

El Color Transformador de los Espacios en el Diseño de la Comunicación Visual

Cristian N. Fortunatti

Universidad Nacional del Litoral

Arquitectura, Urbanismo y Diseño.

Diseño

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años, ha habido un creciente interés por determinar cuál es el verdadero rol del color en las fachadas de locales comerciales. La aplicación de colores sirve de soporte a la forma y revalorizan una obra arquitectónica, no siempre teniendo en cuenta la incidencia del color en el ambiente, causando muchas veces el efecto adverso al deseado. Hasta el momento no se ha logrado construir conocimiento empírico sobre el tema y es de suma necesidad para proponer soluciones. Por consiguiente, es propósito de esta investigación determinar cuáles son las dimensiones intervinientes en la construcción de la identidad de un espacio y cómo estas se aplican para su adecuación a la actividad comercial.

OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

Generales

1. Indagar sobre el rol del color en la fenomenología espacial.
2. Determinar cuáles son los aspectos formales y fenomenológicos que dan carácter a una fachada.

Específicos

3. Comparar la influencia de la luz solar sobre colores y materiales en distintos estadíos del día.
4. Determinar el rol de la gráfica y cartelera como aspecto fenomenológico y retorico de fachadas comerciales.

5. Intervención y transformación de un espacio específico de la Ciudad de Santa Fe.

METODOLOGÍA

El estudio en cuestión se define como cualitativo, y viene caracterizado desde los objetivos de naturaleza hipotética que plantean preguntas cuyo propósito consiste en descubrir las características de una situación, fenómeno o proceso; encontrar y establecer relaciones que permitan comprenderlos, describir e interpretar experiencias subjetivas. El uso del color aplicado en fachadas comerciales es el objeto de estudio de esta investigación, ubicadas en zonas específicas de la ciudad, con rasgos estilísticos determinados y que responden a diferentes criterios compositivos para adecuarse a la zona y principalmente a su rubro. En esta investigación de tipo cualitativa, el acceso a los datos implica una discusión sobre el tipo y naturaleza del dato y elaborar estrategias de aproximación y construcción de categorías para el análisis. Por esto es que no se realiza un muestreo estadístico o no estadístico, sino una selección de casos cuyos rasgos son adecuados a los propósitos del estudio. Se trata de un muestreo intencional y una selección teórica, es decir muestreo teórico, que se va perfilando a lo largo de todo el trabajo de campo. Este muestreo teórico se conforma de las nociones expresadas por autores como mencionados en el marco teórico. La idea de una investigación cualitativa se apoya en la idea de la unidad de la realidad, por ello la presente investigación es holística, porque consiste en una interpretación contextual del color, con la cual se puede realizar un relevamiento de los aspectos generales y concretos de cada caso.

Se llevó a cabo un relevamiento fotográfico de los locales que se presentaban como los más representativos de los sectores urbanos a trabajar (Boulevard Gálvez y peatonal San Martín) y que en su configuración proponían una variedad suficiente de recursos estilísticos para ser analizados. Una particularidad de dicho relevamiento consiste en los horarios de sondeo: los locales seleccionados fueron relevados en distintos estadios del día (mañana, tarde y noche), de esta manera posibilitó un análisis más detallado acerca de la incidencia de la luz sobre colores y materiales.

Una vez conformado el corpus parcial de muestras fotográficas, se procedió a la confección de un cuadro de análisis, donde se volcaron las nociones teóricas propuestas en el marco teórico, y de esta manera poder realizar un abordaje holístico de los casos seleccionados.

ENTORNO DE INCLUSIÓN	Emplazamiento	Boulevard Gálvez esq. Mitre		
	Rasgos Estilísticos Características de la Zona	Edificación de rasgos minimalistas, de líneas modernas. Convive con edificios de las mismas características y otros de rasgos historicistas. Arquitectura emergente.		
	Elementos Urbanos	Ubicación entre senda secundaria (Mitre) y una de gran jerarquía (Bv. Gálvez, arteria de la ciudad), presencia de plazoletas. Barrio de carácter elitista/conservador.		
	Materialidad	Revestimiento plástico texturado, metal, vidrio, madera.		
COLOR	Fenomenología <i>Teoría Expresionista</i>	Colores fríos (marrones, grises) en contraste con colores cálidos (naranja). Sobriedad, carácter, distinción. Socialización, dinamismo y calidez.		
	Funcionalidad <i>Teoría Impresionista</i>	Uso de paletas sobrias para reflejar el carácter institucional y los ideales de prestigio, bajo perfil y distinción. Gama cromática acorde a su emplazamiento.		
CARTELERÍA	Fenomenología de la Luz	<i>Mañana</i>	<i>Tarde</i>	<i>Noche</i>
		Colores fríos en su saturación justa, los cálidos con exceso de luz. Texturas atenuadas.	Colores fríos opacados, los cálidos en su saturación justa. Las texturas se pierden.	Los colores solos e destacan en zonas iluminadas, texturas y gráficas retroiluminadas se destacan.
	Soporte de Comunicación	Gráfica en vinilos sobre vidrios o impreso sobre mobiliario. Isotipo institucional en corpóreo retroiluminado o marquesina voladiza.		
	Enganche e Impacto	<i>Institucional:</i> respeta la sobriedad de la estética gral., armonía con las partes. <i>Comercial:</i> impacto por medio de puestas tipográficas, colores y fotos. Ruptura.		
	Grado de Iconicidad	Alto. Fotografía acompañado de signos textuales.		
	Recursos Persuasivos	Metonimias exhibiendo la mercancía, mensajes incitadores incitadores, puestas tipográficas y colores dinámicos cortan la línea compositiva.		

