tener con nuestro ámbito, por ejemplo, en los movimientos de una bailarina, las texturas de la ropa, el heavy metal, etcétera, incluso, encontrar de todo en todas partes puede compararse con las asociaciones forzadas.

Figuras retóricas

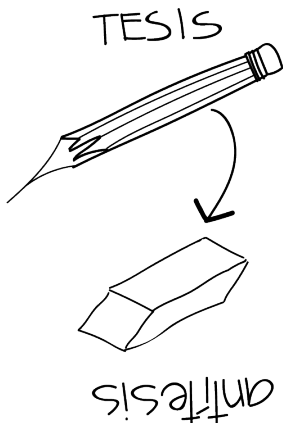
Las figuras retóricas suelen expresar ideas mediante la evocación de una imagen mental. Dichas imágenes pueden ayudar a los lectores a recordar el mensaje transmitido al iluminar los elementos familiares.

Del mismo modo que los escritores emplean las figuras del discurso para expresar ideas mediante un uso no común del lenguaje, el diseñador puede aplicar las mismas técnicas en su proceso creativo para conseguir un uso inesperado de imágenes y palabras (Lupton, 2015: 84). Este tipo de ejercicios impulsa a los diseñadores a pensar en un problema de manera conceptual, en vez de tirarse directamente por la solución literal (Lupton, 2015: 84).

Como podemos ver, la generación de ideas está lejos de ser un proceso difícil, aburrido o engorroso. Por el contrario, resulta ser una etapa en la que para encontrar ideas geniales, es necesario divertirse, soltarse el cabello y dejarse llevar por la imaginación. Esto no significa que debamos olvidarnos que tenemos un objetivo que cumplir, dar una posible solución al problema y poderlo transmitir al target. Por ello considero necesario ser organizados y estar enfocados al mismo tiempo en que nos la pasamos bien.

Al final de la fase es prudente volver a formular las preguntas ¿Nuestras ideas funcionan? ¿logran comunicar lo que quiero dar a conocer? en caso de no ser así se puede volver a atrás a revisar de nuevo las ideas plasmadas en el papel, repensarlas o incluso volverse a cuestionar sobre el planteamiento del problema.

Si hemos logrado encontrar ideas que respondan positivamente a las preguntas planteadas, podemos estar listos para seguir avanzando con el desarrollo de ellas; lo siguiente debe ser entonces volver reales dichas ideas, hacerlas tangibles, darles forma.



DEFINIR LA FORMA

“Una idea cobra vida a medida que se hace tangible”

(Lupton, 2015: 113)

Todas las fases de este proceso de diseño se encuentran relacionadas entre sí, pero unas lo están mucho más con otras.

Definir la forma es la transformación del concepto que se encuentra en la mente a un objeto físico en 2D, de convertirlo en realidad. Es el desarrollo y afinación de las ideas más prometedoras que surgieron en las fases anteriores.

Para definir la forma nos valdremos de los principios básicos de diseño y las técnicas de representación. Combinados estos dos elementos entre sí forman una infinita gama de posibilidades entre las que elegir, pero esta elección se hará en función de la adecuada comunicación del concepto.

68

A continuación vamos a explorar y explicar los principios básicos de diseño más relevantes y las técnicas de representación que se usarán en la tesis. Al tratarse de una guía, se pondrán los que son más usados en los proyectos de arquitectura de paisaje.

Principios básicos de diseño

Lo primero a mencionar serán los principios básicos de diseño, mismos que al aplicarse en una página, un terreno físico, un lienzo, crearán la base del vocabulario de diseño para comunicar el mensaje correctamente.

Punto, línea y plano

“El punto, la línea y el plano son los ladrillos del diseño” (Lupton, Cole, 2016: 78)

Un punto marca una posición en el espacio. Una serie de puntos forma una línea y un conjunto de puntos y/o líneas darán paso a una textura, una forma o un plano.

La línea entonces será un conjunto infinito de puntos. Desde el punto de vista gráfico, las líneas pueden tener distinto grosor, pero al alcanzar cierto grosor se convierte en un plano.

Un plano será entonces, una línea con anchura, una línea que al cerrarse se convertirá en una forma.

Para los arquitectos paisajistas, el punto, la línea y el plano serán los elementos que se traducirán en algo espacial dentro de un papel, es decir, punto y línea se combinarán entre sí para dar paso a formas que representarán en un plano, volúmenes de tres dimensiones.

“Las proyecciones axonométricas representan el volumen sin que los elementos se pierdan en el espacio. Los arquitectos emplean las proyecciones axonométricas con frecuencia a fin de mantener una escala constante en toda la página.” (Lupton, Cole, 2016: 97)

Espacio

Es el lugar, la base donde se formará el mensaje con ayuda de los principios básicos de diseño. Este mismo estará delimitado por bordes que definirán el área de actividad.

“El espacio es el contexto dentro del cual existen los elementos de un diseño, este contexto es establecido por el borde”

(Ambrose, Aono-Billson, 2011: 124)

Espacio en blanco

Otro concepto fundamental relacionado al espacio es el espacio en blanco, que se define como aquel que está alrededor o entre todos los elementos de un diseño (imágenes, texto, etcétera). Si se usa correctamente, el espacio en blanco mejora la estructura y la forma dentro de una composición.

“El espacio en blanco es el pulmón de una composición. No se incluye por motivos estéticos, sino físicos”

Derek Birdsall

ESTE ESPACIO
TAMBIÉN ES
PARTE DEL
DISEÑO

Imagen 02. Espacio. Principios de diseño. Bray, C. (2014) The principles of design by Efil Turk. En People of print. [En línea]. Disponible en <https://www.peopleofprint.com/solo-artist/the-principles-of-design-by-efil-turk/> [Accesado el día 2 de octubre del 2018].



70

Composición

“Se trata de poner orden en lo que inicialmente parece caótico, de filtrar la información visual, de simplificar lo que se ve y destilarlo todo en un único encuadre coherente”. (Carrol, 2017: 9)

“Componer debe abarcar la tarea de disponer en el espacio-formato varios signos, según una idea directriz, para obtener un resultado estético que provoque el efecto deseado y una lectura fácil y agradable” (Fabris, 1973: 15)

La composición se trata de juntar varios elementos para formar un solo conjunto armónico, equilibrado y coherente entre todas las partes de ese conjunto. Siempre va a buscar la correcta comunicación de una o varias ideas. Para lograr que la comunicación de las ideas lleguen de manera eficaz, la composición se vale de varios principios básicos de diseño, que en algunas ocasiones también son llamados leyes de composición.



Imagen 03. Unidad. Principios de diseño. Bray, C. (2014) The principles of design by Efil Turk. En People of print. [En línea]. Disponible en <https://www.peopleofprint.com/solo-artist/the-principles-of-design-by-efil-turk/> [Accesado el día 2 de octubre del 2018].

Aquí se manejarán estas leyes simplemente como los principios básicos de diseño que tienen mayor relación con la composición, es decir, todos ellos en conjunto ayudan a cumplir con el objetivo de comunicar las ideas y que lleguen no solo de manera fácil y rápida, si no también armoniosa y coherente.

Unidad

Es la completa armonía entre lenguaje y signo, contenido y forma. Aquí se busca evitar la distribución casual de los elementos, la confusión y la disolución de la forma.

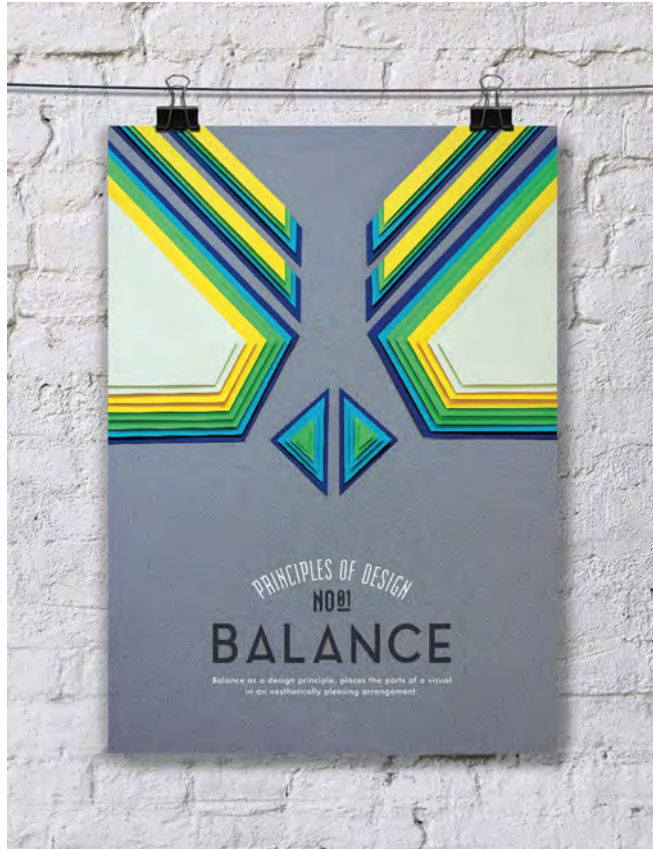
La unidad, el equilibrio y el ritmo van muy juntos de la mano, uno existe gracias al otro.

Escala

La escala desde un punto de vista objetivo, tiene que ver con la relación literal entre un objeto físico, real, con su representación.

Por otro lado, la escala subjetiva se refiere a la impresión

Imagen 04. Equilibrio. Principios de diseño. Bray, C. (2014) The principles of design by Efil Turk. En People of print. [En línea]. Disponible en <https://www.peopleofprint.com/solo-artist/the-principles-of-design-by-efil-turk/> [Accesado el día 2 de octubre del 2018].



72

que provoca una determinada cosa sobre un individuo.

“Una imagen o una representación carecen de escala cuando no poseen lazos que las conecten con la experiencia real y les confieran identidad física. Cuando los elementos de un diseño son de tamaño similar, este tiende a resultar monótono y estático, falto de contrastes de escala”. (Lupton, Cole, 2016: 110)

La escala también ayuda a enfatizar la jerarquía, generar profundidades y movimiento.

Equilibrio

“El equilibrio visual surge cuando el peso de uno o más elementos se distribuye de manera uniforme o proporcional en el espacio.” (Lupton, Cole, 2016: 117)

De acuerdo a Lupton y Cole, los diseñadores se valen del contraste entre tamaños, texturas, colores y formas para



Imagen 05. Ritmo. Principios de diseño. Bray, C. (2014) The principles of design by Efil Turk. En People of print. [En línea]. Disponible en <https://www.peopleofprint.com/solo-artist/the-principles-of-design-by-efil-turk/> [Accesado el día 2 de octubre del 2018].

acentuar o compensar el peso de un objeto, logrando así el equilibrio de todas las partes. Dos de los medios para lograr equilibrio es la simetría y la asimetría, pues generan una sensación de estabilidad entre las partes.

Ritmo

Es la sucesión y repetición de los valores visuales (imágenes, texto, vacíos, color, etcétera.).

Dentro del ritmo también es preciso, además de mantener una secuencia de elementos, incluir variaciones dentro de la misma sucesión para no perder el factor sorpresa dentro de la composición y que siga vivo el interés del receptor.

Repetición y variación deben usarse de manera lógica y coherente.

Entre más variada sea la composición, mayor interés generará.

El equilibrio y el ritmo se unen a favor de la generación de diseños llenos de estabilidad y con un factor sorpresa.

Imagen 06. Contraste. Principios de diseño. Bray, C. (2014) The principles of design by Efil Turk. En People of print. [En línea]. Disponible en <https://www.peopleofprint.com/solo-artist/the-principles-of-design-by-efil-turk/> [Accesado el día 2 de octubre del 2018].



74

Contraste

Se trata de generar zonas de distinta presencia o cualidad; las áreas que contrastan entre sí ayudan a diseñar una composición bien resuelta y dinámica (Samara 2009:71)

“El término contraste también es aplicable a la cualidad resultante de las diferencias en las relaciones entre las formas y los espacios que interactúan dentro de un formato”
(Samara 2009:71)

El contraste se puede crear de distintas maneras: claridad frente a oscuridad, curva frente a ángulo, dinámico frente a estático, contrastes entre colores, espacio positivo frente a espacio negativo, etcétera.

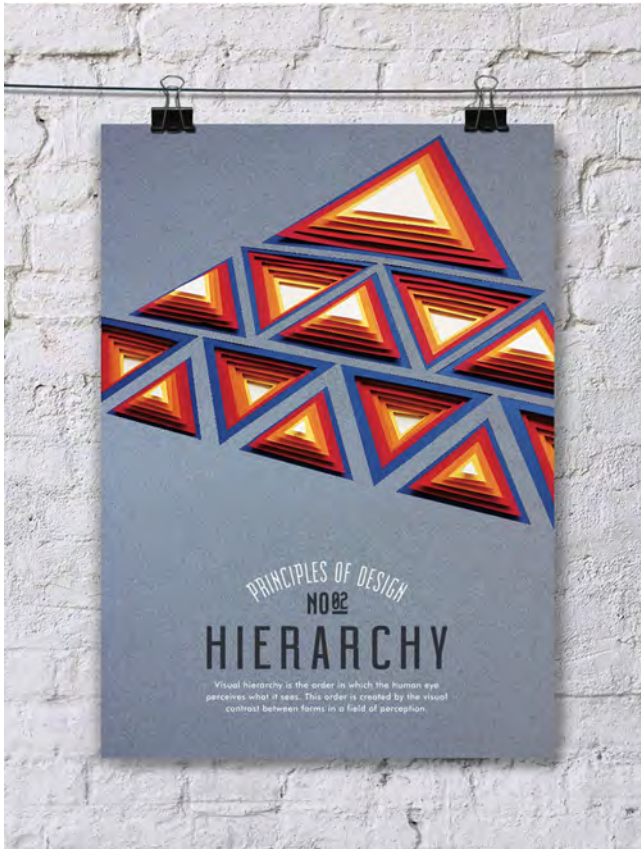


Imagen 07. Jerarquía. Principios de diseño. Bray, C. (2014) The principles of design by Efil Turk. En People of print. [En línea]. Disponible en <https://www.peopleofprint.com/solo-artist/the-principles-of-design-by-efil-turk/> [Accesado el día 2 de octubre del 2018].

75

Jerarquía

La jerarquía es otro de los principios que ayudan a que una composición transmita el mensaje. Sin ella, la comunicación gráfica se vuelve aburrida, monótona y difícil de leer.

La jerarquía busca expresar el grado de importancia de cada elemento de la composición. Pueden crearse jerarquías por grupos, características comunes, por color. La jerarquía debe ayudar al lector a encontrar la información que más importa más rápido y al mismo tiempo mostrar el orden de relevancia de todos los elementos.

Color

“Todos los colores son amigos de sus vecinos y amantes de sus opuestos” Marc Chagall
(Lupton, Cole, 2016: 188)

El color es otro elemento de diseño que influye fuertemente en la comunicación del mensaje gráfico. Busca ayudar al receptor o target a recibir dicho mensaje, mas no confundirlo.

El color puede hacer que resalten o desaparezcan los elementos; transmitir un estado de ánimo o codificar la información.

El significado del color es subjetivo, pues puede variar dependiendo del contexto y la cultura en la que el diseñador esté inmerso.

Para comprender el color se mencionará de manera general los fundamentos básicos de la teoría del color.

Teoría del color

El color puede ser de suma importancia para obtener equilibrio en una composición, transmitir significados, ayudar a captar la atención del espectador (receptor, target), pero ¿Qué es el color? Bueno, esa respuesta aún no está del todo clara.

Se tiene por un lado a la ciencia que dice que el color lo crean longitudes de onda de luz variables que, al reflejarse en una superficie, las interpretamos como color. El color concreto que percibe el espectador está determinado por el grado en que una superficie es capaz de reflejar la luz y de producir rayos de diferentes longitudes (Sherin 2013: 10).

Pero el reflejo y la absorción de las ondas de luz y los colores que se emplean para pintar son cosas muy diferentes. Cuando mezclas muchas pinturas de distintos colores la mezcla se oscurece hasta llegar casi al negro; en cambio, cuando mezclas luz de color, todos los colores del espectro se acabarán uniendo para crear una luz blanca, es decir, se producen los fenómenos contrarios entre colores de luz y los colores sólidos (Scheinberger 2015: 49)

“La clave para entender y saber usar los colores no radica tanto en conocer su estructura o como llegan a nuestro mundo sino en entender cómo los percibimos y qué significan para nosotros. La teoría siempre será teórica, pero la práctica es multicolor”. (Scheinberger 2015: 49)

Por lo tanto, lo que se estudiará acerca del color no será su origen sino sus características, la percepción que se

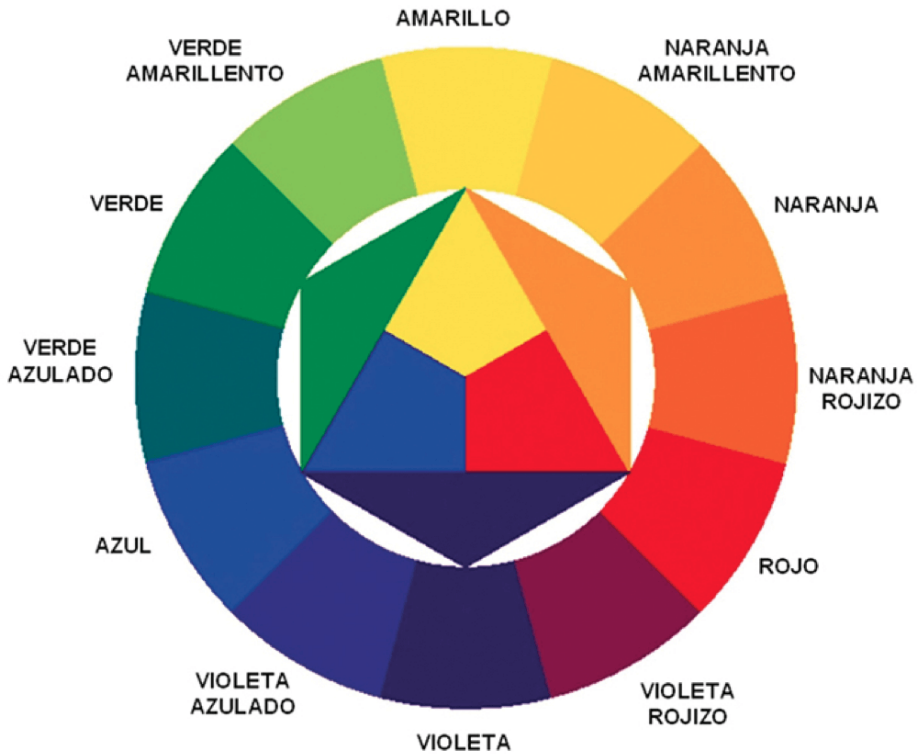


Imagen 08. Rueda de colores o círculo cromático de Johannes Itten (Sherin 2013: 22)

tiene de los colores y las distintas formas en que lo podemos aplicar para lograr comunicar las ideas que se desean transmitir a nuestro receptor.

Organizar los colores facilita el trabajo y la rueda de color o círculo cromático es de gran ayuda porque proporciona un sistema simple y fácil de entender que permite derivar los contrastes y las armonías de color.

La rueda de color más útil para este propósito es la diseñada por Johannes Itten (Scheinberger 2015: 51), quien fue pintor, diseñador, escritor y profesor de la Bauhaus; es esta rueda de color la que se usará como base para explicar las relaciones que hay entre los colores.

Los colores se clasifican en función de su situación en el círculo cromático y cómo reaccionan unos con otros. Conocer las agrupaciones de colores más habituales permite elegir combinaciones que ofrecen resultados visuales armónicos.



Imagen 09. Rueda de colores (Lupton, Cole, 2016: 192)

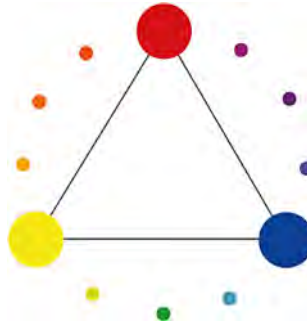


Imagen 10. Colores primarios (Lupton, Cole, 2016: 193)

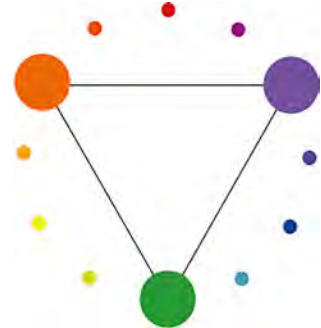


Imagen 11. Colores secundarios (Lupton, Cole, 2016: 194)

Primarios

Son los colores puros, no se obtienen mezclando otros colores. Son el azul, el rojo y el amarillo (Lupton, Cole, 2016:193).

Secundarios

Surgen de mezclar dos colores primarios, los tres colores secundarios resultantes de dichas combinaciones son el naranja, violeta y verde (Lupton, Cole, 2016: 194).

78



Imagen 12. Colores terciarios (Lupton, Cole, 2016: 195)

Terciarios

Se obtienen mezclando un color primario y uno secundario (Lupton, Cole, 2016: 195).

Por ejemplo, el amarillo verdoso es el resultado de la combinación entre el amarillo y el verde.

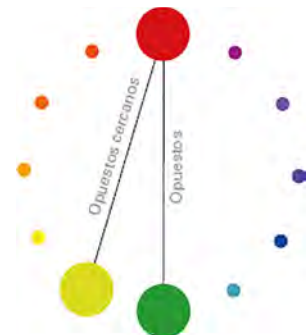


Imagen 13. Colores complementarios (Lupton, Cole, 2016: 196)

Complementarios

Aquellos que se encuentran del lado opuesto del círculo cromático. Son un grupo de dos o tres colores que ayudan a conseguir combinaciones sutiles para un diseño (Lupton, Cole, 2016: 196).

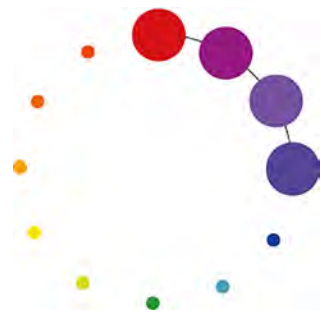


Imagen 14. Colores análogos (Lupton, Cole, 2016: 197)

Análogos

Son los colores que se encuentran juntos en el círculo cromático y que presentan mínimas diferencias cromáticas (Lupton, Cole, 2016: 197).

Aspectos del color

"Todo color puede ser descrito con relación a un rango de atributos, tales como temperatura, valor, saturación, etcétera. El conocimiento de estas características permiten elegir y combinar mejor los colores".

(Lupton, Cole, 2016: 198)

Temperatura del color

Se refiere a la medición o potencia en grados Kelvin y se entiende como la diferencia entre tonos cálidos y fríos. Una temperatura de color baja significa que la luz es más cálida y una temperatura de color alta significa tonos más fríos (Sherin 2013: 12).

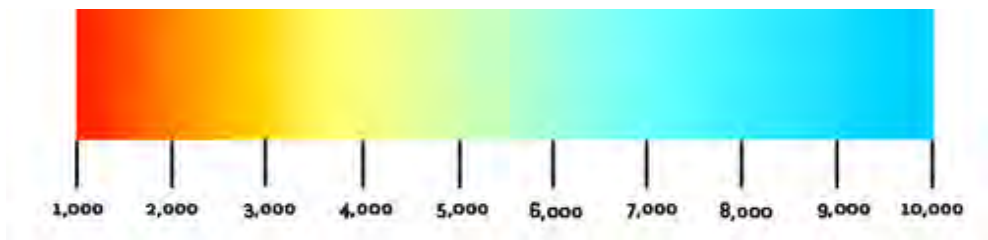


Imagen 15. Escala de temperaturas de color en grados Kelvin.

Foto Nostra, "Cambiar la temperatura de color en Picasa" en Foto Nostra [En línea]. Disponible en <https://www.fotonostra.com/tutoriales/tempcolorpicasa.htm> [Accesado el 3 de octubre del 2018]

Valor

Es la luminosidad u oscuridad relativa de un color; ayuda a crear énfasis y jerarquía visual en una composición. El valor se obtiene añadiendo blanco o negro a la mezcla; añadiendo blanco el tono tiende a la luminosidad mientras que con el negro se vuelve oscuro.



Imagen 16. Color y Valor.

Wormhole (2017) "Teoría del color" en Wormhole [En línea]. Disponible en <https://www.wormholeit.com/es/novedades/776-mejorar-cursos-online-teoria-color> [Accesado el día 3 de octubre del 2018].

El valor es una de las mejores maneras de obtener contraste en un diseño pues entre más grande sea la diferencia de valor entre los elementos de una composición, más contraste parecerá haber (Sherin 2013: 14).

Saturación

La saturación es cuando un color se vuelve más fuerte, más viva y brillante. Que un color parezca saturado depende de los colores que tiene a su lado. Normalmente los colores intensos logran mayor impacto visual (Sherin 2013: 12).

La saturación también se entiende como la cantidad de gris que contiene un color: entre más gris contenga, será más neutro y por lo tanto menos saturado.



diferencia de saturación o pureza

Armonías de color

La armonía depende de una combinación agradable o desagradable de colores con respecto a una composición en su conjunto. Las combinaciones armoniosas pueden estar formadas por colores de intensidad similar o tener tonos que contrasten entre sí (Sherin 2013: 26).

Investigadores han hecho experimentos donde una persona mira fijamente un color y al alejar rápidamente la mirada lo que ve es el color complementario del primero. Esto quiere decir que el ojo siempre está buscando simetría o equilibrio, lo cual se produce cuando un color se combina con su opuesto (Sherin 2013: 26).

Esta teoría se puede usar en favor de crear armonía con mayor exactitud dentro de una composición.

Existen muchos métodos para generar armonías de color; algunos como los generadores de color pueden funcionar mejor para productos gráficos digitales y se forman de manera automatizada. A continuación se mencionarán distintas formas básicas para generar combinaciones armónicas de color en base al círculo cromático:

Armonías análogas

Están formadas por un color determinado más dos adyacentes que están de lado en la rueda de colores. Son combinaciones armónicas ya que reflejan longitudes de onda de luz similares.

Imagen 17. Saturación. Proyectacolor, “Propiedades de los colores” en Proyectacolor [En línea]. Disponible en <https://proyectacolor.cl/teoria-de-los-colores/propiedades-de-los-colores/> [Accesado el 3 de octubre del 2018]

Imagen 18. Combinaciones análogas:
 Rojo + violeta rojizo+ naranja rojizo, por otro lado, verde azulado+ verde+ verde amarillento.
 Elaboración propia, basado en el contenido del libro “Elementos del diseño, fundamentos del color” (Sherin 2013: 22) .



Armonías en triada

Se forman por tres colores que se encuentran a una distancia equidistante en la rueda de colores. Si tomamos, por ejemplo, el naranja rojizo, sus dos colores equidistantes serían el verde amarillento y el violeta azulado.

81

Imagen 19. Combinaciones en triada. Elaboración propia, basado en el contenido del libro “Elementos del diseño, fundamentos del color” (Sherin 2013: 22)



Combinaciones en tétrada

Están formadas por cuatro colores que constituyen grupos de complementos o complementos divididos.

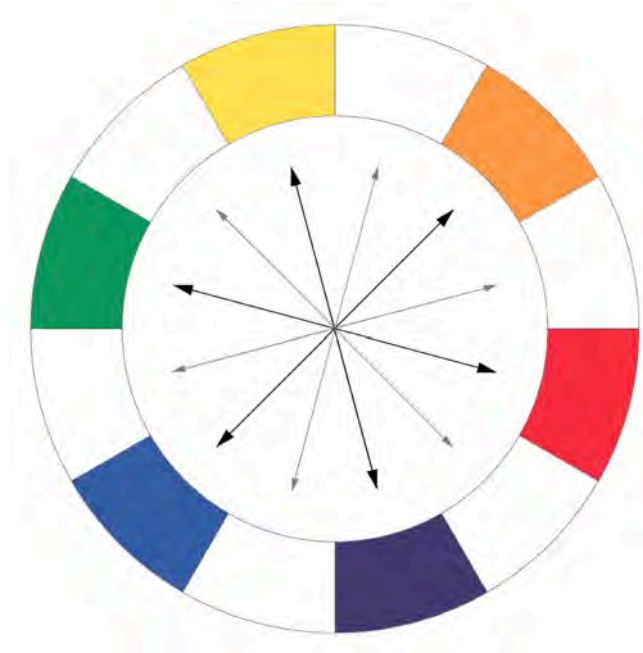


Imagen 20. Combinaciones en tétrada. Elaboración propia, basado en el contenido del libro “Elementos del diseño, fundamentos del color” (Sherin 2013: 22)

Los efectos de los colores

Un campo de estudio del color que es importante mencionar es la psicología del color, el cual analiza cómo el ser humano percibe y se comporta ante determinados colores, así como las emociones que suscitan en él dichos tonos.

Hay ciertos aspectos subjetivos en la psicología del color, por lo que no hay que olvidar que pueden existir ciertas variaciones en la interpretación y el significado entre culturas (Cultura Inquieta, 2016)

El simbolismo de los colores es un territorio ciertamente ambiguo y que, en ocasiones, no es del todo aceptado en el campo científico. El color tiene muchas lecturas dependiendo del contexto del que se trate. (Cultura Inquieta, 2016)

Si se toma un color al azar del círculo cromático, por ejemplo, al amarillo, y se busca su significado se le puede asociar por un lado con la felicidad, la alegría y el optimismo y por el otro, con los celos, la envidia, el egoísmo e incluso algunas enfermedades.

“¿Por qué algunos colores pueden evocar sentimientos radicalmente opuestos al mismo tiempo?

La respuesta se encuentra en los demás colores de la composición. Los colores pueden tener sus propios efectos, pero los colores que los rodean también influyen sobremanera en cómo los percibimos.

Nuestro cerebro no está “programado” para percibir los colores de manera aislada, ya que estos no se dan prácticamente nunca aislados en la naturaleza, sino que siempre se presentan en relaciones complejas.

Dependiendo del contexto, un tono puede sugerir asociaciones positivas o negativas.

Cuando los colores se desvinculan y separan de otros, se convierten en un lienzo en blanco para nuestros pensamientos y pueden provocarnos cualquier sentimiento. Si los colores están entretejidos con tonos e imágenes, conllevan asociaciones.”

(Scheinberger 2015: 60)

Por lo tanto, un color adquiere un determinado significado cuando se combina con uno o más colores, entonces será el diseñador quien decida qué significado va a adquirir la combinación de colores dentro de su composición. Para esto, el diseñador podrá tomar en cuenta diferentes variables que le van dando distintos significados al color, como la cultura, las emociones de las personas, el hemisferio terrestre donde se encuentre tanto el diseñador como el receptor, el objetivo del proyecto, es decir, qué es lo que se requiere transmitir, etcétera.

De nuevo, lo primero que se debe tener presente al elegir una paleta de color en una composición es que esta elección ayude a comunicar de la mejor manera lo que se quiere transmitir, que el color, junto con los otros principios de diseño, logre que el mensaje que se quiere enviar atraviese los filtros del receptor y llegue lo más íntegro posible, obteniendo así la respuesta esperada.

Una vez tocados los principios básicos de diseño, es momento de preguntarse con qué herramientas y técnicas se llevará a cabo la composición.

EL COLOR ES
UNA CUESTIÓN
CULTURAL





Técnicas de representación

Herramientas de representación. Elaboración propia. 84

En la carrera de arquitectura de paisaje de la Facultad de Arquitectura de la UNAM el uso de las técnicas de representación a mano son lo primero que se enseña. Conforme se avanza en la carrera se van incorporando técnicas con programas digitales de diseño que en combinación con las técnicas manuales de representación ayudan a generar distintos efectos. Pero desde un punto de vista personal, para aprender a dibujar en la computadora es indispensable saber dibujar a mano alzada, pues existe una conexión entre el cerebro

y la mano que permiten entender y reflexionar sobre lo que se dibuja. A continuación se explicarán las principales técnicas de representación que se usan no solo en la carrera de Arquitectura de Paisaje, sino también en otras disciplinas del diseño y el arte. Son técnicas básicas y bien conocidas pero no por ello son inferiores, por el contrario, estas técnicas son la base para poder soltar la mano.

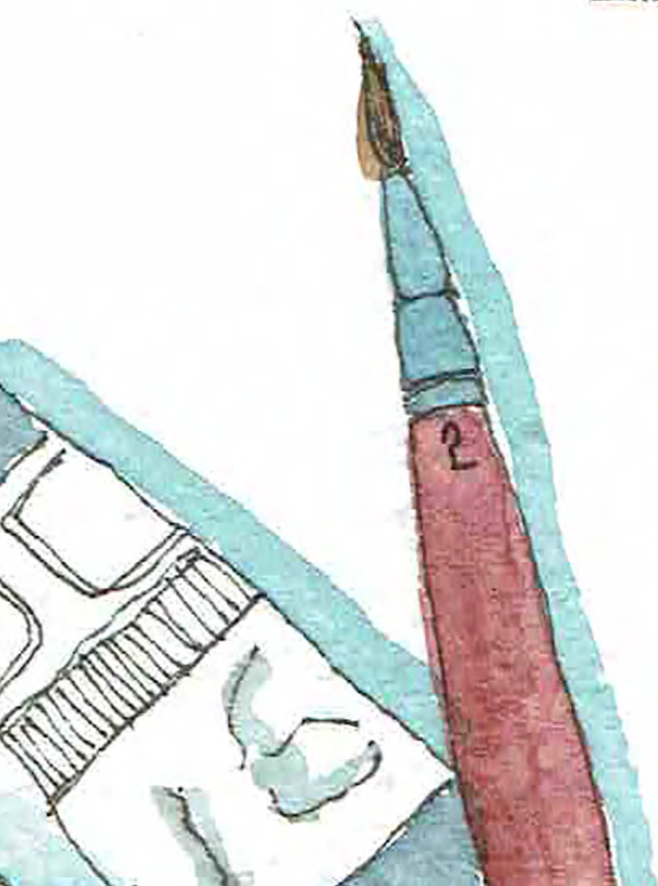
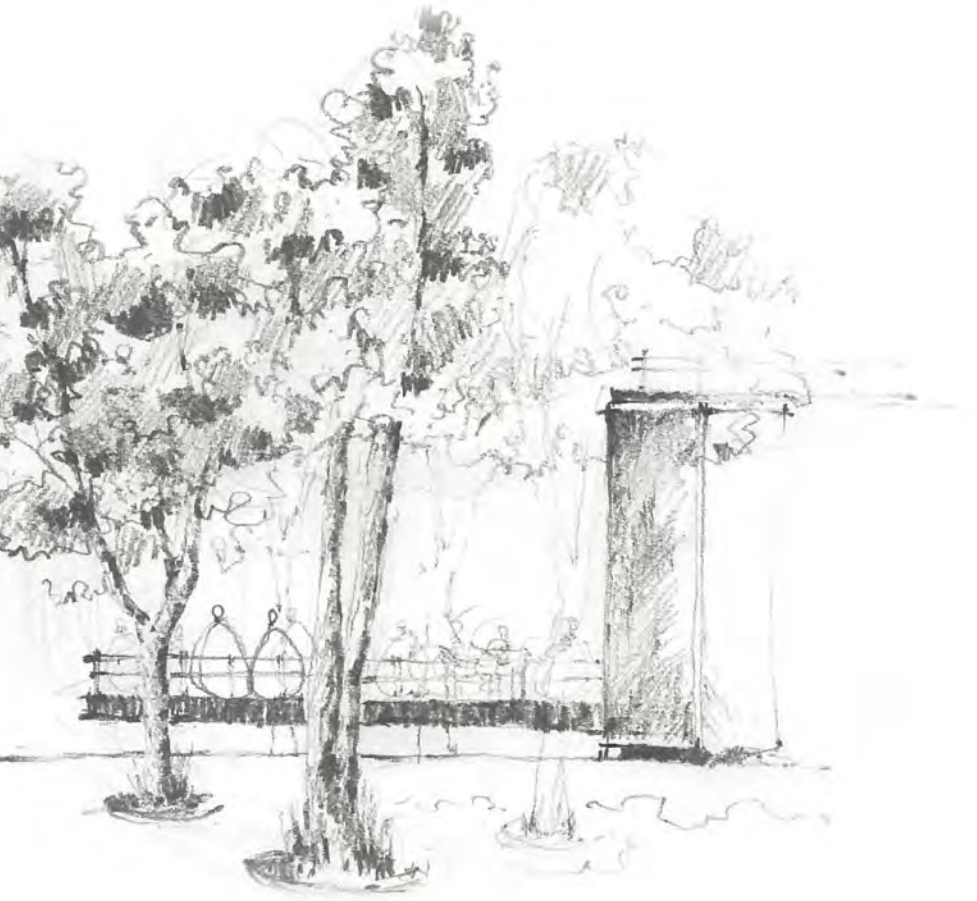




Imagen 21. Bosquete de árboles. Técnica: lápiz sobre sketch color crema. Elaboración propia.

Lápiz

Se puede hablar del lápiz como herramienta y como técnica. Como herramienta, el lápiz está hecho de grafito, un carbono natural que, como el carbón, se crea por la presión de la tierra sobre la madera en estado de descomposición de los bosques en época prehistórica. Entre más arcilla en la mezcla con grafito, más duro será el lápiz (Smith 2003:63). La mina de grafito con la que se realiza el dibujo es básicamente la misma en todos ellos. Una gama de fino a grueso desde 0,3 mm a 12mm y los diferentes grados de dureza de 7H a 8B permiten realizar una amplia serie de manipulaciones y técnicas (Smith 2003:65) La base para dibujar a lápiz más habitual es el papel blanco o color crema, aunque también pueden utilizarse otros papeles de colores claros. Algunos artistas realizan sus dibujos preparatorios a lápiz antes de pintar sobre tableros o lienzos con otras técnicas.



87

Técnicas de línea a lápiz

Cuando se habla del lápiz como técnica, el rasgo en la calidad de línea diferencia al lápiz de otros medios como la tinta, que tiene una mayor uniformidad tonal. El lápiz permite al diseñador jugar con distintos tonos en un dibujo realizado solo a base de líneas, intensificándolas en el punto en que coinciden dos tonos de contraste y suavizándolas donde los tonos sean similares (Smith 2003:66)

En el dibujo anterior (imagen 22) se puede observar el cambio de la calidad de línea con tan solo ir apretando y soltando la fuerza que se ejerce en el lápiz. Con ello se puede lograr un cambio de texturas, contrastes y formas. La elección del lápiz es importante para determinar la calidad de la línea. En dibujos donde se desea trabajar de forma muy discreta e inmediata, es recomendable utilizar un lápiz afilado duro o medio (H, HB, o B).

Imagen 22. Cafetería de la Facultad de Medicina de la UNAM. Técnica: lápiz sobre bond. Elaboración propia.

Imagen 23. (abajo)
Palacio de bellas artes.
Técnica: lápices de colores
sobre bond. Elaboración
propia.

Por el contrario, un lápiz de la gama blanda (de 3B o 7B) produce una línea más profunda, densa y aterciopelada. Cualquiera que sea el lápiz, la línea puede variar mucho de tono y ofrece una calidez y un atractivo difíciles de encontrar en otros medios (Smith 2003:67).

Lápices de colores

Otra herramienta muy útil, fácil de usar y obtener son los lápices de colores. Se fabrican de forma muy similar a la de los lápices de grafito, con la diferencia de que estos no se calientan en un horno para

no destruir el pigmento. La mezcla está formada de un pigmento, un relleno y un material aglutinante (Smith 2003: 73)
Con los lápices de colores se puede obtener efectos muy diferentes. Ellos dejan una malla de pequeñas hendiduras blancas que el pigmento no ha cubierto. Esta malla actúa como una especie de “suavizador” global, especialmente en las zonas de tonos medios claros (Smith 2003: 73).

Los colores no se mezclan antes de aplicar sobre el soporte, sino que se combinan de forma óptica sobre el mismo cuando se sombrea en diagonal aplicados unos junto a otros o superpuestos unos sobre otros por medio del sombreado cruzado (Smith 2003: 74)





Imagen 24. Experimentaciones. Técnica: rotuladores sobre bond. Elaboración propia.

Pluma y tinta

Las características básicas de la pluma y la tinta siguen siendo las mismas desde siempre.

La marca de la pluma es una línea directa e inequívoca que, una vez establecida, queda fija y permanente. Se trata de una técnica de “una vez por todas” en la cual sólo hay un posible intento para dar vida a la línea de la pluma y que refleja directamente la actitud del artista ante su obra, ya sea confiada o dubitativa, nerviosa o fluida (Smith 2003:103).

Es por la naturaleza permanente que tiene la tinta

por la cual normalmente se comienza a dibujar con lápiz, pues da cierta confianza al saber que el trazo puede ser corregido. Sin embargo, la tinta o la pluma también pueden ser usadas en borradores a sabiendas que cada trazo realizado quedará en evidencia.

Dependiendo de la punta y la tinta de una pluma, ésta producirá un cierto tipo de marca.

Cada día hay más tipos de bolígrafos, clasificados según el ancho de la línea que produzcan y su flujo de tinta (Smith 2003:103).

Plumón

Los plumones, también llamados rotuladores, tienen un funcionamiento muy sencillo: la punta que dibuja o escribe consiste en un material muy absorbente que se impregna de tinta y luego se va depositando sobre el papel (Meilhamer 1988:7).

El término correcto para este instrumento es “rotulador de mecha” y engloba todos los tipos de punta de escribir que utilicen este principio de funcionamiento (Meilhamer, 1988:7).

Los plumones, al igual que las plumas, son muy versátiles ya que pueden venir en presentaciones con distintas puntas, colores y tipos de tinta, dependiendo el efecto que se quiera lograr será el rotulador que se vaya a usar.

En la carrera de Arquitectura de paisaje (Facultad de Arquitectura UNAM), el plumón más usado es el de la marca “Chartpak”, hecho con una fórmula a base de xileno, el cual produce colores altamente mezclables y luminiscen-

tes que se combinan con precisión. Son conocidos por su fuerte olor y alta capacidad de su tinta.

Este plumón logra diferentes efectos dependiendo del papel sobre el que se use. Hay papeles que se “chupan” la tinta, tales como el bond, en cambio, sobre papel vegetal pareciera que la tinta corre libremente. La gran ventaja de este tipo de plumones es su increíble facilidad de combinarse los tonos, para ello es necesario un papel que no absorba la tinta y la mantenga fresca por unos segundos.

Otra característica del chartpak es la punta, la

cual permite que al golpearla sobre el papel salga una mancha de tinta, con ello se logran diferentes texturas y saturación de color. El efecto de estos plumones puede llegar a parecerse mucho a la acuarela, todo depende de la técnica.





91

En la siguiente planta arquitectónica (Imagen 25) se puede observar el uso del chartpak, en donde la punta del plumón fue golpeado para crear gotas de tinta en las frondas de los árboles, mientras que para

el pasto, los pavimentos y el agua el plumón se usó tirando líneas con distintos tonos para lograr esa combinación de colores.

Imagen 25. Planta arquitectónica. Técnica: trazo a lápiz y Chartpak sobre vellum trapo. Elaboración propia.

Acuarela

“La acuarela no es simplemente una técnica: es casi una actitud. La acuarela hace lo que quiere. En cierto modo, es obstinada y anárquica. Por ello, para mí el secreto de usar acuarelas para pintar cuadros reside en establecer un equilibrio entre el controlar y el dejarse llevar”

(Scheinberger 2015:7)

Pintar con acuarela puede ser un medio rápido e inmediato, sin embargo, es necesario dedicarle tiempo al perfeccionamiento de la técnica.

Las acuarelas están hechas a partir de pigmentos (sustancias molidas orgánicas e inorgánicas) que se mezclan con un aglutinante para hacer pintura. A principios del siglo XIX, los químicos W. Winsor y H. Newton fueron los primeros en añadir glicerina a la mezcla para que las pinturas mantuviesen una consistencia húmeda al guardarlas en las cajas de pintura (Scheinberger 2015:12).

Se puede hablar de tantos aspectos de la acuarela que podría hacerse un libro solo de ella, razón por la cual solo se mencionarán algunas de las técnicas que se usan comúnmente en la representación arquitectónica y paisajística.

Glaseado

Ya que las acuarelas son translúcidas, detrás de cada capa de pintura se puede percibir tanto el blanco del papel como todas las capas de color que se van poniendo una sobre otra y van creando tonos cada vez más oscuros (Scheinberger 2015:32).

Cuando se pintan capas del mismo color una sobre otra, estas se van oscureciendo; en cambio, cuando se emplean colores distintos, estos se afectan unos a otros y se mezclan creando tonos nuevos (Scheinberger 2015:32).

Lavada o aguada

La pintura muy diluida se rige por la casualidad.

“Lo que a primera vista puede parecer una fea mancha de pintura, es en realidad una preciosa característica de la acuarela. Cuando se acumula mucho agua en una zona y mucha pintura en otra, se crea una transición cromática difuminada y sutil de la que te puedes beneficiar” (Scheinberger 2015: 36)



NADA COMO
DIBUJAR EN
EL SITIO



Cuando se aplica la técnica de lavado se gana profundidad al entremezclar los tonos.

Dentro de una acuarela se pueden combinar sin ningún problema estas dos técnicas para lograr diferentes texturas que ayuden a representar mejor los elementos de la composición.

En la imagen 26 (página anterior) se aplican estas dos técnicas; por un lado se usa el glaseado en los muros para dar la sensación de desvanecimiento y se agregan capas de color una sobre otra para hacer los cambios de luz y sombra. Para la fronda del árbol y el cielo se aplicó la técnica de lavado que logra la textura de las nubes y las hojas de los árboles.

Imagen 27. (página siguiente) Divisare(2013) Mir_architettura, francesca da canal. En Divisare. [En línea]. Disponible en: <https://divisare.com/projects/233304-mir-architettura-Francesca-Da-Canal-Riqualificazione-urbana-centro-storico-via-Roma-Medolla> [Accesado el día 3 de diciembre del 2018]

Técnicas digitales

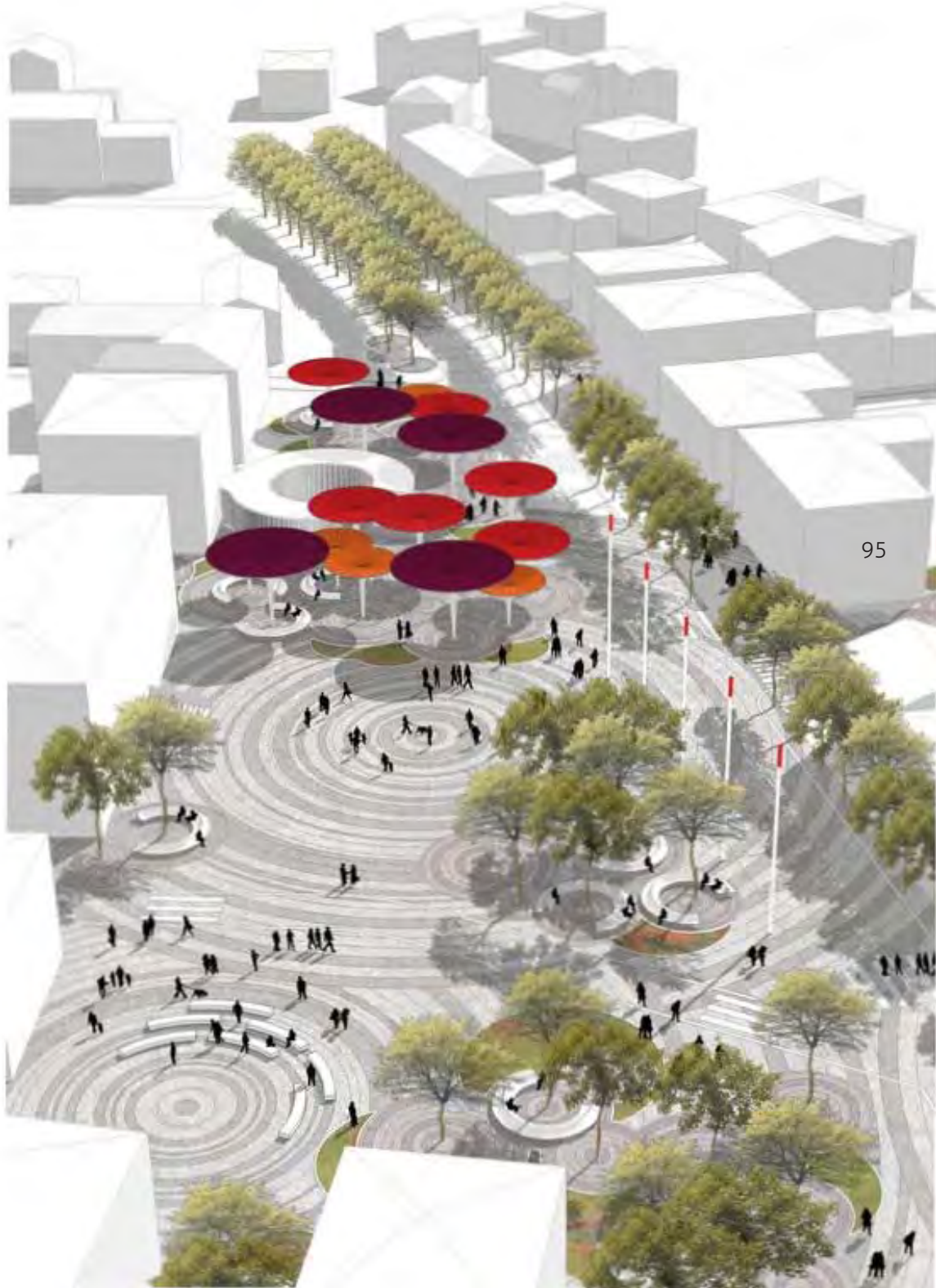
Actualmente existen programas de dibujo que permiten lograr efectos muy parecidos a los de cualquier técnica a mano e incluso otro tipo de efectos.

Dependiendo del tipo de dibujo que se necesite realizar será el programa de diseño que convenga usar.

Autocad es un programa de la paquetería de autodesk que en arquitectura se usa para dibujar planos lineales; sus herramientas integradas permiten la precisión de dichos planos y la posibilidad de trasladarlos a otros programas para manipularlos.

De igual manera, programas como Photoshop, In Design, Illustrator, son programas de la paquetería de adobe, cada uno con una gran cantidad de herramientas que permiten trabajar distintos formatos. El objetivo de Photoshop es manipular imágenes y dibujar con una cantidad impresionante de herramientas. Illustrator por su parte es un editor de vectores gráficos e In Design se usa principalmente para la composición digital de páginas. Estos programas usados conjuntamente logran gráficos muy elaborados en su mayoría muy realistas que en arquitectura y arquitectura de paisaje pueden usarse para mostrar el posible resultado de un proyecto.

Las técnicas a mano (lápiz, tinta, plumón, acuarela) pueden apoyarse de los programas de diseño para mejorarlos o agregarles distintos elementos, todo con el propósito de lograr comunicar mejor el proyecto.



Técnicas mixtas

El término de técnicas mixtas se refiere simplemente a la combinación de distintas técnicas. Usar diferentes herramientas y técnicas en una sola composición ayuda a generar los contrastes y efectos que se desean y que con una sola herramienta sería difícil hacer. En la imagen 28 se aplican diferentes técnicas y herramientas: se usa lápiz para hacer el boceto base, posteriormente se delinea con rotuladores y para la textura de la vegetación se usa el "Chartpak", golpeándolo para generar

gotas de tinta y formar las frondas de los árboles y arbustos, mientras que en el suelo se usa solo haciendo líneas con el lado más delgado de la punta. Una vez terminado, se pasó a un programa de diseño (photoshop) para agregar las escalas humanas que se transparentan un poco sobre el dibujo. Usar más de una técnica de representación en una sola composición ayuda a

experimentar y aumentar la creatividad, además de producir otros efectos que provocan nuevas emociones a quien lo percibe. Se ha desglosado la metodología propuesta y se ha descrito cada paso con sus elementos corres-



pondientes, y como se ha dicho antes, este proceso de diseño propuesto para comunicar el concepto es solo una guía para llegar a la mejor solución gráfica posible para un proyecto de arquitectura de paisaje en un tiempo determinado. Todas las variables se describieron con el fin de conocer las posibilidades, todas las variables que se tienen para poder llegar al objetivo que es trans-

mitir el mensaje gráfico, es decir, no es necesario usar todos los métodos y herramientas aquí descritas para un solo proyecto, son más bien variables que dependiendo las necesidades de cada problema de diseño serán más o menos útiles. Para saber qué herramienta, método y/ o principio de diseño se usará, será necesario experimentar un poco al principio y hacernos la pregunta ¿Estoy logrando comunicar el concepto? Si la variable que estamos usando no está funcionando, podremos cambiar y usar otra que se adapte mejor a las necesidades.

Este proceso se trata de experimentar, probar, poner a prueba y generar muchas ideas.

Todos los principios básicos de diseño tienen como objetivo ayudar en la correcta comunicación o transmisión del contenido del mensaje, o sea, el concepto de arquitectura de paisaje.

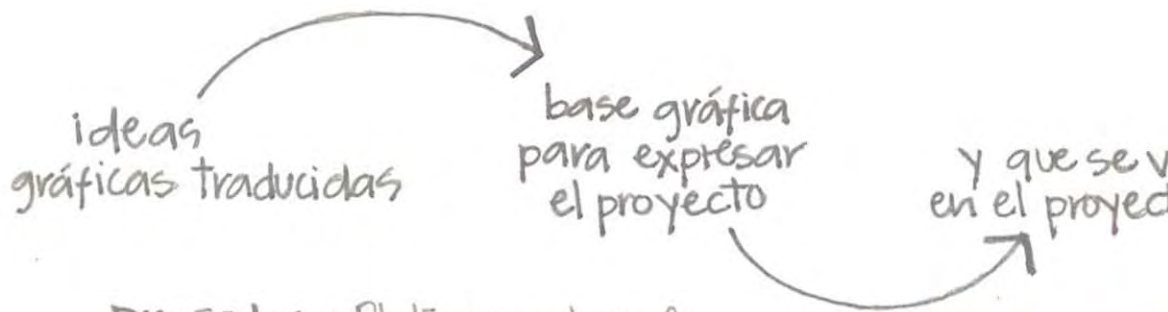
Ningún proceso de diseño es lineal. A veces es necesario volver atrás o empezar de nuevo y cometer errores. Los diseñadores que salen triunfantes de este proceso son los que entienden, aceptan y hacen parte del proceso este ir y venir.

La clave está en tomarlo con calma y divertirse en el proceso, echar a volar la imaginación y experimentar al combinar las distintas variables. Este proceso puede ser tan rico y diverso como se desee y ayudará a ir definiendo criterios que podrán ser usados en la siguiente fase del proceso de diseño de arquitectura de paisaje: ante proyecto y proyecto ejecutivo.

Imagen 28. Cementerio. Técnica: tinta y Chartpak sobre vellum trapo + Photoshop. Elaboración propia.



COMUNICAMENTE



Diseñadora: Platicame sobre el concepto de tu proyecto

Cliente: "El fallecimiento de Sonia me marcó muchísimo..."

"¿Que se transforma de una manera que tu puedas ver cotidianamente y sin embargo siga siendo lo mismo?..."

GENERAR IDEAS

DEFINIR LA FORMA



CANDO GRÁFICA el concepto

ciclo / tiempo /
dicotomías / naturaleza
transformación / proceso

círculo / armonías / contrastes
secuencia / movimiento /
texturas orgánicas /
¡color!

¿CÓMO LO COMUNICO?
¿QUÉ FORMA GRÁFICA VA
A ADOPTAR?
¿QUÉ TÉCNICAS SE USARÁN?

idad

Comunicación gráfica

para un proyecto de
arquitectura de
paisaje.

**“El proceso de diseño, en su mejor expresión,
integra las aspiraciones del arte, la ciencia y la
cultura”**

-Jeff Smith

Hemos llegado al capítulo decisivo, lo cual resulta un momento emocionante y un tanto aterrador, ya que finalmente se pondrá a prueba todo lo dicho anteriormente.

Como se mencionó en el primer capítulo, hablar del concepto no es fácil dada su complejidad y diversidad con la que todos los profesionales del diseño lo manejan. Por ello fue necesario hacer una reflexión sobre todos los puntos de vista que se obtuvieron para acotar y definir el concepto y usar esa base para cumplir el objetivo: comunicar un concepto gráficamente.

En este capítulo se desarrollará la metodología propuesta, se transitará por cada fase experimentando las diferentes herramientas y aplicando la técnica de representación que mejor convenga. Al tiempo en que se vaya avanzando, la clave que nos dirá si vamos por buen camino o no será la pregunta ¿Se está logrando comunicar el concepto? De este modo sabremos si es posible seguir avanzando o regresar sobre la metodología y aplicar otra herramienta o probar otra técnica de representación, todo con el fin de transmitir lo que queremos decir.

Para poder ejecutar dicha metodología se decidió tomar como ejemplo el concepto propuesto para un proyecto de arquitectura de paisaje a escala urbana. Dicho proyecto es el producto de una tesis de arquitectura de paisaje que se realiza al mismo tiempo, de tal manera que el cliente es la autora de dicho trabajo.

A continuación se describirán los aspectos más importantes de la etapa de planificación, información relevante tanto del proyecto como del cliente y los antecedentes que dieron paso a la generación del concepto. De esta manera entenderemos el concepto, los alcances del proyecto y los requerimientos del cliente, lo cual constituye el primer paso de la metodología propuesta: “Proceso de diseño para la comunicación del concepto de arquitectura de paisaje” (esquema 06).

El proceso de diseño para la comunicación gráfica de un concepto de arquitectura de paisaje.

—

Concepto

El proceso comienza con una investigación en la cual se obtendrán las nociones básicas de la fase de planificación que siguió el diseñador, pero antes es necesario conocer a nuestro cliente.

Eunice Paloma Alba García es estudiante de décimo semestre de la carrera de Arquitectura de Paisaje en la Facultad de Arquitectura de la UNAM; actualmente se encuentra desarrollando su tema de tesis: “Jardín de descanso. Propuesta arquetéptica de eco-cementerio”. Este proyecto es el que será usado para ejemplificar la metodología.

La intención es colaborar con ella a manera de cliente-diseñador donde Paloma será el cliente y la autora de esta tesis será la diseñadora encargada de proyectar un producto gráfico que logre comunicar el concepto y que este mismo gráfico proponga criterios generales de diseño, los cuales se puedan usar para desarrollar el anteproyecto y proyecto ejecutivo del eco-cementerio.

Comencemos a conocer el proyecto; toda la descripción del eco-cementerio que se presenta a continuación es una extracción textual del trabajo elaborado por Paloma Alba (cliente).

Eco-Cementerio

"Jardín de descanso"

103

“De acuerdo a Emin Bari y Elmas Erdoan de Ankara University Agriculture Faculty Department of Landscape Architecture, en su artículo “Ecological concerns over cemeteries” (2009) un “Green burial” (Entierro verde) o “Eco-cemetery” (Eco-cementerio) es un enfoque de apoyo a la transformación ambiental que tiene lugar en el ciclo ecológico. Los eco-cementerios representan la idea de un rápido retorno de los cadáveres a la naturaleza y una política de no contaminación en los procesos de entierro y la planeación espacial del cementerio. Los eco-cementerios son un acercamiento a procesos funerarios que procuran la sostenibilidad ambiental y el reciclaje en formas naturales. Propone nuevos métodos para reducir el uso de madera, acero y otros metales usados en la fabricación de ataúdes y prevenir la contaminación ambiental de los procesos químicos dados al cadáver antes del entierro. También fomenta la protección al paisaje natural, así como la fauna y flora al elegir la localización del cementerio. Los eco cementerios, también llamados entierros naturales o entierros verdes, usan marcas para las tumbas que no irrumpen en el paisaje. Las lápidas están marcadas con materiales obtenidos del mismo paisaje como árboles, arbustos o piedras colocadas de manera horizontal sobre la tierra.

Imagen Proyecto 01.
(abajo) Ubicación panteón
“Jardines de la Quietud”. Imagen
de google maps editada
por Paloma Alba, 2017.

En algunos casos, las tumbas no son marcadas pero se identifican con técnicas como GIS (Sistemas de Información Geográfica). El principal objetivo de un eco-cementerio es reducir los efectos negativos de los cementerios convencionales en el agua del subsuelo, vegetación natural y fauna en el área de entierro existente.” Traducción propia de “Ecological concerns over cemeteries” (Turquía, 2009).

Este tipo de cementerio fue propuesto por primera vez en la historia moderna en Reino Unido en 1993. Actualmente existen en Reino Unido, Estados Unidos, Francia, Canadá, Nueva Zelanda, Sudáfrica y China” (Alba, P., 2018)

Objetivo del proyecto

“La propuesta arquitectónica de eco cementerio busca generar espacios de confort que inviten a los usuarios de este espacio a la reflexión, meditación, paseo, conmemoración y honra del proceso de la vida y de la muerte, así como proponer una redistribución de los espacios funerarios para honrar a los muertos con un diseño del paisaje mayormente vegetal. y provocar una experiencia estética en los visitantes. A la par, se busca generar un espacio funerario que se comporte como parte del sistema ecológico en el que se encuentra inserto” (Alba, P., 2017).



Ubicación

"Los resultados del análisis dieron como resultado que el terreno de emplazamiento que originalmente se proponía no era apropiado debido a las pendientes del terreno, la gran cantidad de roca volcánica en el suelo superficial y la vegetación natural. Sin embargo se localizó un cementerio conjunto llamado "Jardines de la quietud", el cual cuenta con pendientes suaves y áreas verdes en sus alrededores. Se decidió por tanto que el eco-cementerio fuera emplazado como complemento de dicho panteón existente, el cual cuenta con un área de 15.18 hectáreas o 0.158 km cuadrados" (Alba, P., 2018).

Imagen Proyecto 02.

Tabla para el programa arquitectónico paisajístico para Eco-Cementerio "Jardín de descanso". Elaborada por Paloma Alba (2017)

Programa Arquitectónico- Paisajístico

"De acuerdo al análisis, tomando en cuenta los ejemplos análogos, así como el Reglamento de Panteones vigente, se obtuvo el programa arquitectónico del cementerio en proceso de diseño. Se notó que el área disponible era de 7.18 kilómetros cuadrados por lo que se tomó como base esta medida" (Alba, P., 2018).

ZONA	METROS CUADRADOS	PORCENTAJE
Estacionamiento de autos	3600	0,097
Estacionamiento de camiones	37,298	0,001
Senderos	186490	5,000
Centro de espiritualidad: Capilla, sanitarios	91969	2,466
Centro de atención a visitantes, sanitarios, administración, atención médica	238309	6,389
Áreas de descanso	111894	3,000
Área de entierro general	2901408	77,790
Área verde contemplativa	399319	10,706
Crematorio	37,298	0,001
Cisternas	37,298	0,001
Vivienda de panteoneros	298,384	0,008
Sanitarios y/o área de asistencia médica	18,649	0,0005
Vivero	45299	1,2145
Senderos de servicios	74596	2,0000

Estos datos forman parte de los antecedentes que necesitamos tener para entender el proyecto y el concepto. Una vez teniendo esta información se procedió a entrevistar al cliente para explicar el concepto.

Entrevista con el cliente ¹⁴

Diseñadora: -Platícame sobre el concepto de tu proyecto

Cliente: -*El fallecimiento de Sonia me marcó mucho, mucho más de lo que parece, entonces, cuando hice este proyecto de panteón, en parte fue por eso, porque me empezó a llamar la atención esta cuestión de la muerte, que las cosas nunca acaban a pesar de que cambien de forma. Entonces me puse a analizarme: ¿qué siento cuando pienso en Sonia? Me di cuenta de que ella sigue viva dentro de mí, dentro de las decisiones que he tomado, pues han sido diferentes a como las hubiera tomado si ella no hubiera existido, o si no hubiera estado conmigo o si no hubiera fallecido. En ese sentido sigue viva para mí. Para otras personas, la gente que fallece sigue viva en recuerdos o en pensamientos, o en hábitos.*

106

Así que me debrayé con las definiciones, buscando a fondo. Inicé con la definición de la ley de conservación de la masa: ley de conservación de la materia o ley de Lomonósov-Lavoisier «En un sistema aislado, durante toda reacción química ordinaria, la masa total en el sistema permanece constante, es decir, la masa consumida de los reactivos es igual a la masa de los productos obtenidos» en otras palabras, la energía no se crea ni se destruye, sólo se transforma; donde la palabra clave es transformación. ¿Qué se transforma de una manera que tu puedas ver cotidianamente y que sin embargo siga siendo lo mismo? La luna.

Las ideas que giran alrededor del concepto de la luna : oculto y a simple vista al mismo tiempo, que va cambiando de acuerdo al ciclo, continuidad de esencia a pesar de la forma, reflejo de la luz de nuestros antepasados...

¹⁴ Eunice Paloma Alba García, estudiante de décimo semestre de la carrera de arquitectura de paisaje, Facultad de Arquitectura, UNAM; quien en la transcripción aparecerá como cliente, mientras que la autora de esta tesis aparecerá como diseñadora.

Lugar de la entrevista: Facultad de Arquitectura, Universidad Nacional Autónoma de México.

Fecha: 18 de abril del 2018, 6:00 p.m.

TIP:
LLEVAR UN GUIÓN
DE PREGUNTAS
CLAVE A LA
ENTREVISTA

Me vino a la mente la idea de la luna por una clase de Ceballos, donde justamente hablábamos de símbolos y de que la luna es un símbolo de cambios, de ciclos, de ciclos que al mismo tiempo no cambian.

Ahora, ¿Cómo bajo el concepto al espacio? Quiero poner elementos que aparezcan y desaparezcan de acuerdo a la estacionalidad. Igualmente podría poner elementos, como instalaciones de arte, donde un solo elemento se pueda volver varios objetos”.

Diseñadora: -¿Me podrías platicar un poco más acerca de tu etapa de planeación / lectura del paisaje?

Cliente: -*”En el análisis busqué dónde se podría emplazar un cementerio de acuerdo a las características del suelo o del clima y vegetación que necesita un eco-cementerio, todo esto en zonas alrededor de la Ciudad de México. Así fui descartando, con las cartas de INEGI, primero los tipos de suelo, luego los tipos de clima y luego los tipos de vegetación que no cumplieran con las características necesarias.*

Me quedaron dos tipos de suelo, un tipo de clima y un tipo de vegetación. Donde se cruzaron las tres capas, ahí fue donde dije: “ahí va mi sitio”, curiosamente el sitio se encuentra cerca de Mixquic.

Desde el inicio tuve esta idea de transferencia de la energía y que esta transferencia debería de tener un ambiente adecuado. Transferencia por medio de los nutrientes, de los cuerpos en descomposición a las plantas, etcétera”.

Diseñadora: -¿Cómo es la dinámica de tu cementerio?

Cliente: - “La idea me llegó por una cosa que se llama “cápsula mundi”, es un invento italiano, que es una membrana orgánica, te entierran sin necesidad que te hagan cenizas. Lo malo es que traerlas desde Italia resulta sumamente caro, cero ecológica. Mi tesis está fundamentada en dos bases: la emocional, que esta idea de la transformación, de que nada se muere en realidad; y la ecológica, de como hacer una transferencia de energía lo más fácil posible y con menos recursos. Traer cápsulas de Italia no es nada sustentable.

Entonces cuando estaba haciendo el análisis me di cuenta de que alrededor del sitio hay comunidades indígenas que hacen artesanías. Me puse a estudiar que artesanías hacían y me topé con el petate, una fibra completamente orgánica. Enton-

ces, te pueden enterrar en un petate y al mismo tiempo generar trabajo para las comunidades indígenas cercanas. Al final el petate terminará por degradarse completamente”.

Diseñadora: -El lugar donde lo vas a hacer, ¿ya está intervenido o tiene elementos?

Cliente: -*“La zona donde se cruzan las capas de suelo, clima y vegetación aptos para el cementerio es bastante grande. Al momento de ir al sitio me percaté que en una parte de esta zona ya existe un cementerio, donde no tiene un diseño paisajístico, pero tienen la idea de que sea un jardín. La idea es completar el cementerio, ya que está inconcluso.*

La zona pertenece a particulares, así que se puede comprar para hacer el panteón”.

—

El concepto al que llegó el cliente, producto de una serie de ideas previas, fue “La Luna”, tal como se aprecia en la entrevista. Sin embargo, después de revisar el análisis ambiental, social y urbano que el cliente hizo al sitio se observó que el concepto “Luna” no surgió del análisis-diagnóstico, sino que surgió del mismo tema del proyecto y de la experiencia personal de la clienta.

108

Con ello se puede decir que el proceso de generación del concepto fue producto de un proceso paralelo que pudo haber tenido como origen el tema del proyecto, es decir, de todo lo que implica un eco-cementerio y de experiencias personales.

De acuerdo a lo analizado en esta tesis, un concepto no surge de la nada, proviene de un proceso de análisis, tiene antecedentes. Si bien este concepto no surgió del análisis del sitio, si tiene detrás de él una serie de conceptos que le fueron dando forma.

Por otro lado, acorde a la definición de concepto que se generó anteriormente para el proceso de esta tesis, se puede afirmar que “Luna” no se puede tomar como un concepto, éste más bien es un símbolo.

Por ello fue necesario replantear el concepto propuesto por el cliente con las mismas ideas que dieron origen a “Luna”. Así, se procedió a pasar a la primera fase propuesta “Definir el problema”, donde se busca terminar de definir el concepto mediante diferentes métodos de

pensamiento, todo esto teniendo presente la naturaleza del proyecto y los conceptos base del cliente:

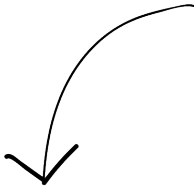
- ▶ Transformación, donde la vida es parte de la muerte y la muerte es parte de la vida.
- ▶ Ecología, transferencia de energía con la menor cantidad de recursos.

Definir el problema

Lo primero que se hizo en esta fase de la metodología fue tomar las ideas base que se tenían en principio y se investigó su etimología, su definición, sinónimos, imágenes que ilustraran estas ideas, etcétera.

Las ideas base en las que está fundamentado el concepto “Luna” son, como ya se mencionó, transformación y ecología.

A partir de ellas se comenzó con la investigación de conceptos en diccionarios y páginas en línea para generar una lluvia de ideas.



BUSCAR MÁS DE
UNA DEFINICIÓN
AYUDA A ENTENDER
MEJOR LOS
CONCEPTOS

TRANSFORMACIÓN:

// Hacer cambiar de forma algo o alguien, transmutar algo en otra cosa. // Es el paso de un estado a otro. // Algo se modifica o cambia de forma manteniendo intacta su identidad (Pérez; Merino, 2013).

ECOLOGÍA:

// Especialidad científica centrada en el estudio y análisis del vínculo que surge entre los seres vivos y el entorno que los rodea, entendido como la combinación de los factores bióticos y abióticos. (Pérez; Gardey, 2012)

// Palabra compuesta por dos vocablos griegos: oikos (que significa “casa”, “residencia” u “hogar”) y logos (“estudio”). Por eso, la ecología se define con precisión como “el estudio de los hogares” (Pérez; Gardey, 2012)

// La ecología gira en torno a la interacción de todo ser vivo con la superficie que lo rodea.

- Consta de factores bióticos (vivos) y abióticos (inertes)
- Maneja tres posturas: La preservación y regeneración de los recursos naturales, la protección de la vida salvaje y la reducción de la contaminación. (Pérez; Gardey, 2012)

CICLO:

//Del griego “kyklus” que significa círculo o rueda.

//Periodo de tiempo en el cual se desarrollan o suceden un conjunto de acontecimientos que una vez finalizados se vuelven a repetir (Ciclo, 2017).

//Conjunto de fenómenos que se repiten de modo estructurado. //Periodo de tiempo que cuando finaliza, inicia nuevamente. Una serie de etapas que van en secuencia (Pérez; Gardey, 2012).

Estos conceptos dieron paso a otra serie de ideas que los complementan:

PROCESO:

//Acción de ir hacia adelante (RAE, 2018).

//Del latín “processus”: avance, marcha, progreso, desarrollo.

//”Pro”: para adelante y “cere”: caer, caminar, avance, ir hacia un fin determinado (Proceso, 2016).

TRASCENDER:

//Pasar de un ámbito a otro, atravesando el límite que los separa. //Ir más allá de cierto límite (RAE, 2018).

//Es aquello que se encuentra por encima de lo inmanente. //Relacionado con un intento de acercamiento a dios a través de la meditación y la oración (Wikipedia, 2018).

IMPERMANENCIA:

//Cualidad central de la existencia. Todo cambia, nada se mantiene igual. //Todo lo que nos rodea es impermanente, pues necesita estar cambiando constantemente para poder avanzar (Ryokan, 2014).

CAMBIO:

//Dejar una situación o cosa para tomar otra. // Convertir o mudar algo en otra cosa, frecuentemente su contraria. // Dar o tomar algo por otra cosa que se considera del mismo o análogo valor. // Modificarse la apariencia, condición o comportamiento (RAE, 2018).

NATURALEZA:

//Esencia y propiedad característica de cada ser. // Conjunto, orden y disposición de todo lo que compone

el universo. // Virtud, calidad o propiedad de las cosas. // Compleción o temperamento de cada individuo (RAE, 2018).

// Fenómenos que forman parte del universo físico y a todo aquello vinculado a los organismos vivientes. // Aquello que caracteriza a un ser. // Conjunto de las creaciones ajenas a la participación humana (Pérez; Merino, 2012).

Esta lluvia de ideas dio paso a la elaboración de un mapa mental con los mismos conceptos, pero ordenados en torno a uno solo: “CICLO”, pues en el proceso se cayó en cuenta que era el concepto que juntaba a todos los demás y permitía ampliar estas mismas ideas. Conforme se fue elaborando el mapa mental se fueron completando y desarrollando las ideas antes descritas.

El mapa mental está dividido en la etimología de la palabra ciclo, su definición, tipos de ciclos, características y éstos a su vez en ideas relacionadas con su concepto anterior, así, lo que se obtiene es una red de ideas que van desde lo general a lo particular de un concepto (ver esquema 09). Cada color es usado para dividir cada categoría, es decir, las ideas escritas con el mismo color surgen de una idea más grande o comparten características similares entre ellas; por ejemplo, el magenta fue usado para identificar y unir visualmente las dicotomías.

Por otro lado, los colores se eligieron de acuerdo a lo que a la autora de esta tesis representan y evocan, por ejemplo, el verde le representa la naturaleza; el azul al agua; el rojo a elementos de gran importancia, etcétera.

Gráficamente, el mapa mental parte del centro con el concepto rector, de ahí, las ideas en mayúsculas son las siguientes en orden jerárquico, por su grado de importancia hasta llegar a los conceptos más simples, a los que somos llevados visualmente mediante flechas. Al final se relacionaron varias de las ideas con principios básicos de diseño analizados en apartados anteriores, tales como contraste, color, ritmo, secuencias, formas, equilibrio, modulaciones, que representan adecuadamente las ideas; por ejemplo, las dicotomías pueden ser representadas gráficamente como contrastes, las fases como elementos en secuencia, etcétera.

Así se dió paso a la fase de “Generar ideas”.

Generar ideas

Como primer paso de la fase “Generar ideas” se decidió aplicar el método llamado “volcado visual de datos”, el cual transforma la lluvia de ideas en un método visual. Se trata de hacer una serie delimitada de bocetos en un límite de tiempo, aquí no es importante si son buenos bocetos o no, sino que comuniquen, todos ellos tratando de acercarse a la misma idea.

Lo que se hizo fue tomar los conceptos: ciclo, transformación, ecología, naturaleza, cambio, trascendencia, dicotomías, proceso, tiempo, vida-muerte (que son los que resumen desde el punto de vista de la autora el mapa mental) y traducirlos en los principios básicos de diseño: contraste, giros, movimientos, color, formas orgánicas¹⁵, etcétera.

En el primer volcado visual (boceto 01) se experimentó con diversas formas y líneas que representaban el ciclo, tales como el círculo, valles y crestas; se experimentó deformando el círculo, se usó achurados para representar contrastes de tonos con texturas, también se hizo uso de flechas y espirales. Los bocetos fueron realizados en un tiempo máximo de 20 minutos y como primer acercamiento se decidió elaborarlos con técnica a lápiz sobre bond.

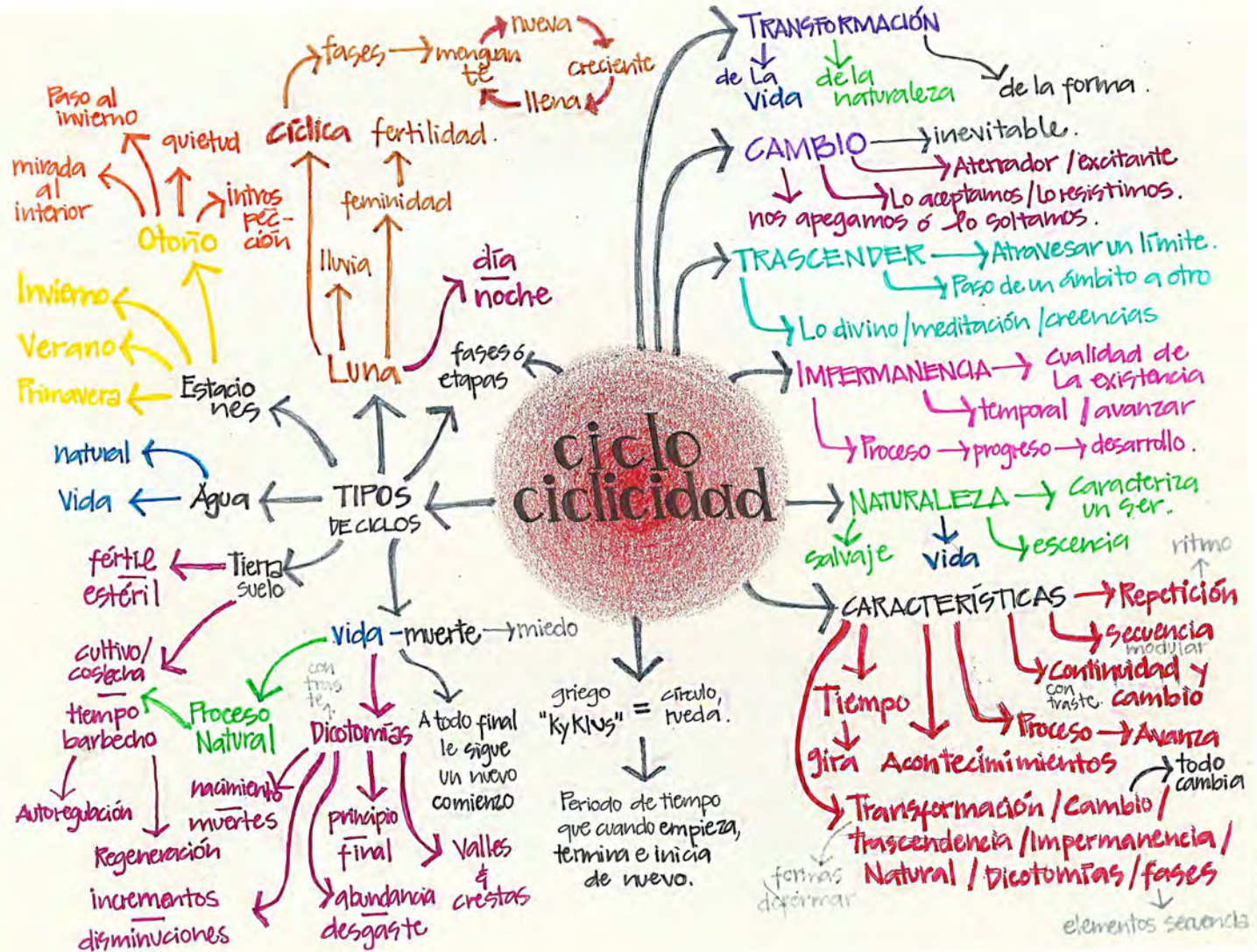
En el segundo volcado visual (boceto 02) se decidió tomar solo algunos elementos del primer volcado visual que se asumen pueden traducir de mejor manera el concepto. Se tomó el círculo como la figura dominante, se continuó experimentando con los achurados para lograr texturas y contrastes; se fusionaron círculos y se deformaron para lograr expresar ciclicidad, finalmente se añadió color al azar para experimentar su uso.

Se decidió seguir usando el círculo como figura principal, ya que es la forma ideal para representar la ciclicidad. Por otro lado se tomaron las texturas orgánicas¹⁶ para seguir trabajando con ellas y comenzar a introducir el color con un sentido y significado.

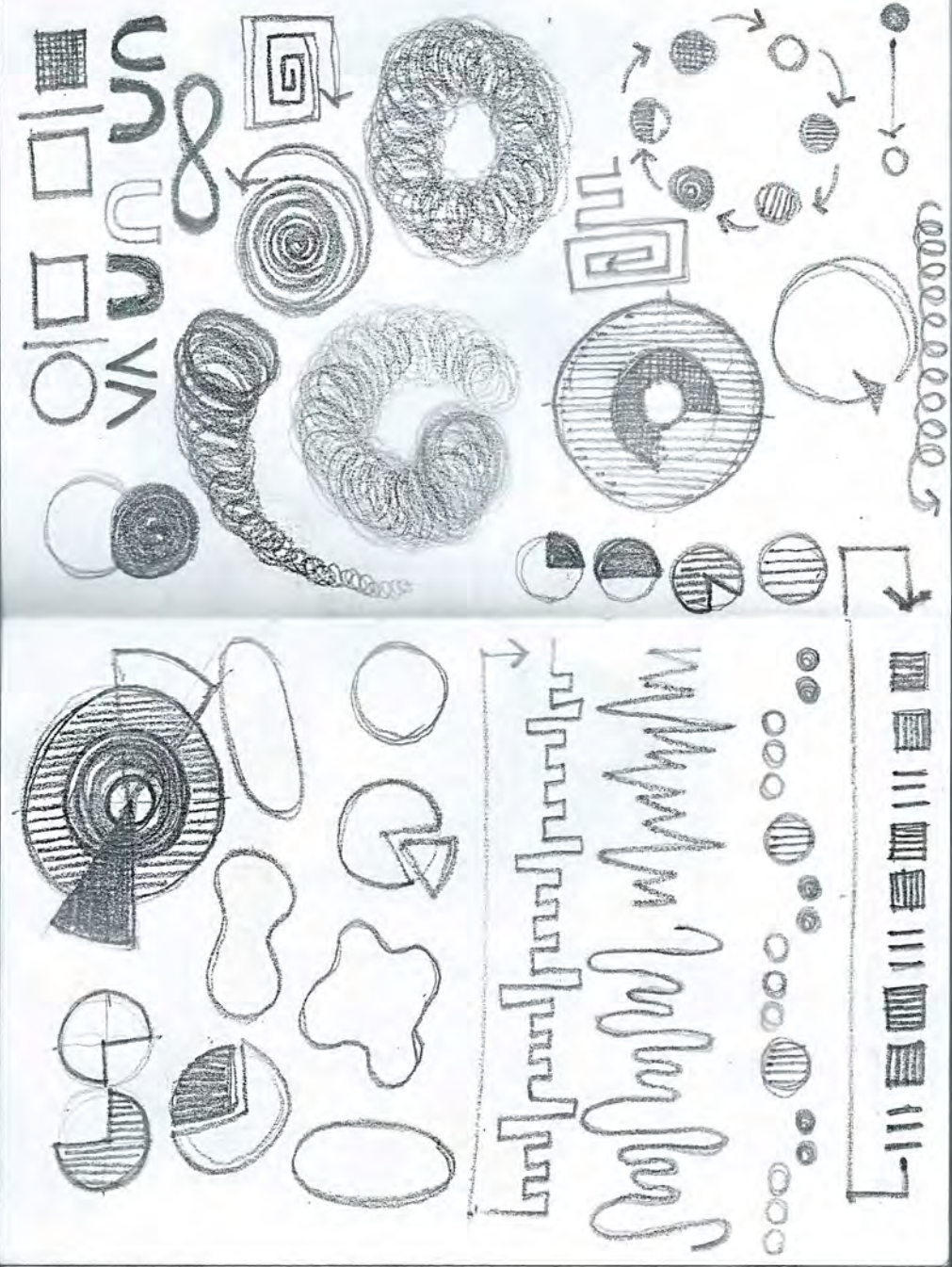
Esquema 09. (Siguiente página) mapa mental para el concepto “Ciclo”; la lluvia de ideas hecha previamente se organizó en un mapa mental. Técnica: bolígrafos Stabilo sobre papel bond y lápices de colores. Elaboración propia.

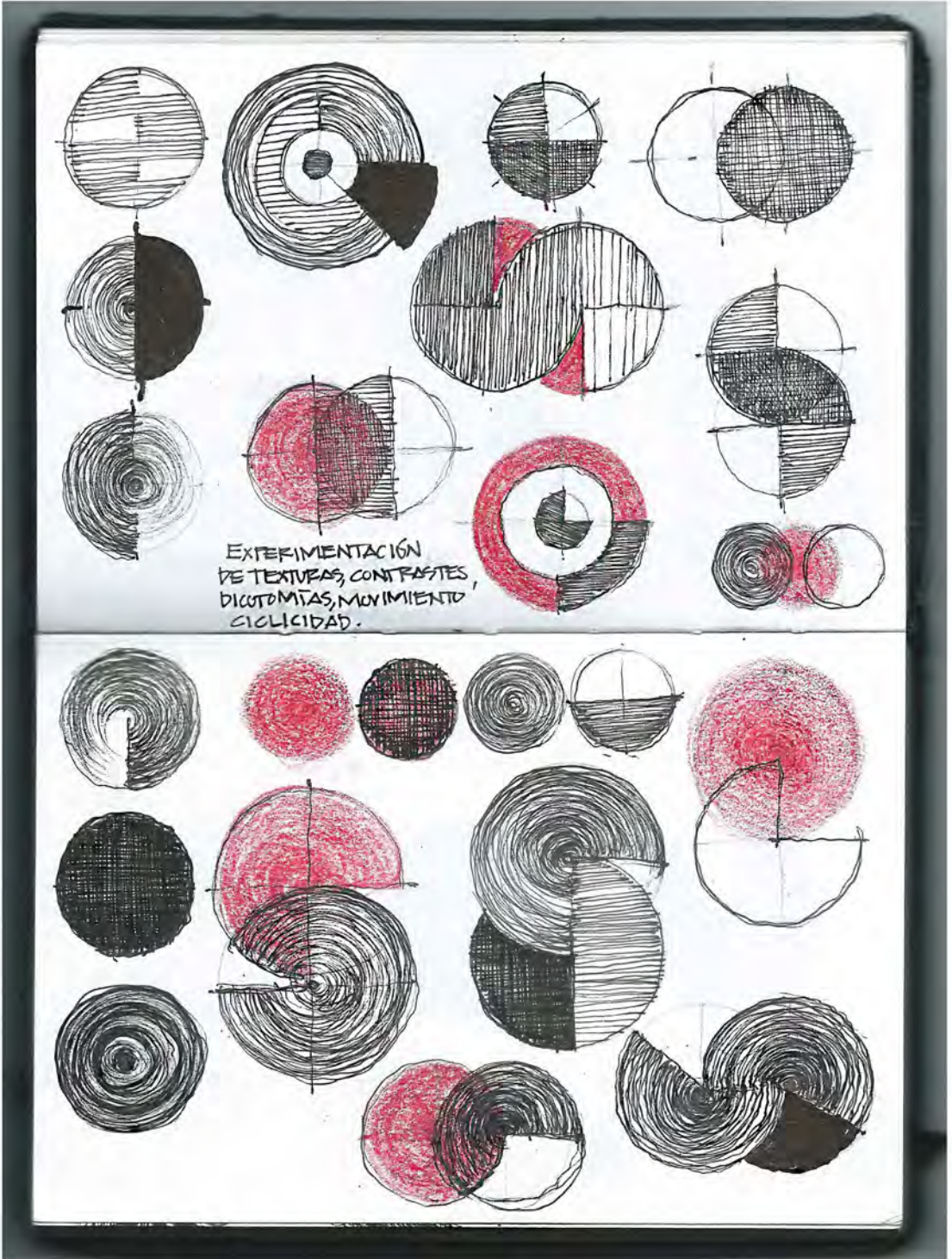
¹⁵ Formas con una mirada natural y un aspecto que fluye y que curva, como el círculo.

¹⁶ Aquellas en las que la distribución de sus elementos se rige por las leyes de la naturaleza

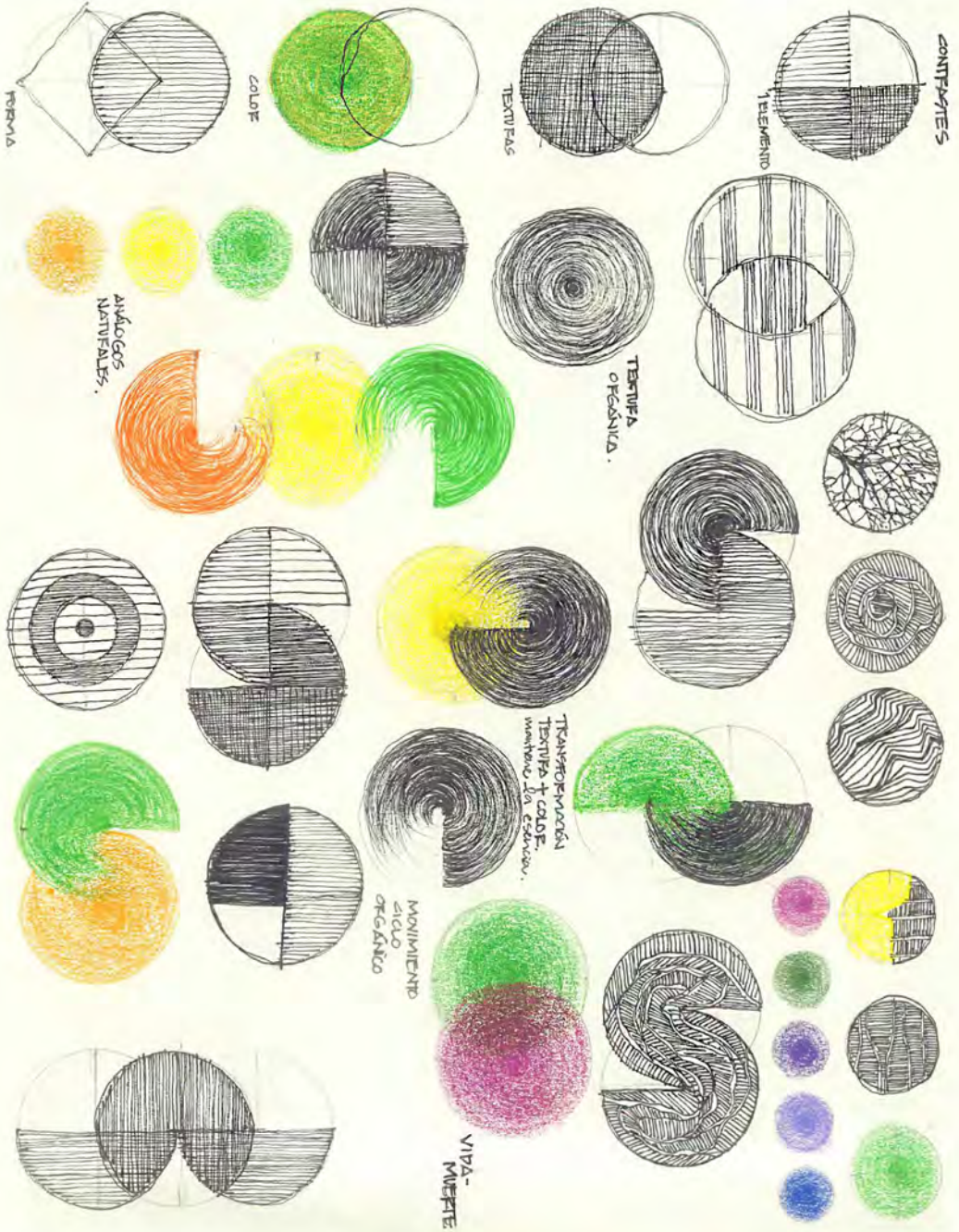


Esquema 09.





EXPERIMENTACIÓN
DE TEXTURAS, CONTRASTES,
DICOTOMÍAS, MOVIMIENTO,
CICLICIDAD.



Boceto 01. Primera experimentación. Bocetos para el método de volcado visual de datos. Técnica: lápiz sobre bitácora de dibujo. Elaboración propia.

Boceto 02. Segunda experimentación. Bocetos para el método de volcado visual de datos. Técnica: rotuladores y lápices de colores sobre bitácora de dibujo. Elaboración propia.

Boceto 03. Tercer Volcado Visual de Datos experimentando con la teoría de color. Técnica: estilógrafos de puntas delgadas, stabilos de colores y lápices de colores sobre papel sketch de fabricano. Elaboración propia.

En el tercer Volcado Visual (boceto 03) se desarrolla con más profundidad los conceptos traducidos a elementos de diseño: se retoman varias texturas que desde el punto de vista de la diseñadora comienzan a comunicar varias de las ideas relativas a la ciclicidad y esta vez se empiezan a usar combinaciones de color aplicando la teoría y psicología del color.

Dada lo extensa que es la teoría del color, en este apartado sólo se explicarán los principios y métodos para elección de color que se utilizaron.

Se partió de las ideas de que el color:

- ▶ Puede simbolizar una idea, evocar un significado y tener relevancia cultural.
- ▶ Actúa como signo de exclamación, como modo de alcanzar el equilibrio en una composición y como herramienta para sugerir y transmitir un significado.
- ▶ Los colores pueden ayudar a los diseñadores a obtener la respuesta adecuada del público y producir un diseño gráfico sorprendente.

Con ello primero se buscó un color que aludiera a la naturaleza. Es bien sabido que el color verde, en el mundo occidental, es el primero que se nos viene a la mente cuando pensamos en este concepto. De acuerdo a Scheinberger :

"El verde no es solo el color que domina en el paisaje, los árboles y los campos, sino que juega un papel esencial en la marcha de la naturaleza. La clorofila verde que contienen las hojas producen oxígeno, que es lo que hace posible la vida en la tierra. Por ello no es de extrañar que el verde se considere un color sagrado en muchas culturas".
(Scheinberger 2015: 21)

La psicología del color nos dice que el verde es un color relajante y refrescante que induce a quién lo contempla sensaciones de serenidad y armonía. Está íntimamente relacionado con todo lo natural, simbolizando también la vida, la fertilidad y la buena salud (Núñez, 2014).

Es por ellos que la elección del color se inclinó hacia el verde y los colores que combinados con éste nos ayuden a comunicar el concepto.

Lo que se busca lograr con la aplicación de la teoría del color es armonía: “la armonía depende de una combinación agradable o desagradable de colores con respecto a una composición en su conjunto” (Sherin 2013:26).

El ojo siempre está buscando simetría o equilibrio, que es lo que se produce cuando un color se combina con su opuesto; elegir colores opuestos ayuda a obtener equilibrio y simetría.

Los colores complementarios son dos colores cualesquiera situados directamente enfrente o del otro lado de la rueda de colores.

Se decidió experimentar con los colores verde amarillento, el verde azulado y sus complementarios correspondientes.

Una vez definido que se trabajaría principalmente con los tonos verdes y sus complementarios para lograr armonía, se aplicó el método de selección de color llamado “*Armonización de los colores basado en el significado*” (Sherin 2013: 32).

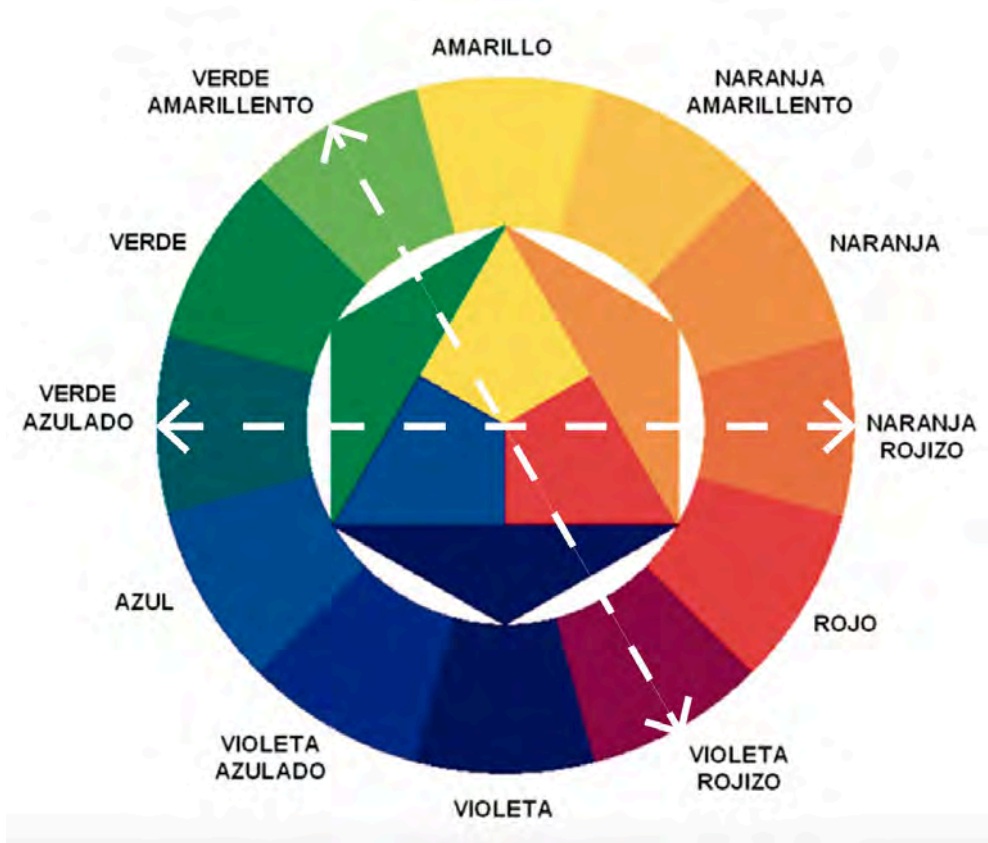
Este método tiene como fin crear una paleta a partir de cualquier color base.

Los pasos a seguir son los siguientes:

- Elegir un color que provoque la respuesta correcta y que corresponda con el mensaje del cliente.
 - ▶ Para este trabajo, el color base que se eligió fue el verde amarillento y el verde azulado, con el fin de observar qué resultados generan cada uno con su complemento.

- Añadir un complemento del mismo valor o intensidad.
 - ▶ Se eligieron entonces los colores violeta rojizo para el verde amarillento y naranja rojizo para el verde azulado.

- Tomar estos dos colores y transformarlos en sus opuestos de valor e intensidad.



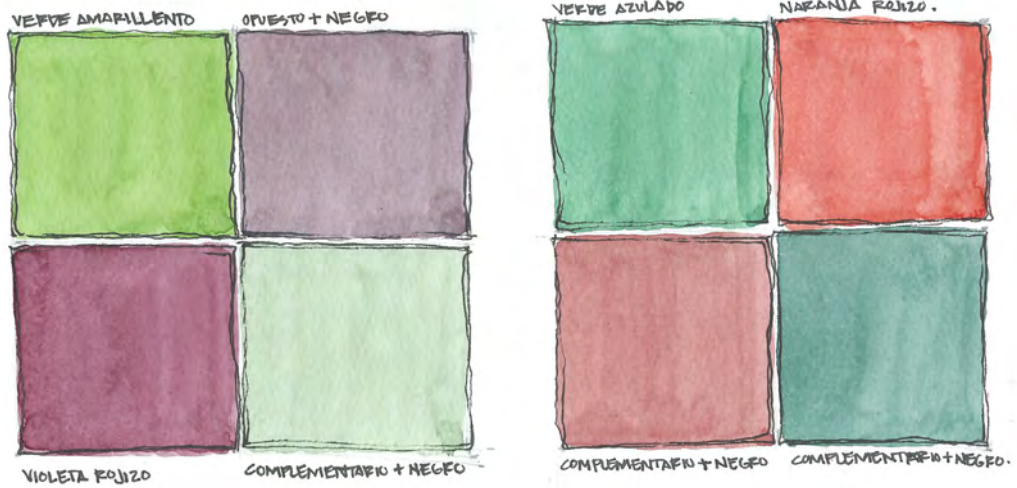
119

Imagen 29. Rueda de colores o círculo cromático de Johannes Itten (Sherin 2013: 22) marcando los colores opuestos del verde azulado y el verde amarillento.

En este caso serán dos pares de colores con los que se experimentarán. Así, esta etapa comenzó con la técnica de glaseado de acuarela, el cual consiste en aumentar capas de color encima de otra para lograr mayor saturación en el color. La saturación es la intensidad del color.

Para lograr obtener los tonos de valor de cada color se aumentó negro a la mezcla de color ya que el valor es el grado relativo de luminosidad o de oscuridad de un color, por lo que añadiendo blanco o negro cambiará el valor de un color.

Con esto último el resultado obtenido fueron dos grupos de colores con cuatro colores cada uno, donde se tiene el verde como color base, el naranja o violeta como color complementario y sus opuestos en valor e intensidad de cada uno (imagen 30).



En el Tercer Volcado Visual de Datos (boceto 03) se experimentó con más texturas orgánicas; contrastes a partir del color, textura y forma; se introdujeron colores complementarios y análogos para probar el equilibrio que generaban; se siguió deformando el círculo hasta

que finalmente el proceso se inclinó a pocos elementos para comenzar a hacer las primeras propuestas de una composición, introduciéndonos poco a poco a la tercera fase de la metodología: “Definir la Forma”.

Los bocetos que se presentan a continuación son una aproximación al producto final, es decir, a una lámina donde se logre comunicar todas las ideas que engloba el concepto y los principios que le van a ir dando forma al siguiente paso del proceso de diseño que es el anteproyecto y el proyecto ejecutivo (ver esquema 01).

Imagen 30. Experimentación del color con el método “Armonización de los colores basado en el significado”. Técnica: Glaseado de acuarela sobre fabriano. Elaboración propia.



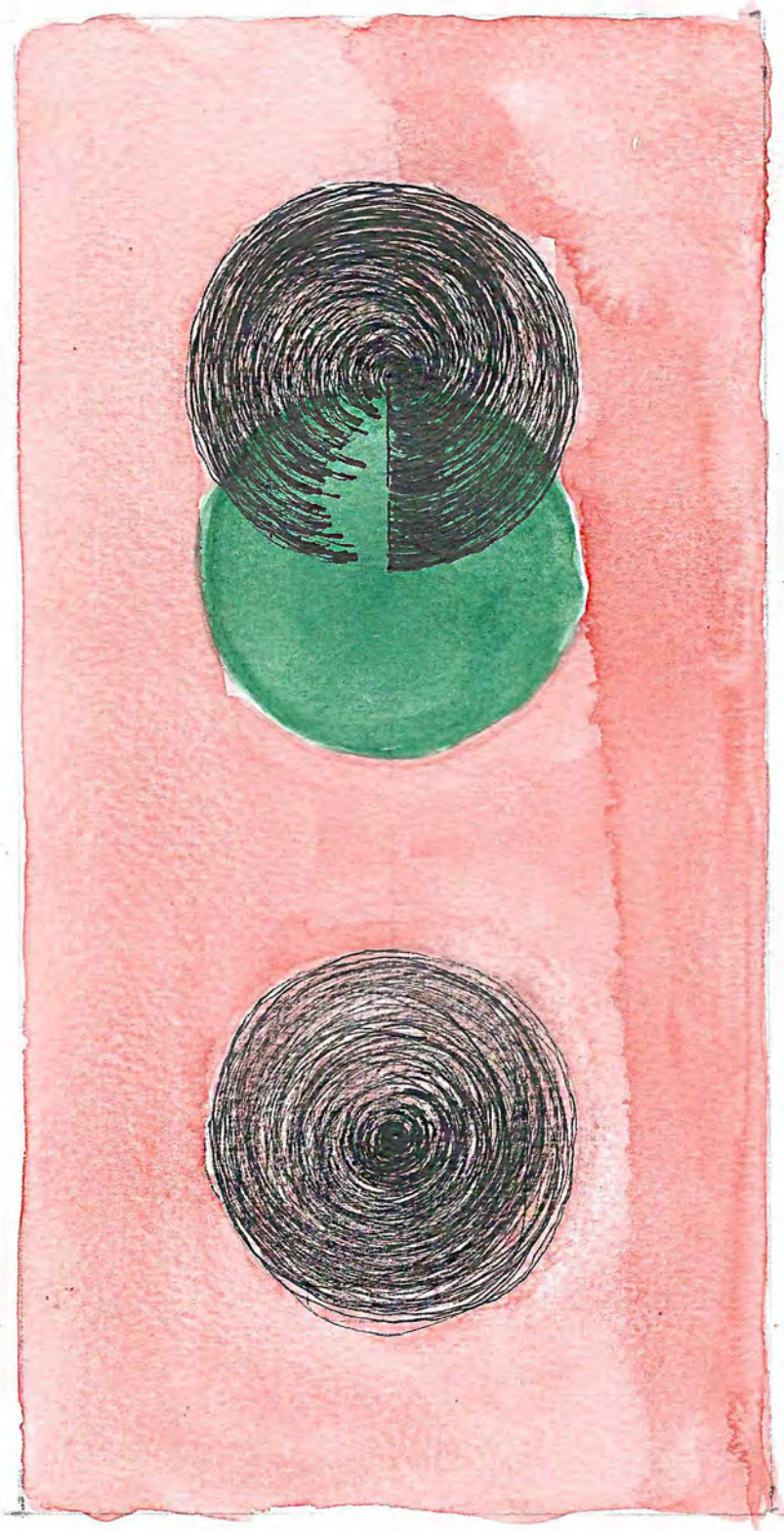
Boceto 04. (página anterior)

Este primer acercamiento a una composición fue hecho con acuarela y tinta sobre fabriano. Se usó el verde amarillento y violeta para generar contraste entre colores que al mismo tiempo dan la sensación de armonía y equilibrio que se buscan, pero se considera necesario seguir experimentando con los tonos pues no se logra transmitir el concepto de naturaleza desde el elemento color.

Se usó un círculo con textura orgánica que da la sensación de movimiento y la superposición de dos círculos: uno con textura y otro solo con color que de nuevo generan contraste y al mismo tiempo representan la ciclicidad, dicotomía y la transformación de las cosas.

Boceto 05. (página siguiente)

Técnica: acuarelas y tinta sobre fabriano. Aquí se trabajó con la segunda combinación de colores: verde azulado y naranja rojizo, los círculos superpuestos de nuevo representan conjuntamente la ciclicidad, dicotomía, transformación y cambio, los colores aluden al contraste y a su vez crean armonía, pero no se percibe el concepto de naturaleza. Ahora se aumentó un tercer círculo que hace referencia al movimiento, secuencia, a los ciclos y procesos naturales. Trabajar con acuarela no es una técnica fácil pues hace falta precisión en la cantidad de color que se produce, que los tonos pueden verse distinto en el papel que en la computadora una vez que la imagen es digitalizada y que las pinceladas provocan otra textura que no se tenía en mente.



El siguiente paso en el proceso fue combinar la técnica a mano con las herramientas digitales, tales como Illustrator y Photoshop. La razón de combinar técnicas a mano con lo digital es experimentar con colores sólidos y tonos estándares, al tiempo que se mantenía la expresión de las texturas hechas a mano. La generación de las imágenes y experimentación con el color, al menos para esta serie que se mostrará a continuación, fue mucho más ágil y rápida con los programas de edición antes mencionados.



124

Boceto 06.

Técnica: Tinta + Photoshop e Illustrator. Se usó una imagen escaneada de las texturas orgánicas hechas a mano y se usó como base la composición de los primeros bocetos hechos en acuarela (bocetos 04 y 05) para experimentar los tonos y combinaciones de color de manera más rápida y usando los tonos con mayor precisión. Aquí se usaron solo dos tonos de verde, se percibe mucho más el concepto de naturaleza, pero no se logra contraste entre tonos complementarios ni la armonía que genera la combinación de colores complementarios.

**Boceto 07.**

Técnica: Tinta + Photoshop e Illustrator. Con las técnicas digitales no se lograron de primera mano texturas en el color, pero tampoco es difícil agregarlas o poner a propósito alguna clase de textura. Se cambió de posición el círculo de tinta hecho a mano lo cual hace que se perciba más integrado al segundo círculo color verde. Se volvió a usar una paleta de color monocromática pero invirtiendo los tonos de verde y generó básicamente el mismo resultado que el boceto 06 bajo contraste y armonía.

Boceto 08.

Técnica: Tinta + Photoshop e Illustrator.
Esta vez la combinación es entre verde azulado y naranja rojizo, predominando el verde azulado en la composición se busca expresar naturaleza, sin embargo, es probable que el verde sea más azulado de lo conveniente. El naranja rojizo le da fuerza a la composición, llama la atención.



Boceto 09.

Técnica: Tinta + Photoshop e Illustrator.
Los círculos de color parecen incrementar o disminuir su tamaño dependiendo del color y fondo que tengan, aunque todos los círculos sean del mismo tamaño. Invertir el color hace que ya no se perciba el concepto de naturaleza. Se agrega un tercer círculo a la composición, pero se sigue manteniendo el equilibrio.



Boceto 10.

Técnica: Tinta + Photoshop e Illustrator.

Se usó el verde amarillento para el fondo y un violeta muy intenso para contrastar, quizá sea necesario atenuar el violeta.

Boceto 11.

(página siguiente)

Técnica: Tinta + Photoshop e Illustrator.

En esta composición se intercambian los colores y al usar un violeta mucho más tenue junto con el verde amarillento, se percibe tranquilidad y ningún color salta sobre el otro a pesar de que siguen siendo colores complementarios pero esta vez con menor saturación. El uso de tres círculos sigue manteniendo el equilibrio dentro de la composición.





Como se puede apreciar, a pesar de usar solo un tipo de textura y la misma idea de juntar dos o tres círculos que marquen un contraste entre ellos, se obtuvieron diversos resultados, cada una con sus propias características. Sin embargo, no todas transmiten el mismo mensaje. Por ello, y como parte del proceso, el siguiente paso fue hacer la pregunta ¿Se está logrando comunicar el concepto? Se programó una cita con la clienta para dar a conocer las primeras propuestas del gráfico final.

En dicha reunión, se le explicó a la clienta detalladamente de donde salía cada elemento, el porqué de las formas, texturas y combinaciones de color. Después de mostrar las primeras propuestas, el cliente reaccionó de manera positiva, argumentando que lo entendió perfecto, pero que tal vez sin la explicación no sería tan fácil llegar por cuenta propia al concepto.

El cliente se inclinó hacia la paleta de color verde-azul y naranja rojizo, ya que el concepto “vida” lo imagina azul, al igual que su proyecto lo imagina con tonos azulados.

Lo que se busca lograr es una imagen abstracta que contenga las ideas que conforman el concepto “Ciclicidad” traducidas al lenguaje gráfico, es decir, usar los principios básicos de diseño para representar las ideas más esenciales y que en conjunto hablen del concepto.

Cabe señalar que el concepto “Ciclicidad” no es fácil de representarlo como una imagen de forma literal, y si se hace, se corre el riesgo de dejar de lado los demás conceptos que lo conforman o limitarlo a cierto tipo de ciclicidad. Por lo tanto, optar por una representación donde cada elemento contenga un significado puede ser más rico y útil para el diseñador, pues será una guía para continuar con el anteproyecto y explicar el concepto que se quiere comunicar.

Definir la forma

Con una primera revisión por parte del cliente, se decidió seguir experimentado diferentes caminos para llegar a la representación del concepto más cercana a lo que el cliente busca.

130

Esta vez se incluyeron no solo técnicas digitales, sino también acuarela, tintas y propuestas menos convencionales y no tan conocidas en arquitectura de paisaje como el masking líquido¹⁷, el cual arroja resultados interesantes.

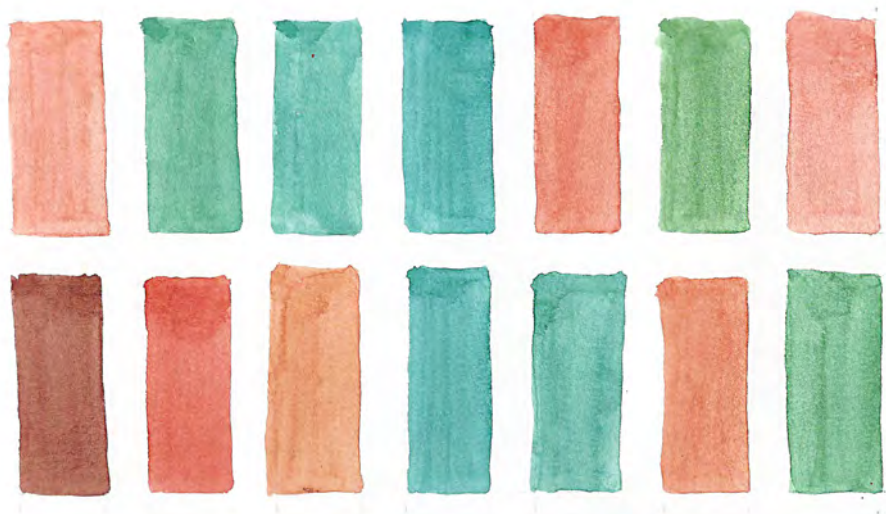
Para poder generar más ideas de manera rápida se realizaron una serie de bocetos digitales que responden la pregunta “¿Qué pasaría si...?”, es decir, se volvió a hacer un volcado visual de datos con bocetos en digital para probar “encima” de las composiciones mostradas al cliente diversas ideas que llegaban a la mente de la diseñadora y que podían apreciarse mejor mediante esta técnica.

Boceto 12. Volcado visual de datos (página siguiente).

Técnica: Tinta + Photoshop e Illustrator. Volcado visual de datos con bocetos digitales: ¿Que pasa si le agrego textura; si le agrego más elementos; si parto el círculo; si le agrego texto, si cambio los elementos de lugar, si juego con el fondo...?. Como se puede observar, los bocetos

¹⁷ Es un líquido que aplicado sobre el papel seco y blanco permite preservar zonas blancas en los dibujos, diseños, proyectos, etcétera.



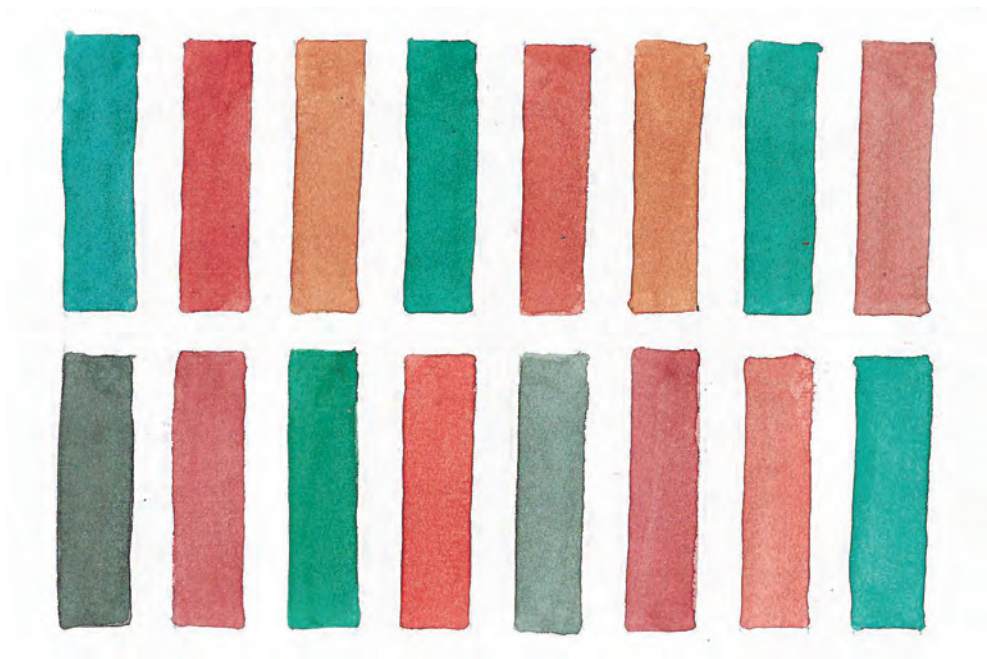


están “en bruto”, pues lo importante era no dejar sin representar gráficamente las ideas que tuvieran potencial, observarlas y preguntarse si alguna de ellas lograba comunicar el concepto acertadamente.

Posteriormente, debido a la opinión del cliente, se decidió probar con armonías de verde azulado con naranja rojizo. Así, se generó en acuarela una tira de códigos cromáticos con diferentes tonos de estos dos colores y ver que se podía generar con ellos.

Boceto 13.

Tira de códigos cromáticos. Primer acercamiento de armonías con el color verde azulado y su complementario, el naranja rojizo. Al combinar estos dos colores comple

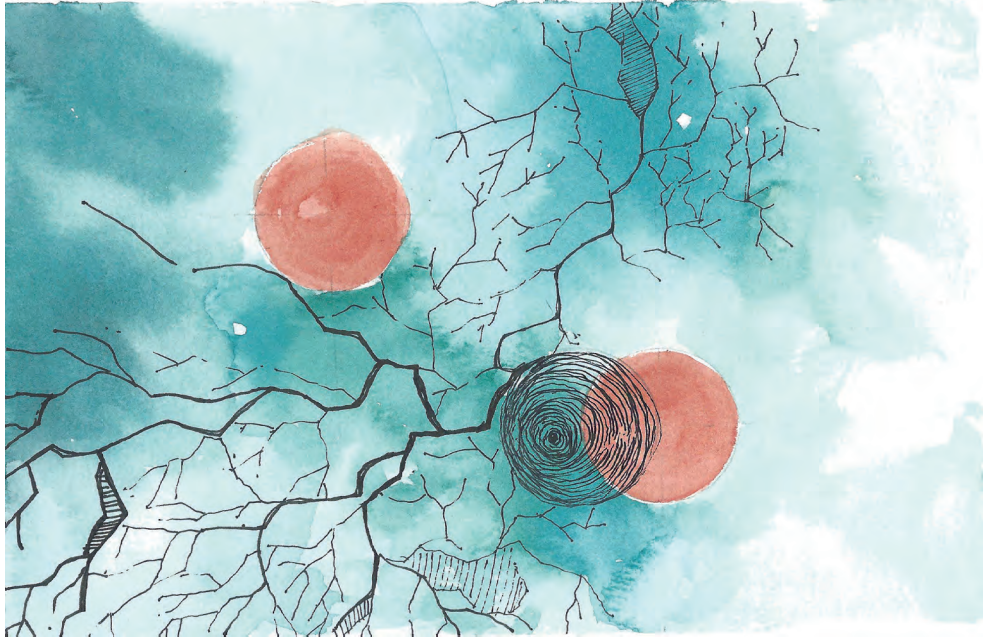


133

mentarios se obtiene un marrón de tono específico. Se puede observar que aunque son colores complementarios, hay unos tonos que se ven mejor con otros. Se trató de llevar el verde azulado a una gama más verdosa sin perder de vista su tonalidad azulada. Técnica: acuarela sobre fabriano.

Boceto 14.

Tira de códigos cromáticos. Se realizó una segunda prueba de armonías, la cual buscaba lograr más tonalidades que pudieran llegar al verde sin perder su cualidad de ser un verde azulado. Técnica: acuarela sobre fabriano.



134

Boceto 15.

En este boceto se buscó representar una de las ideas del volcado visual de datos digital. En una base de acuarela lavada se trazó con un rotulador de punta media una textura que recordara a las ramas de un árbol después de que se le han caído las hojas; igualmente se le agregó un círculo con una de las texturas provenientes de volcados visuales anteriores. El resultado no fue el esperado, ya que se siente como las texturas compiten entre sí y el negro de la tinta del rotulador es algo fuerte. La composición surgió de manera espontánea, se agregaron los elementos sin pensar mucho en su ubicación o cantidad, quizá sea la razón por la cual no es del todo armónica y no parece tener unidad. El boceto no fue terminado pues no era lo que se estaba buscando.

**Boceto 16.**

Se probó dando un giro diferente a la textura, se buscó representar los anillos de un tronco de un árbol el cual también representa muchos aspectos de la ciclicidad. Se hicieron varias pruebas dentro de una misma composición incluyendo color. Elaborado con acuarela, rotuladores y masking líquido sobre fabriano.



NO SIEMPRE
SE LOGRA LO
QUE SE ESPERA

136

Boceto 17.

Para esta propuesta se usó acuarelas sobre fabriano y masking líquido. La intención fue representar la vegetación vista en planta pero estuvo lejos de sentirse así. Aquí se puede apreciar la importancia que tiene utilizar las herramientas adecuadas para lograr los resultados esperados; el pincel utilizado era ancho y no hacía la punta suficiente para poder dibujar ramas finas; el “masking líquido” no estaba lo suficientemente seco para ser retirado, lo cual ocasionó que parte del papel se desprendiera junto con el masking líquido.



LAS
HERRAMIENTAS
TAMBIÉN SON
IMPORTANTES

137

Boceto 18.

Para lograr la textura de ramas de árboles se utilizó “masking líquido”, el cual actúa como una mascarilla que cubre las zonas en las que se aplica, se pasan las capas de acuarela deseadas y una vez seca la acuarela se retira la mascarilla de masking líquido, quedando en blanco las zonas donde se aplicó. En este boceto se puede apreciar que nuevamente el pincel que se usó no fue la mejor elección, por lo que se obtuvieron líneas muy burdas y poco definidas. En cuanto a la composición, se probó inclinando las formas circulares hacia el lado izquierdo del lienzo y agregando otro tipo de textura a uno de los círculos. El resultado tampoco fue satisfactorio, pues se siente saturado de elementos y tampoco logra expresar el concepto.



138

Boceto 19.

Aquí se buscó incluir una textura que recordara a los anillos de un tronco de árbol, perfeccionar el manejo del masking líquido con el mismo pincel y hacer una composición con mayor unidad. El resultado tampoco fue del todo satisfactorio, ya que no lograba comunicar adecuadamente el concepto.



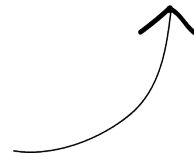
139

Boceto 20

Dejando de lado un momento la textura de tronco, se buscó unir la textura de ramas al círculo, como si salieran de él. Ésta vez la técnica con el masking líquido se manejó mejor y permitió pintar esos espacios en blanco con acuarela naranja-rojizo. Se logró contraste, textura, armonía con los colores, pero la forma que se logra juntando la textura con el círculo no nos remite a la “Ciclicidad”; la composición se ve mejor, más equilibrada; no obstante, no comunica lo que se requiere. Elaborado con acuarelas y masking líquido sobre fabriano.

Después de haber experimentado con todas estas acuarelas, se llegó a un punto de cierta frustración, ya que no se estaba logrando una composición armónica, ni tampoco comunicar el concepto de ciclicidad. Hizo falta volver a echarle un vistazo a la lluvia de ideas elaborada

A VECES NO
ES TAN
DIVERTIDO



en la etapa “definir el problema” (ver esquema 09) y la relación que había entre cada idea con un principio básico de diseño.

Ciclo: Círculo, armonías, contrastes

Tiempo: Movimiento

Dicotomías: Contrastes

Naturaleza: Color, armonías, formas y texturas orgánicas

Transformación, cambio y trascendencia:

Contrastes, movimiento

Proceso: Secuencia y movimiento

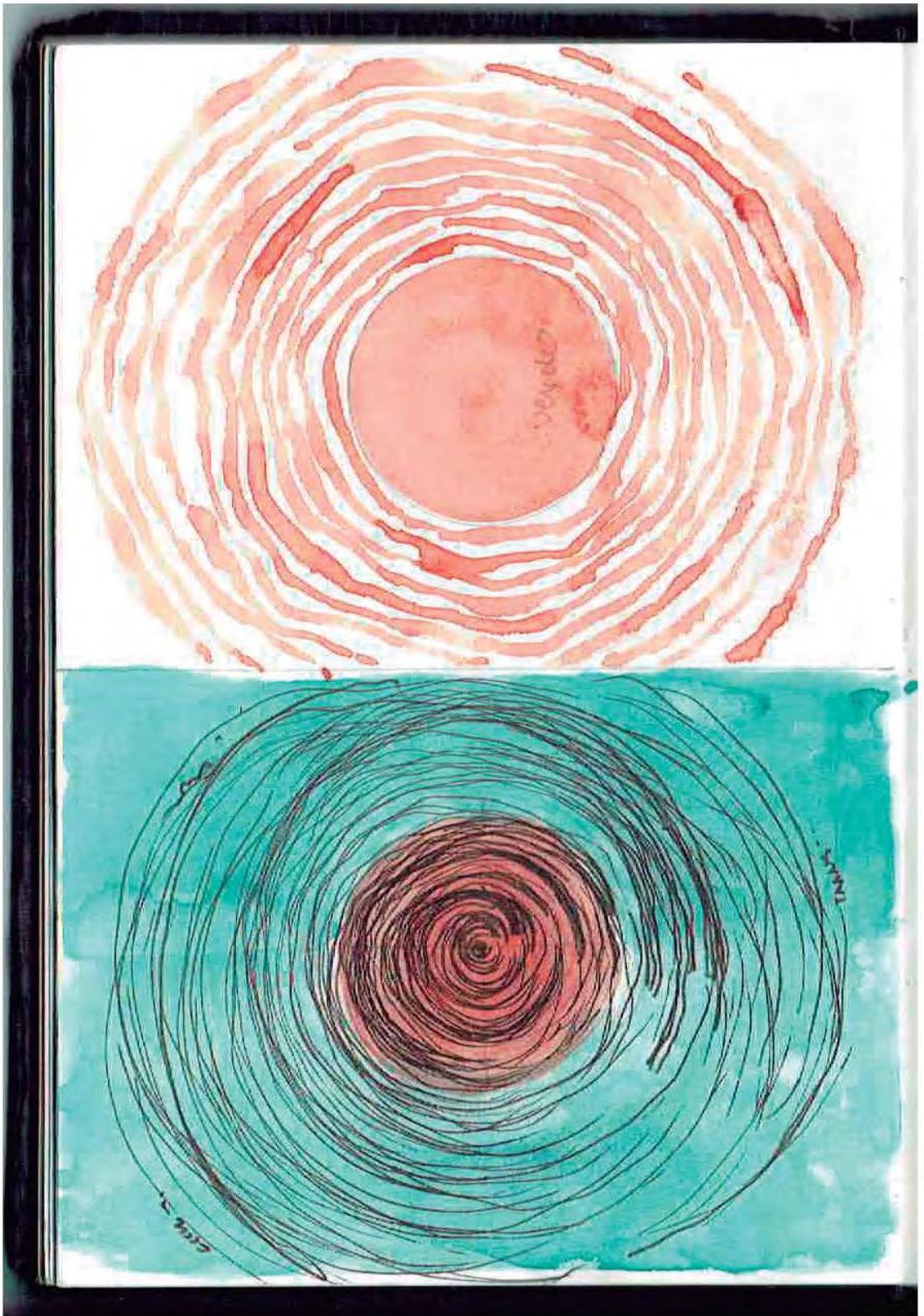
Impermanencia: Movimiento

Volver atrás en el proceso permite no perder de vista qué es lo que se busca en principio. En este caso, al regresar unos pasos dentro de la metodología provocó que se dejara de lado la idea de incluir la textura de ramas de árbol, pues esta no nos hablaba del concepto como lo hacían las primeras texturas circulares. Por lo que se pensó que se podía probar expandiendo el círculo y quizá fusionar la textura con el color, dando como resultado las siguientes imágenes.

140

Boceto 21. (página siguiente)

Esta es la imagen clave, está compuesta por dos propuestas. La propuesta de la izquierda fue la primera de las dos que se realizó. En ella se puede ver como al expandir la textura hecha con rotulador desde el centro del lienzo permitió que se pensara en la idea de juntar color, textura y forma en un solo elemento compositivo. Es en la segunda propuesta (derecha) donde se logra la mayor congruencia y unidad en la composición, es en esta donde se siente que se explica mucho mejor el concepto: se tiene el elemento círculo que nos simboliza la ciclicidad; la textura orgánica que se buscaba, la cual va formando un espiral para transmitir movimiento y continuidad. Además, por la forma que tiene, remite a los anillos concéntricos de un árbol, mismos que también representan muchos elementos de la ciclicidad. Esta imagen fue la más satisfactoria, ya que era muy fácil de explicar cada uno de los elementos, la composición tiene unidad y se logra integrar todo los conceptos en un solo elemento compositivo. Elaborados con acuarela y rotulador sobre bitácora de dibujo.



141

Boceto 21. Imagen Clave

Boceto 22. (página siguiente)

Elaborado con acuarela sobre fabriano. Este boceto es la base de las propuestas finales, en él se logra conjuntar todas las ideas que se buscaban traducir y comunicar. Se aprecian elementos como el círculo, texturas que recuerdan la naturaleza, el espiral haciendo referencia a la secuencia y movimiento, diferentes cambios de tonos en el naranja. Una vez teniendo esta base, lo que se hizo fue aplicar color con técnicas digitales y probar diferentes combinaciones.

Boceto 23

El boceto base (boceto 22) se escaneó para poder manipularlo con programas de diseño. En esta prueba se aumenta más la saturación de color al espiral naranja y se usa un verde mucho más azulado y saturado. Esta combinación de colores no remite al concepto naturaleza, la fuerza del azul es demasiada para lo que se requiere comunicar.

Boceto 24

142

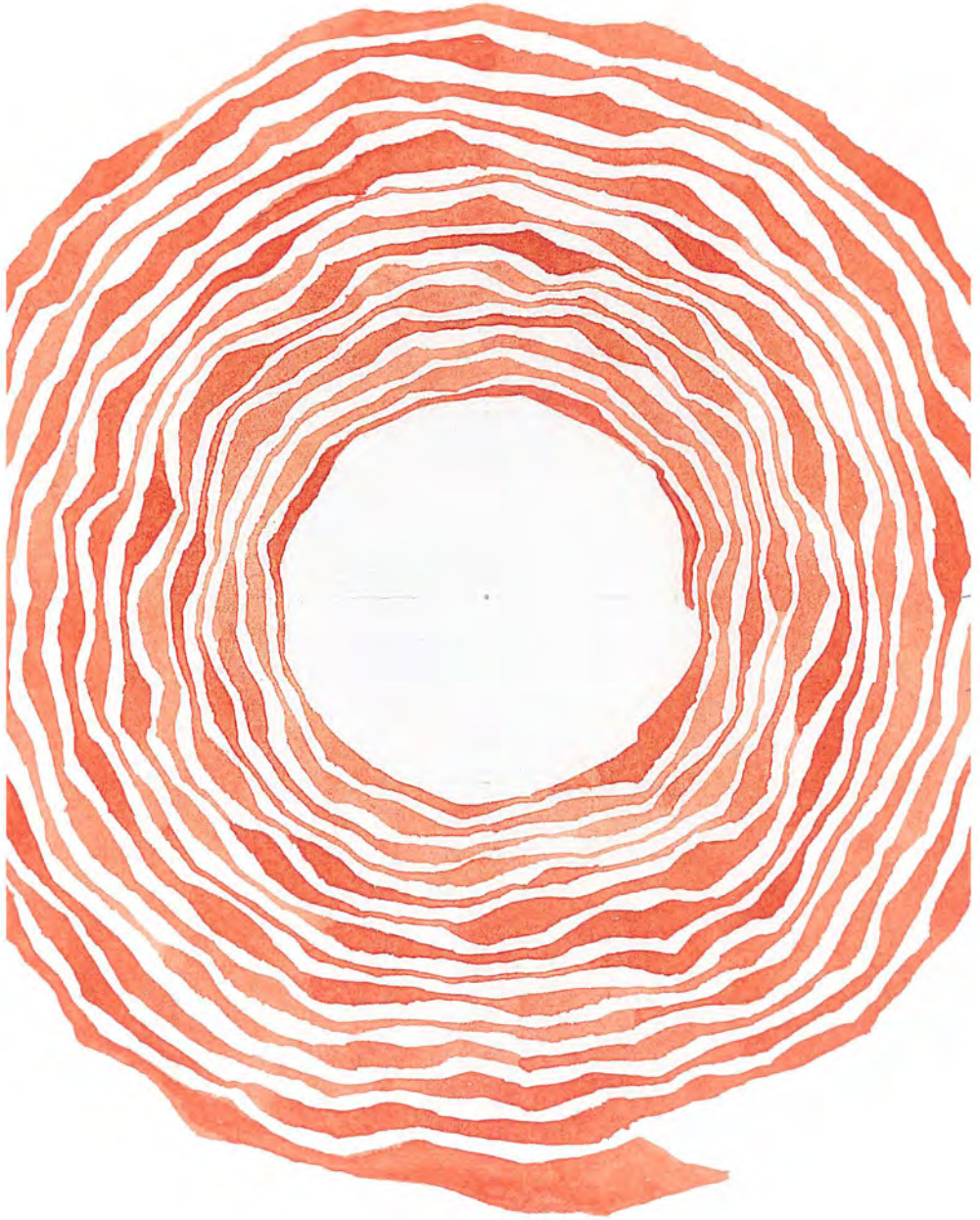
Para esta prueba también se aumentó la saturación de color en el espiral, el color de fondo está dentro de la gama de los verdes azulados, pero más que recordar a la naturaleza, recuerda al agua, por lo tanto no se considera la mejor opción.

Boceto 25

El verde de esta imagen está más cerca de lograr el efecto que se busca, está más cerca del verde que del azul, por lo tanto los siguientes intentos se mantienen cerca de este tono de verde y se sigue experimentando con los tonos naranjas del espiral.

Boceto 26

Lo que se hizo fue tomar un tono naranja rojizo y aplicarlo encima del trazo hecho a mano con acuarela, eso hizo que perdiera un poco su apariencia de acuarela pero se siente más integrado al fondo. El siguiente paso fue agregar texto para completar la composición, ayudarla a transmitir el mensaje. Lo que se percibe es que la tipografía no es la más adecuada para hablar de ciclicidad.

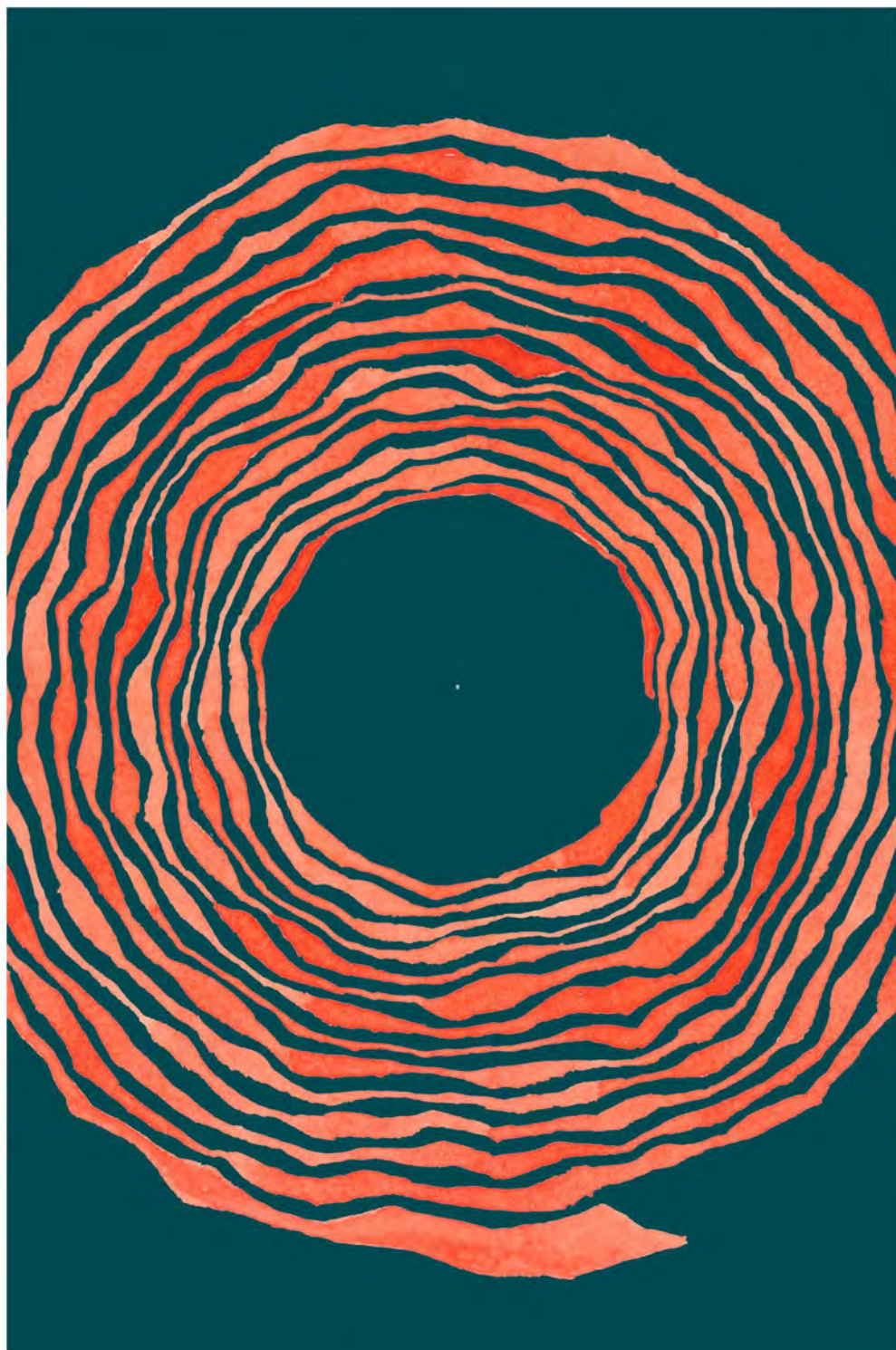


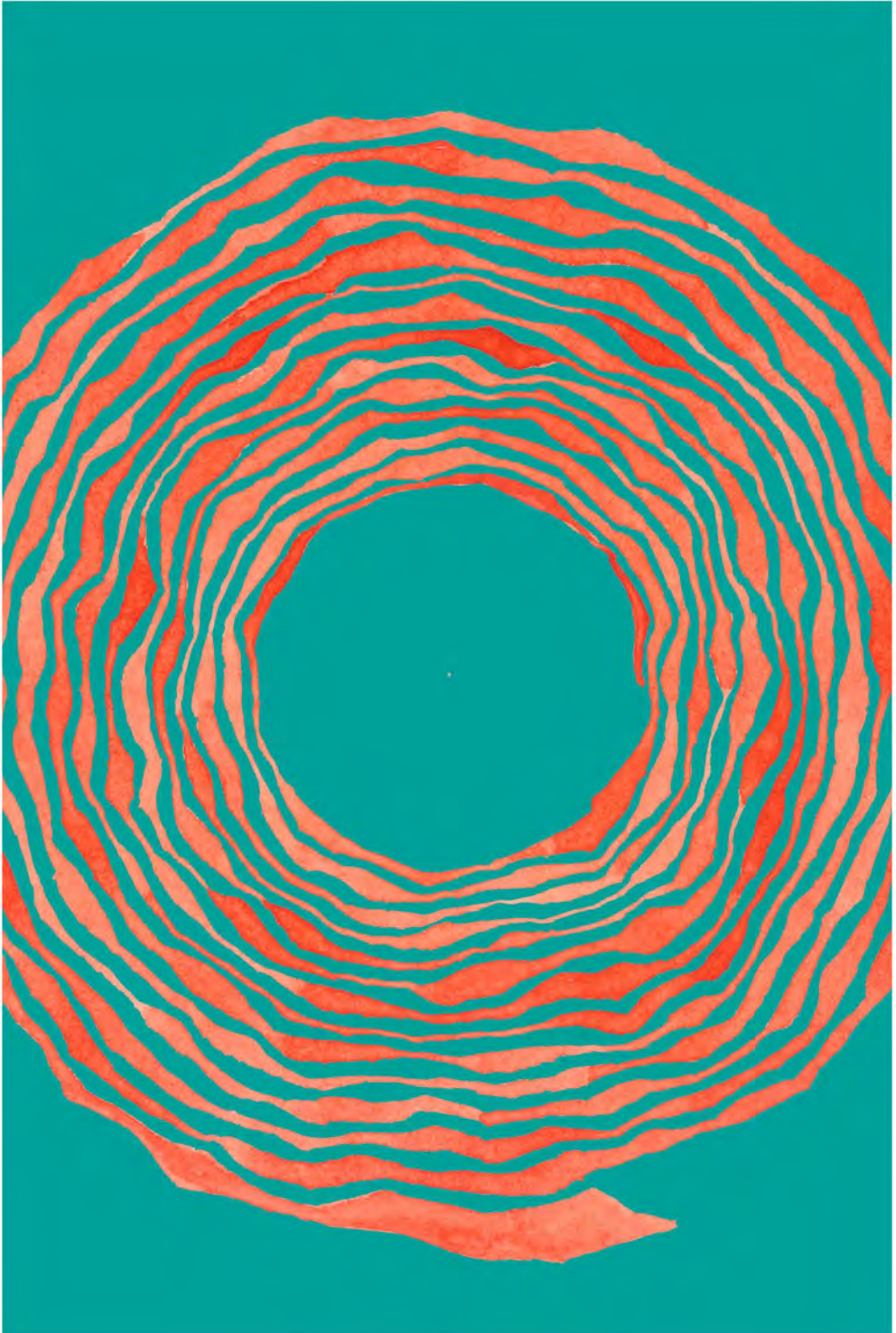
143

Boceto 22.

144

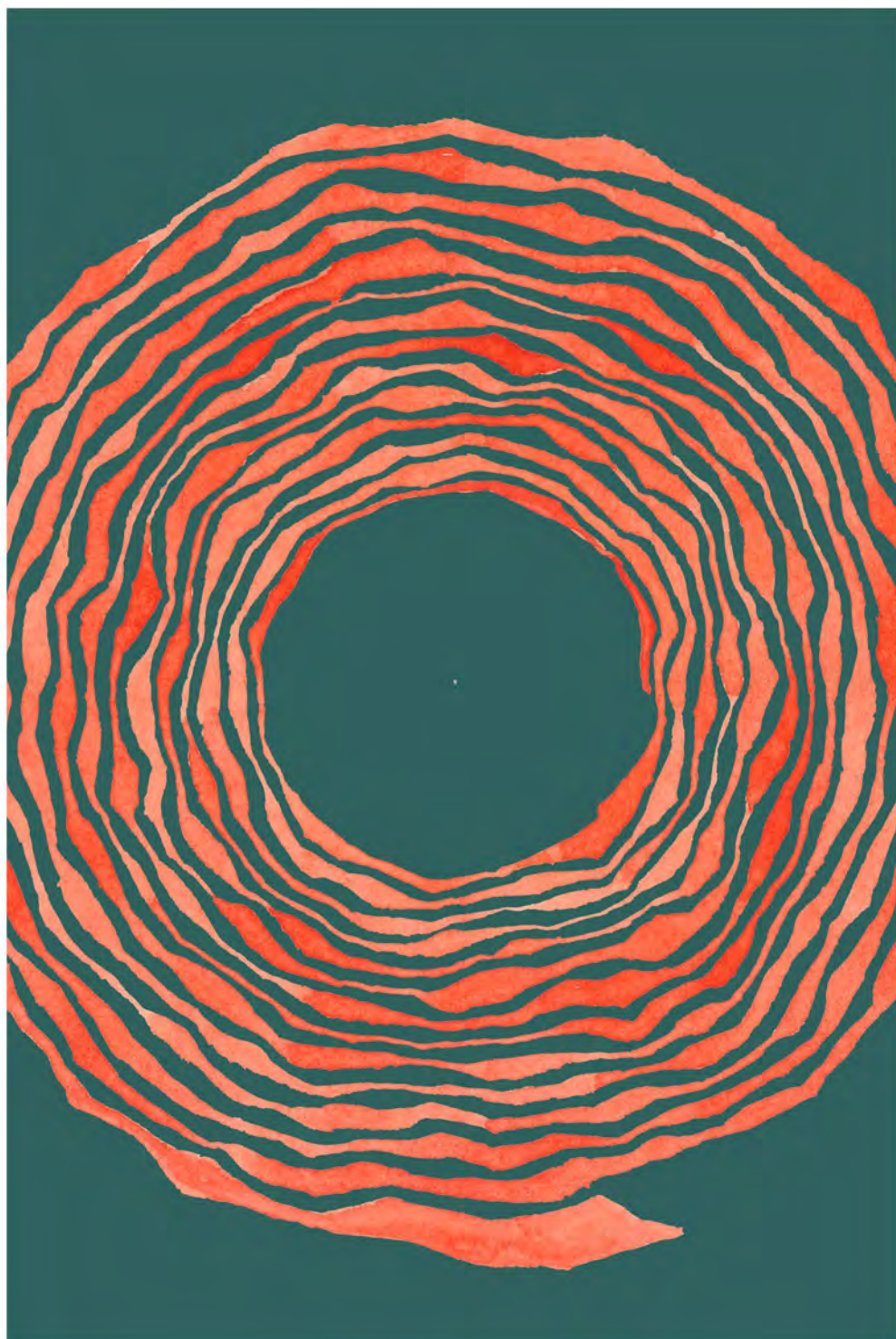
Boceto 23.

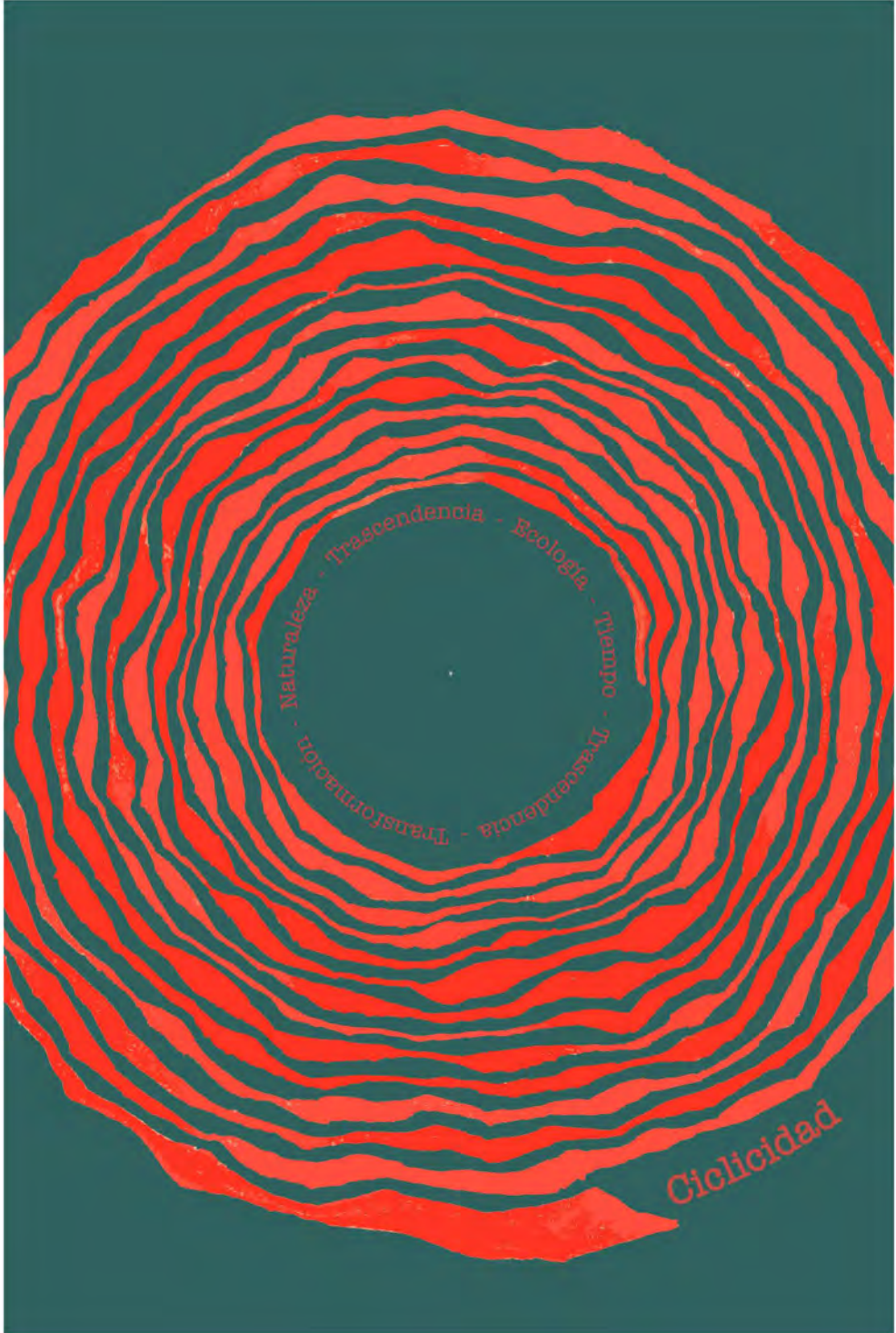




146

Boceto 25.





147

Boceto 26.

Después del boceto 26 se volvió a buscar una cita con la clienta. La reacción fue inesperada: a la clienta le gustaron todas las propuestas. Se sabe que todas las últimas propuestas constan de la misma composición y que solo se fueron modificando los tonos de la combinación de colores complementarios verde-naranja, por lo tanto, al final la decisión de la diseñadora fue que, al ser un eco-cementerio con lo que se está trabajando como proyecto de paisaje, los tonos de los colores además de comunicar el concepto “naturaleza” también podía provocar una sensación de paz y mayor armonía.

Producto final

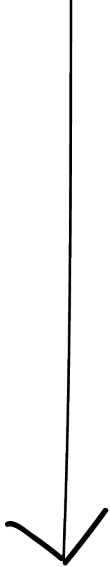
Ciclicidad. Acuarela sobre fabriano + Photoshop.

El proceso de diseño puede prolongarse tanto como se quiera o se requiera, ya que la gran mayoría de las veces se va a encontrar algo que mejorar o cambiar; no obstante, el tiempo de entrega que se acuerda con el cliente debe ser respetado, por ello es necesario saber cuando parar.

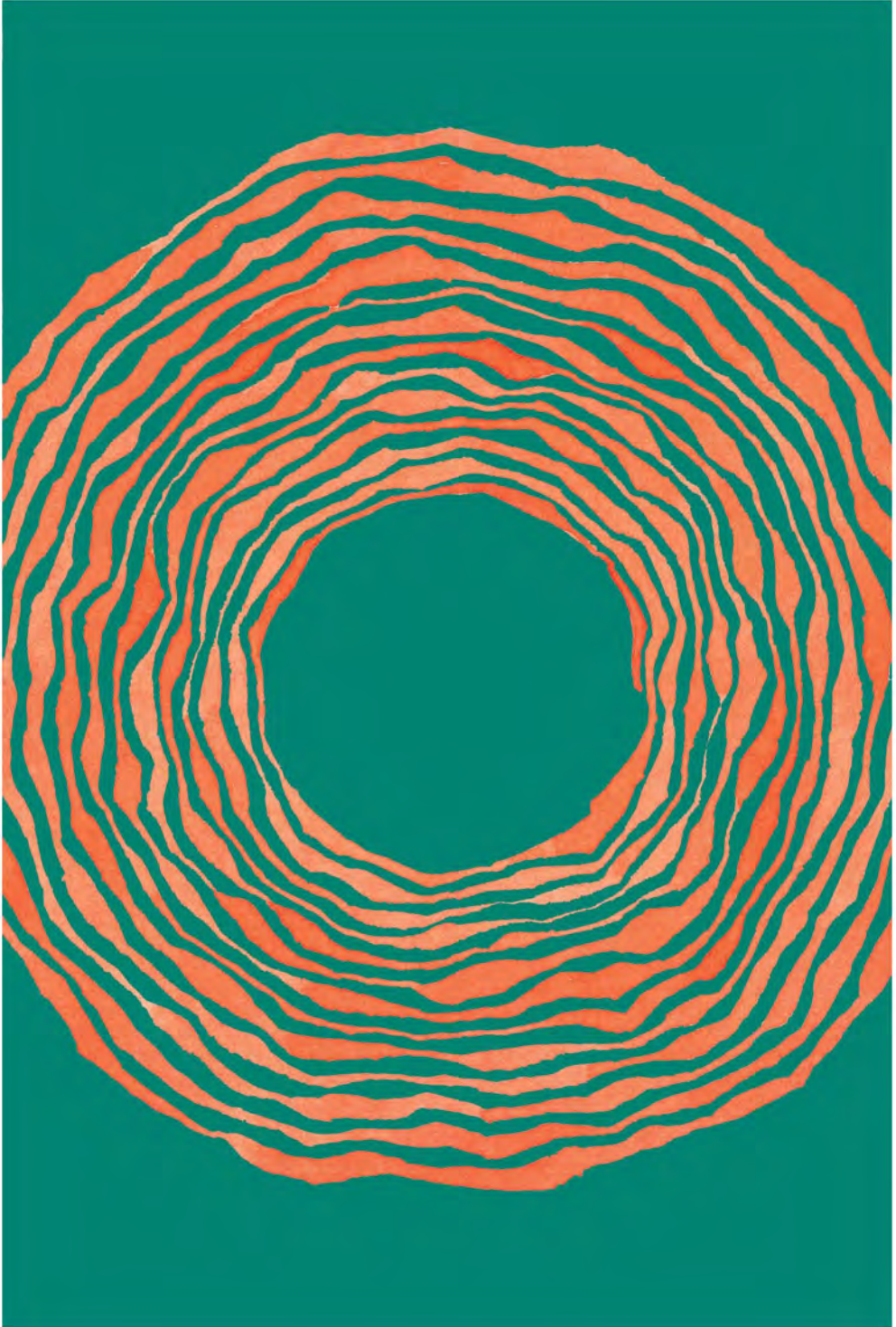
148

Después de cuatro pruebas con diferentes tonos dentro de la misma gama de colores (naranja rojizo y verde azulado), se revisaron los puntos clave que debía expresar el producto gráfico final, en este caso, una lámina de presentación; se procuró que el producto final expresara en todas las formas posibles el concepto de “Ciclicidad”:

- ▶ Los colores complementarios (verde azulado y naranja rojizo) representan las dicotomías presentes en un ciclo (vida-muerte; valles- crestas, etcétera) y a su vez proyectan armonía y una sensación de paz.
- ▶ La figura del círculo se coloca en el centro de la composición para otorgarle importancia y jerarquía.
- ▶ El espiral naranja rojizo cumple con diferentes características que expresan una diversidad de conceptos; el espiral en sí mismo representa el movimiento y la continuidad que hay en un ciclo (cuando un ciclo termina, empieza otro de manera inmediata), el cambio del tono naranja expre-



HAY QUE
SABER
CUANDO
PARAR



sa impermanencia dentro del ciclo; la forma que crea el espiral remite a la forma de los anillos de un árbol, el cual también permite hablar de conceptos como la naturaleza y ecología.

- ▶ El movimiento en la figura de espiral representa el paso del tiempo y los procesos que ocurren en un ciclo.
- ▶ El contraste entre un fondo liso y una textura en primer plano permiten evocar los conceptos de cambio y transformación.

A diferencia del boceto 26, en el producto final se decidió no incluir texto y mantener más simple la composición. De igual manera, se retomó la textura que produce la acuarela de la imagen original la cual le da mayor dinamismo y originalidad a la composición.

Esta lámina de presentación cumple con dos funciones. La primera es dar a conocer el concepto al cliente y la segunda es dar pie a una serie de criterios generales de diseño que podrán aplicar en la siguiente etapa del proceso de diseño de arquitectura de paisaje: el anteproyecto.

150

Criterios generales de diseño

Eco- cementerio “Jardín de descanso”

En base al desarrollo del concepto que se consolida en una lámina de presentación (imagen 60) se proponen los siguientes criterios generales de diseño que al aplicarse en el diseño del anteproyecto podrán evocar el concepto de ciclicidad en el eco-cementerio una vez construido.

- ▶ Vegetación caducifolia para marcar el paso del tiempo y las transformaciones en el paisaje y que al combinarla con la vegetación perennifolia marquen contrastes en el paisaje, los cuales representan las dicotomías y los cambios.
- ▶ Vegetación con floración naranja, amarilla y roja de acuerdo a la paleta de colores usada.
- ▶ Senderos peatonales con trazos curvos.
- ▶ Pavimentos con tonos rojizos y patrones circula-

res.

- ▶ Lápidas con piedras naturales colocadas de manera que se integren al paisaje armónicamente.
- ▶ Mobiliario que parezca surgir de la propia naturaleza (del suelo, de los árboles, etcétera) y se transforme con el paso del tiempo y las estaciones.
- ▶ Áreas verdes y contemplativas con vegetación nativa.

Como se puede observar, este proceso para generar la representación gráfica de un concepto da un paso más allá de sólo comunicarlo; de esta etapa conceptual surgen los criterios de diseño que se pueden aplicar en las siguientes etapas del proceso de diseño de un proyecto de arquitectura de paisaje, el siguiente paso es desarrollarlos para que pueda ser construido.

La forma en que se aborde la metodología propuesta será diferente para cada concepto. Como se mencionó antes, no es una receta donde los ingredientes se aplican de manera exacta; habrá veces en las que se necesite desarrollarlo mucho más u otras veces donde solo se requiera llegar a un boceto simple; aquí también dependerá de los alcances que requiera el cliente.

Las variantes en la metodología propuesta son la duración y como te regresas o relacionas una fase con la otra, pero la metodología seguirá siendo la misma.

Este proceso de diseño para comunicar el concepto enlaza las etapas previas con la etapa de desarrollo mediante el mensaje gráfico del concepto.

Lo más importante a resaltar es lo que ofrece esta manera de abordar el concepto: es un proceso donde se desarrolla a conciencia las ideas que generan el concepto rector; la profundización del mismo encamina al anteproyecto con una serie de criterios generales de diseño; logra una mejor comunicación entre el cliente y el diseñador mediante un mensaje gráfico y demuestra que el dibujo y la composición son herramientas esenciales (y muy divertidas) para la arquitectura de paisaje.



CON
TIN
SION
NES



La última y nos vamos. (conclusiones)

Luego de quince meses de infinitas correcciones y tazas de café, parece vislumbrarse la luz al final del túnel. Suena demasiado tiempo, sin embargo, quince meses sólo es el rango temporal dentro del cual una porción fue dedicada a esta tesis con un profundo amor y pasión. Podría coleccionar sin problemas los pliegues de mis ojeras y mis frustraciones de redacción, no obstante, este amor al diseño lo vale.

Al comienzo de este viaje se planteó un objetivo que sin duda se esperaba alcanzar; bien, puedo decir que no me hubiera permitido parar hasta no alcanzarlo y, en vista de que este capítulo no es más que la despedida, me permito contestar que el reto ha sido superado.

La intención primera con la que se inició este trabajo era básicamente dibujar y diseñar elementos gráficos. Con una muy acertada guía se descubrieron grandes vacíos de conocimientos vitales para un arquitecto paisajista que no se deberían quedar sin ser llenados. Al decidir acotar el tema en la etapa conceptual, no sabía en la que me estaba metiendo, pues es una zona que pocos se han atrevido a explorar. Y es que ¡qué ambiguo y desconocido es el concepto! He ahí la importancia de aceptar este reto, no solo de conocerlo y entenderlo, sino también de poder comunicarlo a los demás.

Así fue como se decidió que el objetivo que esta tesis se dedicaría a perseguir es el de comunicar y representar gráficamente un concepto de un proyecto de arquitectura de paisaje.

Al ser terreno escasamente explorado, los retos a superar no fueron nada despreciables. El primer desafío apareció cuando se descubrió que son pocos los que pueden hablar a sabiendas del concepto. Y es que en realidad no sabemos qué es con exactitud o para qué sirve. Y como no está definido, cada quien opta por generar su propia noción de concepto, o más aún, acaba por omitirlo.

Cuando se profundizó un poco en la búsqueda de una respuesta a lo que es concepto se descubrió que dentro de la carrera de arquitectura de paisaje no hay un verdadero proceso de reflexión sobre lo que es concepto, menos aún se le da la importancia de lo que es.

Bien, ya se explicó en el primer capítulo, con el respaldo de arquitectos, arquitectos paisajistas, libros y otras disciplinas, que el concepto no puede definirse en uno solo y ya, cada quien ha entendido el concepto de acuerdo a su experiencia, sin embargo, sí hay puntos en común en los que todas las fuentes consultadas coinciden y en base a ellas se propuso una definición de concepto que se aplicaría en este trabajo.

El aporte que esta tesis le ofrece a la arquitectura de paisaje va más allá de definir lo que es el concepto, es también un llamado a su reflexión, de preguntarse ¿Qué es exactamente el concepto?, ¿realmente sirve? Lo que se propone aquí llamar concepto fue estudiado y reflexionado con esmero, respaldado en personas que lo conocen de primera mano y que generosamente han

compartido su experiencia. En el proceso de este trabajo descubrimos que lo que se define aquí como concepto ha funcionado, pero la invitación a conocerlo, definirlo y reflexionarlo queda ampliamente abierta.

Después de un proceso largo de investigación y discusiones sobre lo que es el concepto se pudieron identificar las características esenciales que lo definen y el papel que juega dentro de todo el proceso de diseño. Así es, el concepto es una cosa y la etapa conceptual es otra.

Es en la etapa conceptual donde el concepto toma forma, es decir, la información previa (que se obtiene de un proceso de análisis, diagnóstico, lectura del paisaje) se filtra para formar una idea rectora a partir de otras ideas compatibles entre sí. La etapa conceptual termina cuando se termina de filtrar esta información que genera el concepto, pero este último sigue estando todo el tiempo presente en los siguientes pasos del proceso de diseño, pues ante proyecto y proyecto ejecutivo no son más que el desarrollo del concepto.

156

Si esto quedara claro desde un principio se respondería sin problemas la pregunta de si realmente sirve o no el concepto.

Todavía quedan muchas cosas por saber acerca del concepto, pero el paso que da esta tesis en el tema no es nada despreciable.

Ya teniendo un poco más claro lo que es el concepto y definido cómo se abordaría, se pasó a la parte de preguntarse ¿Cómo lo comunico gráficamente? Otro gran reto, ya que de nuevo se transitó por mundos subestimados y desconocidos dentro de la carrera de arquitectura de paisaje.

La Arquitectura de Paisaje se caracteriza por ser multidisciplinaria: interviene la biología, el diseño, la construcción, matemáticas, ecología, botánica, arte... pero hay una pata de la que se cojea y es el campo de la comunicación visual. Hizo falta tocar la puerta a otras áreas del conocimiento como lo son el diseño gráfico y la comunicación visual para poder entender como se podía comunicar gráficamente el concepto de arquitectura de paisaje. Tan necesario fue llenar este vacío que más del

90% de la bibliografía usada para sustentar esta tesis viene de estas disciplinas.

Esta es otra invitación a la reflexión de esos vacíos que tiene la arquitectura de paisaje como licenciatura. Tal vez no nos convirtiremos en expertos en comunicación, pero hay bases de la comunicación visual, del diseño gráfico y la comunicación gráfica que enriquecerían mucho a la arquitectura de paisaje.

Otra de las ofrendas que tiene esta tesis para la carrera es ampliar un poco más esa característica multidisciplinaria que hace tan única a la arquitectura de paisaje. Voltar la mirada a la comunicación visual y gráfica sin duda no está de más, finalmente un arquitecto paisajista también es un diseñador que se enfrenta a la aproximación de una solución para un problema de diseño y debe buscar la manera de representarlo y comunicarlo a un receptor.

La comunicación visual y gráfica fueron las que dieron las bases de la metodología propuesta para representar gráficamente el concepto y que este pudiera comunicarse exitosamente al cliente.

Fue realmente bello ver como arquitectura de paisaje y comunicación gráfica (en donde también se pueden agregar el diseño gráfico, la arquitectura y por qué no, el arte) se complementaron perfectamente para lograr el fin que se buscaba.

Muchas fueron las herramientas que la comunicación gráfica obsequió generosamente a la arquitectura de paisaje para enriquecer el proceso de diseño. Hablo de un proceso de diseño enfocado a productos gráficos donde se emplean lluvias de ideas, mapas mentales, volcados visuales de datos, figuras retóricas, investigación de campo, principios básicos de diseño y técnicas de representación, entre otras.

El incluir este conocimiento a la carrera de arquitectura de paisaje permitiría no solo comunicar el concepto, si no también ayudaría a ordenar la información previa y comunicar el proyecto en sí. De hecho, cualquier cosa que un arquitecto paisajista quiera dar a conocer por medios gráficos, esta metodología le proporcionaría una forma clara, ordenada y sistemática para lograrlo.

Una vez que se comenzó a aplicar la metodología a un concepto de arquitectura de paisaje, se encontró que el proceso de diseño no es lineal, es más bien un ir venir, una serie de experimentaciones que van tomando la forma más aproximada cuando vamos confirmando en el camino que en efecto lo que se está haciendo logra comunicar o no el concepto. Se retrocederá en el camino tanto como sea preciso, pero no necesariamente se volverán a hacer paradas en cada fase, a veces solo es cuestión de voltear atrás para no perder de vista el objetivo, para disipar dudas o para reafirmar todo el trabajo realizado.

El proceso de diseño está muy lejos de ser una receta con la cantidad exacta de ingredientes. El proceso de diseño es una guía muy versátil que te lleva por el camino para encontrar la solución más cercana al problema gráfico. Conforme se avanza en este camino, el diseñador se enfrentará a una serie de toma de decisiones para elegir las herramientas que le faciliten llegar a la solución, así que cualquier combinación entre técnicas y herramientas se vale mientras se logre el objetivo. Sin duda que esto lo convierte en algo muy entretenido y divertido, pero también complejo y subjetivo, ya que como diseñador se toman decisiones desde los propios filtros, habilidades, etcétera; no obstante, siempre se tiene un receptor al que el diseñador debe enfocarse y ajustarse. No importa, entre más se practica, más fluido se vuelve el proceso.

158

Quedo muy satisfecha de haber tenido la oportunidad de explorar el campo del diseño y la comunicación gráfica y dejar una puerta abierta para voltear a ver que hay mucho que podemos aprender de ellas. Probablemente con lo que no quedo satisfecha es que no haya podido experimentar más técnicas de representación, sin embargo, esto me motiva a seguir andando en este camino.

Ya se ha mencionado que la arquitectura de paisaje es multidisciplinaria, son tantas las disciplinas que colaboran en conjunto que resulta un tanto sorprendente que no se considere a la comunicación gráfica como parte del plan de estudios de la carrera en la Facultad de Arquitectura de la UNAM. Si, se tienen asignaturas en las que se desarrollan habilidades para la representación gráfica en los primeros semestres de la carrera, sin embargo, se

creo necesario repensar los temas que se abarcan en dichas asignaturas para poder estudiar los elementos de la comunicación gráfica que ayuden a representar de la manera más adecuada los proyectos de arquitectura de paisaje; es decir, que las asignaturas de representación gráfica vayan más allá de la enseñanza y práctica de las técnicas de dibujo y muestren también la importancia de comunicar lo que se requiere expresar. Esta propuesta queda abierta a considerarse y reflexionar en base al trabajo de esta tesis que tan importante resulta invitar a trabajar a la comunicación gráfica en conjunto con la arquitectura de paisaje.

El proceso de diseño tiene una característica dualista, ya que al mismo tiempo que se necesitan desarrollar muchas habilidades prácticas y manejar la teoría para aplicarla correctamente, también se requiere de experimentación, echar a volar la imaginación, tomarlo con calma, soltarse el cabello y divertirse para poder obtener resultados satisfactorios, originales y que cumplan con el objetivo primario ¡Qué dicha trabajar bajo estos requerimientos! Después de un largo periodo de aprendizaje y llevar este a la práctica, mi experiencia me permite decir que soltarse el cabello y pasarla realmente bien en el proceso han sido los elementos esenciales para lograr el objetivo de esta tesis. La experimentación y diversión fueron la gran constante de este trabajo de tesis.

Referencias

- Ambrose, G. y N. Aono-Billson (2011) *Enfoque y lenguaje*. Edición de Andrés Pozo. Barcelona. Editorial Parramon.
- Carrol, H. (2017) *Lea este libro si desea tomar buenas fotografías de lugares*. Edición de Cristina Rodríguez Fischer. Barcelona. Editorial Blume
- Corbin, A. (2016) “Significados y curiosidades de los colores”, en *Cultura Inquieta* [En línea]. Disponible en: <http://culturainquieta.com/es/inspiring/item/10923-significados-y-curiosidades-de-los-colores.html> [Accesado el día 3 de Octubre del 2018]
- Costa, J. (2003) *Diseñar para los ojos*. La Paz. 2ª edición. Grupo Editorial Design.
- Costa, J. Foroalfa (2012) “Cambio de Paradigma: La Comunicación Visual”, *Foroalfa* [En línea]. Noviembre. Disponible en: <https://foroalfa.org/articulos/cambio-de-paradigma-la-comunicacion-visual> [Accesado el día 23 de Noviembre del 2017].
- Lupton, E (2015) *Intuición, acción, creación. Graphic Design Thinking*. Edición de Ellen Lupton. Primera edición. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.
- Lupton, E y J. Cole (2016) *Diseño gráfico: Nuevos fundamentos*. Edición de Clare Jacobson y Nicola Brower. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.
- Meilhamer. (1988) *Guías de dibujo y pintura. Los rotuladores*. Primera edición. Barcelona. Ediciones Ceac.
- Munari, B. (2002) *Diseño y Comunicación Visual, contribución a una metodología didáctica*. 14ª Edición. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.
- Núñez, J. (2014) “Psicología de los colores: el color verde”, en *Coloreando la vida* [En línea] Disponible en: <https://aprendizajeyvida.com/2014/02/24/el-color-verde/> [Accesado el día 12 de Septiembre del 2018]
- Pérez; Gardey (2012) “Definición de ciclo” en *Definición.de* [En línea] Disponible en: <https://definicion.de/ciclo/> [Accesado el día 15 de agosto del 2018]
- Pérez; Gardey (2012) “Definición de ecología” en *Definición.de* [En línea] Disponible en: <https://definicion.de/ecologia/> [Accesado el día 15 de agosto del 2018]
- Pérez; Merino (2013) “Definición de naturaleza” en *Definición.de* [En línea] Disponible en: <https://definicion.de/naturaleza/> [Accesado el día 15 de agosto del 2018]

Pérez; Merino (2013) “Definición de transformación” en *Definición.de* [En línea] Disponible en <https://definicion.de/transformacion/> [Accesado el día 15 de agosto del 2018]

Quintal, B. (2017) “69 definiciones de arquitectura” en *Archdaily* [En línea] México, disponible en: <https://www.archdaily.mx/mx/871342/69-definiciones-de-arquitectura> [Accesado el día 2 de febrero del 2018]

RAE (2018) “Cambio” en *Real Academia Española* [En línea] Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=6vf6IVu> [Accesado el día 16 de agosto del 2018]

RAE (2018) “Naturaleza” en *Real Academia Española* [En línea] Disponible en: <http://lema.rae.es/drae2001/srv/search?id=mZWdUp-zOaDXX2FnA9UmO> [Accesado el día 16 de agosto del 2018]

RAE (2018) “Proceso” en *Real Academia Española* [En línea] Disponible en <http://dle.rae.es/?id=UFbxsxz> [Accesado el día 16 de agosto del 2018]

RAE (2018) “Trascender” en *Real Academia Española* [En línea] Disponible en <http://dle.rae.es/?id=aPU-8LlU> [Accesado el día 16 de agosto del 2018]

Reid, G. (1993) *From concept to form in landscape design*. Estados Unidos. Editorial Van Nostrand Reinhold.

Ryokan (2014) “¿Por qué la impermanencia tiene tanta importancia en el budismo?” en *Escrituras eremitas* [En línea] Disponible en: <http://escrituras-eremitas.com/2014/12/11/por-que-la-impermanencia-tiene-tanta-importancia-en-el-budismo/> [Accesado el día 16 de agosto del 2018]

Samara, T. (2009) *Los elementos del diseño, manual de estilo para diseñadores gráficos*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.

Serrano, J., (1978) *Pensamiento y concepto*. Quinta impresión, México. Editorial Trillas.

Scheinberger, F. (2015) *Acuarela para urban sketchers. Recursos para dibujar, pintar y narrar historias en color*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.

Significados (2017) “Significado de ciclo” en *Significados* [En línea] Disponible en <https://www.significados.com/ciclo/> (Accesado el día 16 de agosto del 2018)

Significados (2016) “Significado de proceso” en *Significados* [En línea] Disponible en: <https://www.significados.com/proceso/>

(Accesado el día 16 de agosto del 2018)

Simón Sol, G. (2009) + *de 100 definiciones de diseño*. Edición de Mauricio Vico Sánchez. México. Ediciones Universidad Tecnológica Metropolitana.

Sherin, A. (2013) *Elementos del diseño. Fundamentos del color*. Edición de Martín Medrano. Barcelona. Editorial Parramon

Smith, R. (2003) *Manual del artista. Herramientas, materiales, procedimientos, técnicas*. Edición de Bárbara Dixon. Madrid. Editorial H. Blume.

Tena, D. (2005) *Diseño Gráfico y Comunicación*. Edición de Juan Luis Posadas. Madrid. Editorial Pearson Educación.

Tu gimnasia cerebral (2014) “¿Qué es un mapa mental?” En *Tu gimnasia cerebral* [En línea] Disponible en: <http://tugimnasia-cerebral.com/mapas-conceptuales-y-mentales/que-es-un-mapa-mental-caracteristicas-y-como-hacerlos> (Accesado el día 3 de marzo del 2018)

Wikipedia (2018) “Trascendencia” en *Wikipedia* [En línea] Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Trascendencia> [Accesado el día 16 de agosto del 2018]