Gráfico I. Modo operativo del instrumento de análisis de un caso específico.

RESULTADOS – CONCLUSIONES

Luego de la conformación del marco teórico y teniendo en cuenta el sector específico sobre el cual se decide trabajar, a los objetivos establecidos inicialmente se les plantearon hipótesis que pretenden brindar una respuesta (de carácter especulativo) en forma concomitante con el relevamiento fotográfico, lo que permitió de forma simultánea, contrastar dichas hipótesis con los datos empíricos.

1. El uso del color en fachada responde a varios factores, principalmente a la premisa de reflejar en sus matices el carácter de la institución. Dependiendo del emplazamiento geográfico del local, el empleo del color respeta la línea compositiva que se mantiene en la zona, ya que uno de los efectos retóricos del color responde al grado de sutileza de su uso.

2. Cada uno de los locales debe adaptarse a los rasgos estilísticos preexistentes. A la luz de esta premisa, los proyectistas intentan preservar el patrimonio arquitectónico interviniendo de manera poco invasiva con elementos de ensamblaje en seco. Por lo tanto los carteles, el uso de determinadas paletas de colores y elementos gráficos sobre paños de vidrio son los recursos de los que se valen para influir en el transeúnte y transmitir los ideales de los locales en cuestión.

3. Durante la mañana los colores fríos alcanzan su máxima expresión mientras que los cálidos pierden su tinte por la luz intensa. Durante la tarde los colores cálidos pueden apreciarse en su grado óptimo de saturación mientras que los fríos pierden luz y tinte. Durante la noche, la luz artificial resalta las texturas y la gráfica.

4. La función retórica del cartel pierde efecto en relación al contexto arquitectónico, ya que suele estar presente como complemento del color y siempre en un segundo plano. En el partido compositivo de las fachadas, la gráfica se dispone en el conjunto de manera “no invasiva”.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Camerlò, M.; Frontera, D.; Frontera, R. y Rivera, A. (2012, Agosto). *El Color: contrastes y efectos visuales*. Ponencia presentada en el 10º Congreso Latinoamericano del Color, Resistencia, Argentina.
- Chaves, N. (1989). *Pequeña teoría del cartel*. Tipográfica (8): 4-7.
- Doberti, Janello, Breyer, Naselli, Montagu (1977). *Summarios Morfología*. Summa, Buenos Aires.
- Fraenza, F.; Yonahara, S.; Perié, A. (2013). *¿Cómo vemos?*. Editorial brujas, Córdoba.
- Heller, E. (2004). *Psicología del color*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona.
- Lanchas S. (Mayo 2012). Chapas metálicas perforadas de control solar en fachadas ligeras. *Envolvente Arquitectónica Nº6*, pp. 06-10.
- Lillo, Julio (2003). *Percepción del color y daltonismo: descripción, diagnóstico y prevención*. Ediciones Pirámide, Madrid.
- Lynch, K. (1964). *La imagen de la ciudad*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona.
- Marcolli, A. (1978). *Teoría del campo*. Editorial Xarait, Madrid.
- Moles, A. (1976). *El afiche en la sociedad urbana*. Paidós, Buenos Aires.
- Moles, A.; Costa, J. (2005). *Publicidad y diseño: el nuevo reto de la comunicación*. Ediciones Infinito, Buenos Aires.
- Sautu, R. (2005). *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Editorial Clacso, Buenos Aires.
- Swann, A. (2004). *El color en el diseño gráfico*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona.
- Zumthor, P. (2006). *Atmósferas*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona.