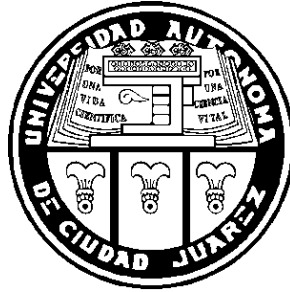


Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Instituto de Arquitectura Diseño y Arte

Departamento de Diseño

Licenciatura en Diseño de Interiores



Ambientación efímera en un espacio interior por medio de la vista, tacto, olfato y gusto.

Caso de estudio: proyecto Los Súper Héroes de Ciudad Juárez, Chihuahua, el 24 y 25 de octubre del 2019.

Que presenta:

Ambar Amarylis Guerrero Pérez / Matricula 134929

Director (a) de proyecto de investigación:

Mtra. Hilda Berenice Castro Alvarez

Asesor (a):

Mtra. Emma Angélica Medina García

Asesor externo:

Dr. Miguel Ángel Achig

Ciudad Juárez Chihuahua, 25 de noviembre 2019

Indice

Introducción	IV
Planteamiento del problema	VI
Justificación	VI
Objetivo General	VII
Objetivos específicos	VII
Metodología general y de proyecto	VII
Marco teórico	VIII
Capítulo I Antecedentes al proyecto Los Súper Héroes de Ciudad Juárez	1
El caso de estudio Glup glup	1
Caso de estudio en Interihotel en Barcelona, España	2
Caso de estudio Parque Satélite Residencial	3
Caso de estudio Pabellón Serpentine Gallery 2013	4
Contexto de la propuesta de LSHCJ	5
Capitulo II Percepción, sensación y sentidos	8
Posturas filosóficas y psicológicas de la sensopercepción	8
Percepción	12
Sensación	13
Los cinco sentidos	14
Capitulo III Propuesta de diseño de ambientación efímera. Área a trabajar del villano	16
Villano “El tieso”	16
Propuesta de diseño de ambientacion efimera	17
Desarrollo y ejecución de la propuesta	23
Capitulo IV Resultados del estudio	29
Metodología	29
Diseño de estudio de las encuestas	29
Encuesta	30
Formato de la encuesta aplicada	30
Resultados de la encuesta	32
Discusión	34

Conclusiones.....	35
Bibliografía.....	37

Introducción

Los sentidos no solo transmiten información para el juicio del intelecto, también son medios de inflamar la imaginación y de articular el pensamiento sensorial (Pallasmaa, 2006, p. 47).

En la actualidad en el diseño de interiores o la arquitectura interiorista busca de forma prioritaria poder transmitir al usuario algo más que estética y utilidad, con la finalidad de ofrecer una experiencia total a través de sensaciones utilizando la sensopercepción a través del diseño involucrando los sentidos.

Desde del interiorismo comercial se busca despertar el deseo de compra mediante técnicas comunicativas principalmente a través del diseño visual por medio de los colores, iluminación, composición etc. (Camara, s.f.)

Por lo tanto al pasar o al entrar un lugar que el usuario no conoce, lo primero que hace es observar el entorno utilizando el sentido de la vista, en ese momento se enfoca en algo que atrae visualmente [por ejemplo un plafón con figuras orgánicas o un muro con textura]. También al ingresar o permanecer más tiempo en el sitio por medio del olfato se empiezan a percibir aromas, ya sea generados por las actividades realizadas o por medio del diseño, esto como consecuencia genera la utilización del sentido del gusto, un ejemplo muy común es al entrar a un restaurante, si percibimos un aroma agradable a comida inconscientemente empezaremos a salivar sin necesidad de ver la comida. El sentido del tacto se puede dar de dos formas ya sea por medio de algo que nos atrajo visualmente y que nos produzca la necesidad de tocarlo, o por añadidura de acuerdo al lugar al que entremos, por ejemplo en un restaurante al entrar y tomar asiento sentiremos las texturas. En conjunto, cuando entramos a un lugar utilizamos la sensopercepción [a través de los sentidos y nuestra

percepción originada por experiencias previas] y estos determinaran sensaciones y/o emociones ya sean agradables o desagradables, lo cual será un factor para que el usuario regrese o no al lugar.

En el caso de estudio “Los súper héroes de Ciudad Juárez” (LSHCJ), se creará una ambientación en uno de sus espacios donde se incluirá la sensopercepción en lugar a través del diseño. Este proyecto está enfocado para personas de la vida laboral de ciudad Juárez entre la edad de 14 a 50 años dedicada al ramo productivo de la maquiladora, con la finalidad de crear espacios de ocio y que les permita interactuar con el espacio.

De acuerdo con el encargado del caso de estudio el Dr. Miguel Ángel Achig (2019 p.8), Los súper héroes de Ciudad Juárez, será una inmersión al mundo de fantasía por medio de la realización de cinco súper héroes y dos villanos, todos estos inspirados en la línea laboral de mando dentro de la maquiladora. Con la finalidad de que los visitantes se sientan identificados con los súper héroes, se realizaran escenarios efímeros para crear áreas donde por medio del juego y la imaginación que lo llevaran a crear experiencias diferentes al mundo laboral y transportarlo al mundo de los súper héroes.

Las áreas son “El muro de los recuerdos, “Muro de escalar” “Área de las tecnologías” “área del supervisor del villano “El tieso”

En este proyecto estará enfocado en el área del supervisor del villano “El tieso”, donde se integrarán las características de este por medio de la sensopercepción, a través de la escenografía, con la finalidad que a través de los sentidos y las actividades realizadas en el espacio transporten a un lugar frío.

Planteamiento del problema

Un estudio de la Universidad de Rockefeller en Nueva York, reveló que el ser humano recuerda el 35% de lo que huele, mientras que sólo retiene el 5% de lo que ve, el 2% de lo que oye y el 1% de lo que toca. Además, la memoria puede retener hasta 10 mil aromas distintos, mientras que sólo reconoce 200 colores, según averiguaron los científicos Richard Axel y Linda Buck, Premio Nobel de Medicina en 2004 (Cotado, 2017).

Por lo tanto, al generar un proyecto interiorista o arquitectónico en la actualidad no solo trata de cumplir con las necesidades del usuario y lo estético, sino que busca la forma de impactar a al usuario a través de la sensopercepción, generada por una propuesta de diseño. Por medio de este estudio queda claro que una de las sensaciones principales que recordara el usuario en un interior no será lo que este observara, si no que el sentido más importante será el olfato [el cual impacta en el sentido del gusto].

Al realizar un diseño interior no se acostumbra a medir las sensaciones provocadas en el usuario generadas por el espacio, simplemente se entrega el resultado y se espera que sea del agrado del propietario y del usuario. En el caso de estudio Súper Héroes de Ciudad Juárez (LSHCJ), se busca realizar la ambientación del espacio del súper héroe “El tieso”, incluyendo los sentidos de la vista, el olfato y el gusto, con la finalidad de generar un mayor impacto en los visitantes.

Justificación

Como interiorista es importante conocer la percepción que el usuario tiene de un espacio, pero sobre todo percibir si nuestra propuesta cumple con lo que intentamos transmitir a través del diseño.

La propuesta de diseño de instalación efímera de LSHCJ ayudará a realizar esta investigación para conocer la importancia de los sentidos de la vista, el olfato y el gusto, en un área interior, con la finalidad de reconocer cuales fueron los sentidos más fuertes utilizados en esta área y conocer que fue lo que le atrajo al usuario más respecto al diseño este espacio.

Objetivo General

Proponer la ambientación del espacio para el villano “El tieso” en el proyecto de Los Súper Héroes de Ciudad Juárez, donde pueda medirse la sensopercepción de los visitantes a través de los sentidos de la vista, el olfato y el gusto, para así conocer qué sentido tiene más relevancia en un espacio interior.

Objetivos específicos

Conocer el proyecto de LSHCJ para proponer la ambientación interior, acorde a las necesidades del proyecto.

Identificar los componentes de la sensopercepción como herramienta para poder integrarlo de manera adecuada en una propuesta de diseño.

Proponer el diseño ambientación del espacio del villano “El tieso”, donde se puedan medir los sentidos de la vista, olfato, tacto y gusto con el objetivo de saber cuál de estos tiene más impacto al interactuar con el usuario.

Medir a través de encuestas la experiencia de los usuarios generado con la propuesta.

Metodología general y de proyecto.

El presente proyecto de investigación se define de método mixto, cualitativo, cuantitativo y aplicado. La investigación utiliza el método cualitativo mediante la observación

y asimismo con investigación de medios bibliográficos como libros y documentos a fin de corroborar los datos obtenidos. Y cuantitativo ya que se plantea desde la recolección de datos por medio de casos de estudio los cuales medirán la sensopercepción de los sentidos de la vista, el tacto, el olfato y el gusto. Mientras que, por otro lado, se define como investigación aplicada debido a que se realizará en físico la ambientación y propuesta de diseño incluyendo los sentidos de la vista, el olfato, tacto y el gusto para el caso de estudio Los Súper Héroe de Ciudad Juárez con la finalidad de dar a conocer los resultados de la implementación de los sentidos estudiados por medio de la aplicación del diseño.

Entre las actividades a realizar se da inicio con la consulta de diferentes bibliografías para poder investigar lo relativo a la sensopercepción, en vista, tacto, olfato y gusto, así como la implementación de estos en espacios interiores.

En cuestión del proceso de planeación se propone realizar un levantamiento del lugar, toma de medidas, definir el problema, los criterios y las definiciones como sus elementos. Para continuar, se realiza la investigación de campo con la elaboración de planos y propuesta de materiales para generar ambientación a través del diseño sensorial con la finalidad de responder a la problemática.

Marco teórico

A través de la historia ha habido diferentes teorías entre los filósofos y los científicos sobre la percepción de los sentidos, algunos como en la Teoría de la lustración y los argumentos de Descartes afirman que los sentidos son productos de la razón. Sin embargo Burke y Hegel definen que los sentidos solamente causan placer visual a través en lo estético, mientras que Gibson información constantemente del exterior. A lo largo de los años debido a estos pensamientos filosóficos se han realizado diferentes estudios por científicos como

Axel y Buck. También existen casos de estudios los cuales han confirmado que el ser humano es capaz de experimentar varias sensaciones en el medio en el que se rodea, lo que le permite al diseñador de interiores crear espacios sensorceptivos para guiar al usuario a experimentar lo que el interiorista quiere transmitir por medio de los elementos empleados en el interior del espacio.

Capítulo I Antecedentes al proyecto Los Súper Héroes de Ciudad Juárez

A continuación se presentarán algunos casos de estudio para tener una referencia previa de la sensopercepción a través del diseño de interiores, con el propósito de contribuir al proyecto explicándolo, así como la utilización de los elementos de diseño que serán captados por los sentidos.

El caso de estudio Glup glup

El primer lugar que analizáremos es la tienda de jabones Glup glup ubicada en el centro comercial El Puerto de A Coruña en España 2007. El acercamiento al interiorismo sensoperceptivo en este proyecto fue aprovechando el aroma del jabón, generando que llegaran clientes que al entrar al centro comercial percibieran el aroma. Asimismo se integró el sentido auditivo por medio de una fuente que representaba un vaso y una lluvia constante, el cual generó atención por medio del sonido natural, además visual por la forma del diseño, así como través de los aparadores, con el fin de resaltar el producto. El resultado final fue que llegaran clientes al establecimiento, generándoles un gusto por entrar en este espacio. De esta manera Iván Cotado menciona que la única barrera para no practicar diseño interior sensorial es la falta de imaginación (Cotado, 2017).



Ilustración 1. Aparador de la tienda Glup glup. Obtenido de https://ivancotado.es/wp-content/uploads/2012/03/ivan_cotado_glupglup_jaboneria_coru%C3%B1a_16-570x1024.jpg



Ilustración 2. Aparadores y fuente de la tienda Glup glup. Obtenido de https://ivancotado.es/wp-content/uploads/2012/03/ivan_cotado_glupglup_jaboneria_coru%C3%B1a_16-570x1024.jpg

Caso de estudio en Interihotel en Barcelona, España

En el caso del Interihotel la interiorista Mercè Borrel realizó una suite piloto considera la implementación de los sentidos, primero a través de la vista debido que al entrar a un lugar se genera la primera valoración, esta puede ser positiva o negativa, por eso al entrar en una habitación de hotel el diseño debe causar interés en el huésped. Por otra parte integro los sentidos de diferentes maneras en la habitación las cuales represento a través de las texturas de telas sobre cama, cojines y cortinas creando que el huésped sienta necesidad de tocar para poder experimentar alguna sensación. Por otra parte el olfato debe ser personalizado de acuerdo con el lugar diseñado. (Muñoz, 2017).

Por ejemplo en un Spa o salón de masajes se buscarían aromas florales y suaves como la lavanda para transportar a la persona a un momento especial, este puede conseguir por medio de ambientadores, velas, e incluso flores

Así mismo integro el sentido del gusto en la suite en la bañera por medio de nubes que colgaban del techo las cuales tenían golosinas y de esa manera sorprendió a las personas que ingresaban al querer tomar una y probarlas. Por último, considera que en lo auditivo es importante seleccionar la música adecuada para el lugar o momento que será generado, este puede ser decorativo o camuflarse en el ambiente (Muñoz, 2017).

Muños mostró como Borrel utilizo todos los sentidos a través de elementos de diseño utilizando los cinco sentidos dentro de un espacio interior.



Ilustración 3. Suite piloto en el Interotel en Barcelona.

Obtenido de:

https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/020356_mer ce-borrell-apuesta-por-el-interiorismo-sensorial-en-las-suites-de-hotel.html

Caso de estudio Parque Satélite Residencial

Seguidamente en el caso de estudio de los departamentos diseñados por Sensori K a través de estímulos sensoriales. Utilizaron para estimular el sentido olfativo el aroma a talco en el cuarto de los niños y en cocina el aroma a galleta recién horneada, música ambiental en el lobby, sonidos ambientales en exteriores, aromas y colores exteriores por medio de vegetación artificial. Ubicado en Av. Del Cristo Núm. 29, Col. Xocoyahualco, Tlalnepantla, Estado de México (K, 2017).



Ilustración 4. Terraza y jardín de Parque Satélite.

Obtenido de

<http://www.sensorikmkt.com/interior->



Ilustración 5. Cuarto de niños y Parque Satélite

Residencial. Obtenido de

<http://www.sensorikmkt.com/interior-sensorial.html>

Caso de estudio Pabellón Serpentine Gallery 2013

Por último, el artista Sou Fujimoto realizó en Kensington Gardens, un pabellón geométrico en forma de célula, realizado con piezas metálicas en forma de malla con recintos plásticos formando en su totalidad una pieza uniforme con la cual el espectador podrá interactuar en conjunto con el paisaje del jardín.

En primer lugar la experiencia visual se generó debido a la forma y materiales de cristal y los tubos metálicos del pabellón, así de cómo sus alrededores. El aspecto auditivo se da de acuerdo al espacio debido a los sonidos provocados en el jardín por el viento, animales, personas o insectos y a los usuarios por el sonido provocado al escalar el pabellón y al interactuar entre ellos mismos, por otra parte, por medio del tacto se genera texturas por medio de los tubos en forma de célula las cuales el espectador sienta la necesidad de tocar, siendo suaves, por último el sentido del olfato se dio por medio de la vegetación de parque. (Jorge, 2014)



Ilustración 6. Serpentine Gallery. Obtenido de http://repositorio.ub.edu.ar/bitstream/handle/123456789/5846/642_Jorge.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Contexto de la propuesta de LSHCJ

Situada al norte de México, colindada a la ciudad de El Paso, Texas, Ciudad Juárez es considerada la zona metropolitana más grande entre México y Estados Unidos. Se trata de una de las fronteras de México con mayor operación y la única ciudad con aduanas y puentes abiertos las 24 horas. Es una de las ciudades con mayor crecimiento industrial y por tal razón es una de las regiones más atractivas para las empresas que desean empezar un negocio (Achig, 2019).



Ilustración 7. Mapa de México, ubicación Ciudad Juárez. Obtenido de:
<https://www.google.com.mx/maps/place/Cd+Ju%C3%A1rez,+Chih./@24.2103338,-105.2954205,5.52z/data=!4m5!3m4!1s0x86e75ecb3d0b329d:0xb196100549c7974!8m2!3d31.6903638!4d-106.4245478>



Ilustración 8. Acercamiento de mapa de Ciudad Juárez. Obtenido de:
<https://www.google.com.mx/maps/place/Cd+Ju%C3%A1rez,+Chih./@24.2103338,-105.2954205,5.52z/data=!4m5!3m4!1s0x86e75ecb3d0b329d:0xb196100549c7974!8m2!3d31.6903638!4d-106.4245478>

Ciudad Juárez es conocida por ser una ciudad en donde el campo laboral se concentra en la mano de obra de parques industriales, debido a esto, el proyecto Los Super Heroes de Ciudad Juárez creado por el Dr. Achig en colaboración con alumnos y docentes de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, va dirigido a este sector de la población que es económicamente activa entre 14 a 50 años de edad, con la finalidad de que a través de la intervención artística los visitantes tengan la posibilidad de alejarse al menos por un momento

de lo cotidiano de su vida laboral para invitarlos e insitarlos a imaginar y jugar por medio de los espacios ludicos generados.

La instalación se realizará en la galería Cárcamo ubicado en la avenida Lincon #1119, Fraccionamiento La Playa en Ciudad Juárez Chihuahua.

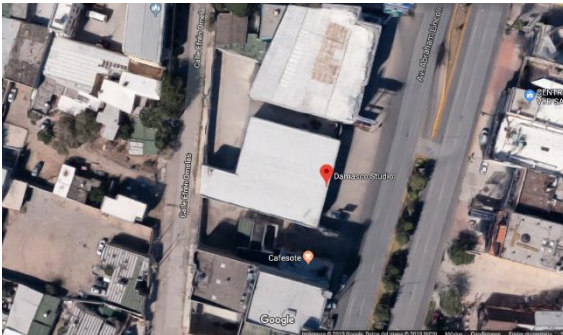


Ilustración 9. Ubicación de la galería Cárcamo.

Obtenido de:

<https://www.google.com.mx/maps/place/Damasco+Studio/@31.7472232,-106.4538573,94m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x86e75942c34ff015:0x89d9b00f4b6a9e0c!8m2!3d31.747204!4d-106.4535197>

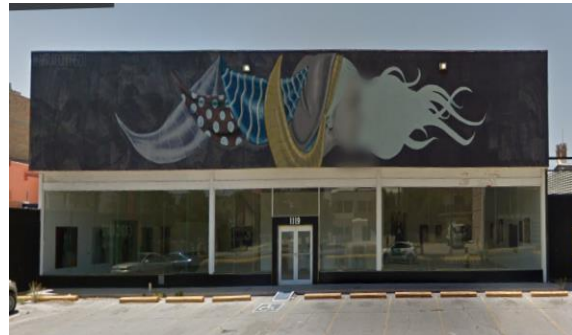


Ilustración 10. Exterior de galería Cárcamo.

Obtenido de:

<https://www.google.com.mx/maps/@31.7472198,-106.4532876,3a,56.1y,285.45h,91.86t/data=!3m6!1e1!3m4!1sV3UfUppxWk0LaZXdDx0BJw!2e0!7i13312!8i6656>

Se realizará el proyecto artístico efímero basándose en cinco súper héroes y dos villanos, todos estos inspirados en la línea laboral de mando dentro de la maquiladora, cada uno contará con rasgos característicos de la cadena de mando de trabajo dentro de la maquiladora.

La exposición se dividirá en diferentes áreas, la primera es la recepción en el cual se realizará la bienvenida y registro de las personas que asistan a la instalación, después por medio de un túnel los llevará a la primera instalación la cual será un recorrido a través de un túnel del tiempo luminoso. La segunda los llevará a conocer los retos que forman parte de la vida cotidiana de los trabajadores de la maquila por medio de un muro lúdico que incitará a los visitantes a interactuar con él. La tercera será la representación de una planta arquitectónica de una casa la cual se encontrarán artefactos tecnológicos de diferentes épocas con los que podrán interactuar e identificar los asistentes por medio de efectos visuales,

sonoros y táctiles. El área de la cual se desarrollara esta investigación será la del villano “El tieso”, la cual estará diseñada con las características del personaje y la integración de un juego. En la última parte de la galería se encontrarán figuras 3D de Los Supera Héroes de Ciudad Juárez, estos estarán representados de manera física y contarán con una descripción de sus cualidades, poderes y debilidades.

En el área del villano “El tieso” que es el espacio a trabajar en esta propuesta a través del diseño de interiores por medio de la distribución, ambientación y de la utilización de elementos a través de a sensopercepción generados por los sentidos de la vista, el tacto, el olfato y el gusto, con la finalidad de llevar al usuario a otro nivel de satisfacción con el espacio basándose no solamente en lo estético, sino además, a través de los sentidos.

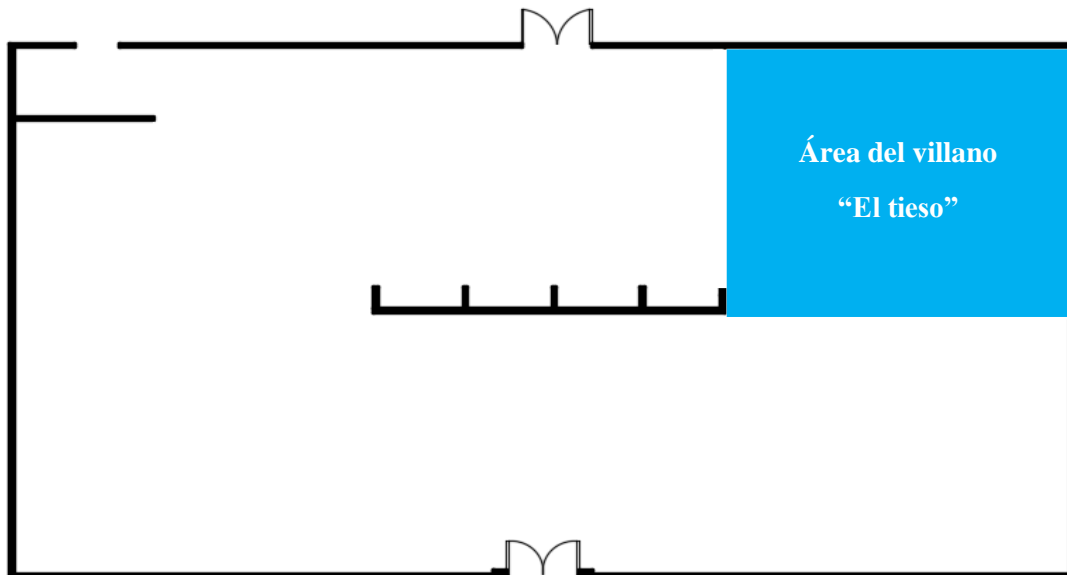


Ilustración 11. Planta arquitectónica de la galería Carcaño y el área a intervenir. Fuente propia.

Capítulo II Percepción, sensación y sentidos

La percepción, la sensación y los sentidos son parte de nuestro vivir día con día y son utilizados en ocasiones sin tener una conciencia de esto. La percepción es producto de experiencias de un lugar, cosa o persona. Por medio de nuestros órganos receptores se activarán nuestros cinco sentidos los cuales son; la vista, el tacto, el oído, el olfato y el gusto los cuales nos generaran sensaciones agradables o desagradables.

Posturas filosóficas y psicológicas de la sensopercepción

De acuerdo con Migliazza la relación del diseño con los sentidos empieza a través de diferentes filosofías. Con Descartes en el siglo XVII por medio del racionalismo era todo deducido y no sentido, esto quiere decir que la razón es la que da la explicación o el porqué de las cosas, no lo que sentimos a través de los sentidos. A esta teoría procede la teoría de la Ilustración, los Oponentes cartesianos, la teoría de Hume, la teoría de Kant, la Teoría de Burke, la Teoría de Friedrich Hegel, la Teoría de Theodor Lipps, La teoría de Geoffrey Scott y para finalizar la teoría del psicólogo James Jerome Gibson.

Con la teoría de los Oponentes Cartesianos siglo XVII Descartes estableció que los significados de las cosas eran producto de la razón y no de los sentidos, por ejemplo, al entrar a un lugar uno consideraría que el espacio es grande por la cantidad de metros cuadrados porque sería lo lógico, no por medio de los efectos causados por los sentidos aplicado a través de los colores.



Ilustración 12. Ejemplo de un espacio pequeño que genera amplitud a través de efectos visuales por medio del color y espejos. Obtenido de <https://www.idealista.com/news/deco/consejos/2017/12/15/749277-10-consejos-para-que-tu-bano-pequeno-parezca-mas-grande>

Sin embargo, en la teoría de la Ilustración del siglo XVII se contradijo la teoría de Descartes la cual afirmaba que los sentidos eran independientes a la razón, por lo tanto, si oíamos algo simplemente captamos el aroma, pero no se asociaba con algo.

Por otra parte, la Teoría de Hume siglo XVIII cuestiona a Descartes y apoya a la teoría de la ilustración, lo que quiere decir que los sentidos son independientes a la razón y se apoya en la teoría de Kant la cual habla sobre si la sensación que percibimos por medio de nuestros sentidos es agradable o no.

De igual modo en la teoría de Teoría de Kant siglo XVIII el raciocinio nos permite elegir si los sentidos nos producían placer o no, a esto se refiere que promedio de un “análisis” provocado por nuestros conocimientos y experiencias definirán si nos agrada o no una un objeto o lugar, por otro lado la teoría de Burke siglo XVIII se basa en lo estético de las cosas y por ende la razón le gana a la imaginación, que quiere decir que nos limita únicamente a lo que observamos, y eso definiría si es bonito o no.



Ilustración 13. Interior estilo kitsch considerado feo. Obtenido de <https://www.estiloydeco.com/estilo-kitsch/>



Ilustración 14. Estilo contemporáneo, con líneas más limpias creando armonía generando un espacio bonito. Obtenido de <https://www.revistaad.es/decoracion/casas-ad/articulos/un-interiorismo-contemporaneo-con-toques-vintage/22505>

Asimismo, la Teoría de Friedrich Hegel a principios del siglo XIX definió el placer estético solamente a la vista eliminando los otros sentidos, Hegel también se limita a la vista centrándolo como la única forma percibir emociones y sensaciones por medio de un objeto o lugar.

Al contrario de Hegel, la Teoría de Robert Vischer a fines del siglo XIX, afirmaba que las reacciones con los objetos dependían de nuestras emociones personales vinculadas a través de los sentidos es decir que nuestras experiencias previas con algún objeto o espacio, nos creara una emoción similar a lo que ya experimentado previamente con dicho objeto o espacio.

De acuerdo con la Teoría de Theodor Lipps a fines del siglo XIX: Basándose en la postura de Vischer, define las reacciones ante un objeto de manera a lo positivo como bonito o a lo negativo como feo, la cual ya no se enfoca solamente en la razón, sino en la sensación provocada.

La teoría de Geoffrey Scott principios del siglo XIX, establece tres medidas que se relacionan con los sentidos y la percepción: La primera es magnitud real, la cual son las medidas del

espacio. La segunda es el alcance visual, lo que podemos percibir del lugar desde donde empieza, hasta donde termina y la tercera es la medida corporal que es causada por la sensación del espacio, al entrar en este y darnos un sentido de proporción.



Ilustración 15. Percepción de la altura del espacio de acuerdo con la figura humana. Obtenida de: <https://gov3dstudio.com/descargarenderpeople-descarga-gratis-personas-3d-rig/>

Para finalizar, el psicólogo James Jerome Gibson, a partir de la teoría Aristotélica de los cinco sentidos fundamentales, los nombra sistemas, ya que consideraba que estos mandan información constantemente del exterior. Declarando así los sentidos como la vista, el tacto, el oído, el olfato y el gusto como activadores de sensaciones por medio de la información recibida (Migliazza, 2008, págs. 26-32).

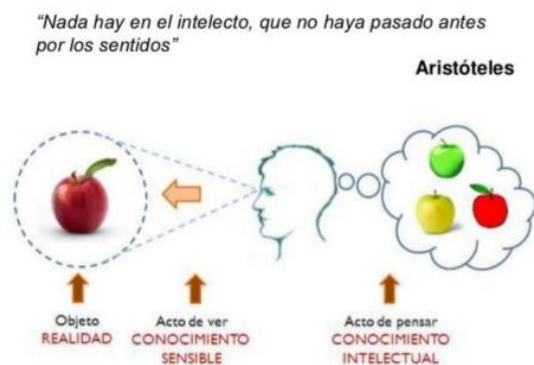


Ilustración 16. Explicación visual de como percibimos la información del exterior y como es procesada, causando así sensaciones que nos hacen pensar en otras cosas determinadas. Obtenido de: <https://es.slideshare.net/faropaideia/sensacin-y-sentidos p.5>

Por lo tanto, de acuerdo con las teorías presentadas la razón no es provocada por los sentimientos, sino que es un conjunto de sensaciones que nos pueden generar experiencias agradables o desagradables de un objeto o lugar. También nos menciona que el sentido más fuerte o importante es la vista, pero este se interrelaciona con el tacto, el oído, el gusto y el olfato.

Al conocer que es la sensopercepción y sus componentes podrán comprender cómo se entrelazan las teorías es importante definir que es la sensación y percepción para llegar a la terminación que se conoce como sensopercepción.

Percepción

De acuerdo con la Real Academia de la Lengua Española (RAE) (2019) define la palabra percepción como: acción y efecto de percibir o la sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos. Mientras que Schiffman (1934) la percepción es el “...producto de procesos psicológicos en los que están implicados el significado, las relaciones, el contexto, el juicio, la experiencia pasada, y la memoria.”

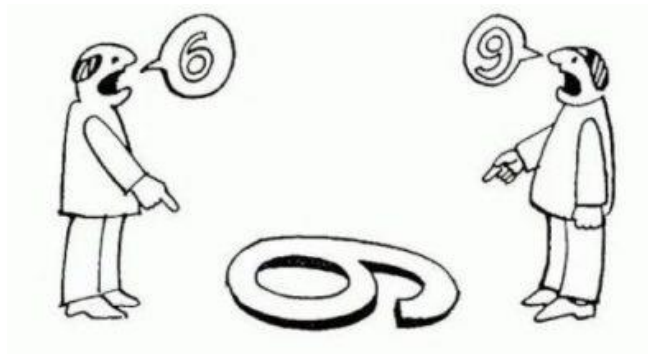


Ilustración 17. Ejemplo visual para explicar lo que es la percepción. Obtenida de:
<https://www.tiposde.com/percepcion.html>

De acuerdo con las definiciones se puede concluir que la percepción es generada por conocimientos previos a los cuales se les otorga un significado ya sea positivo o negativo, obtenidos de sensaciones anteriores.

Sensación

La RAE 2019 define la palabra sensación como “Impresión que percibe un ser vivo cuando uno de sus órganos receptores es estimulado. Sensaciones olfativas, visuales, táctiles. Sensación de dolor.”

Esto quiere decir que nuestros órganos son los encargados de recibir señales del exterior, las cuales son procesadas por nuestro cerebro y el resultado son las sensaciones producidas ya sean agradables o desagradables.

De acuerdo con Schiffman (1934) las sensaciones se refieren a ciertas experiencias inmediatas, fundamentales y directas, es decir, se relacionan con la conciencia sobre las cualidades y atributos vinculados con el ambiente físico” (p.2).

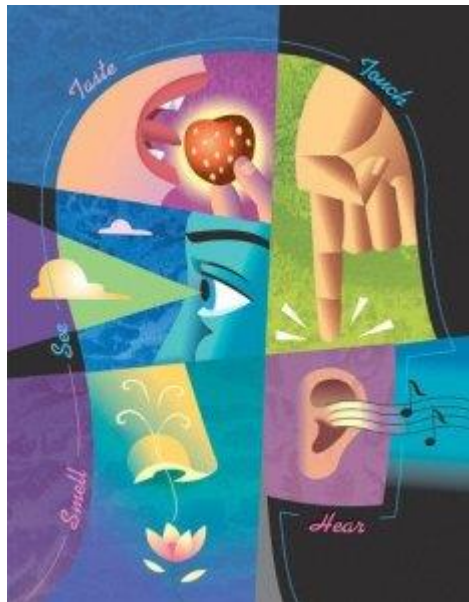


Ilustración 18. Sensación. Obtenida de:
<https://danielahuertasvdh.wordpress.com/2015/04/05/sensacion/>

En conclusión, las sensaciones son creadas por medio de los sentidos visual, táctil, auditivo, olfativo y del gusto, los cuales nos generan experiencias agradables o desagradables en un momento en específico.

Por lo tanto, de acuerdo con los teólogos y las definiciones, la razón es formada por la percepción que se da a por medio de experiencias previas generando sensaciones las cuales percibimos por medio de nuestros órganos a través de los cinco sentidos, lo cual se conoce como sensopercepción.

Los cinco sentidos

Son los órganos por los cuales nuestro cuerpo puede percibir sensaciones las cuales repercutirán al tener una sensación agradable o desagradable.

Órgano	Ojo	Oído	Piel	Nariz	Lengua
Distingue	Formas Texturas Tamaño Distancia Brillantez Luminosidad Color Movimiento	Sonidos Lenguaje Música	Calidez Frialdad Dolor Aceitosa Pegajosa Humedad Cosquilleante Áspera Lisa Irritante Vibratoria Fuerza Tención	Olores agradables y desagradables	Dulce Salado Amargo Acido Ubicación relativa Cantidad Textura Temperatura de sustancias
Estimulo Físico	La luz	Sonidos (ondas)	Cutáneo	Inhalación de aire (señales químicas)	Inhalación de aire (señales químicas)
	La visión es el sistema predominante y más significativo. En el plano biológico, esto lo confirma el hecho de que aproximadamente la mitad de la corteza cerebral humana está	El sentido del oído constituye una fuente única de información vital de lo que ocurre en nuestro entorno inmediato. “... siempre	Estimulación mecánica directa de la superficie corporal o térmica por una fuente radiante.	... olfato (del latín <i>olfactare</i> ,” oler”) proporciona información concerniente a sucesos químicos distantes o cercanos.	... los estímulos químicos activan el gusto y al olfato, estos se relacionan funcionalmente y, en conjunto producen característicamente una impresión sensorial integral.

dedicada al procesamiento visual. p.44	vigilante, siempre alerta de las señales auditivas.” p. 305				
p.43, 44	P.305	p.397	p. 449-454	p. 431 – 432	

Tabla 1. Los cinco sentidos y sus características. Fuente: elaboración propia 2019, basada en Schiffman, Sensación y percepción, 2004)

Para finalizar podemos comprender que los sentidos son generados por nuestros órganos internos y externos, los cuales nos permiten tener una serie de sensaciones al momento y además trasportarnos a otra experiencia vivida de acuerdo con los teólogos presentados.

Capítulo III Propuesta de diseño de ambientación efímera. Área a trabajar del villano

Dentro de la exposición los Súper héroes de Ciudad Juárez (LSHCJ) se realizarán diversas áreas con juegos lúdicos para los visitantes a la galería. En este caso el área a trabajar será basada en uno de los villanos de los LSHCJ. En esta área se pretende realizar un juego que consiste en que tres personas se retaran conjuntamente a tocar un bloque de hielo con las palmas de sus manos, la persona que dure más tiempo toca el bloque de hielo será el que venció al villano “El tieso” el cual representa al supervisor dentro de la maquila y por lo tanto el ganador. La experiencia que se busca crear es generar un ambiente que te haga sentir en un lugar frío, a través de los sentidos. Para la propuesta de diseño de esta área se tomaron varios puntos a analizar desde las características del villano “El tieso” y el entorno en el cual se centrará el villano.

Villano “El tieso”

Las características de este villano son: persona fría y seca con su gente, debido a su puesto es demasiado exigente a la hora de revisar los avances de sus subordinados, por esta actitud es odiado por las líneas de producción. Su poder es poner fríos a sus trabajadores con solo verlos, y al tocarlos los paraliza de forma que parece que están congelados, a “El tieso” le gusta hacer sufrir a sus empleados presionando y hostigando cuando están en sus labores diarias, no le importa si los lastima o los hace sufrir en el área de trabajo. Debido a esto los colores de su vestimenta son el azul cielo y el blanco, los cuales son colores fríos y neutros para representar un personaje sin sentimientos que solo piensa en su persona.



Ilustración 19. Villano “El Tieso”. Fuente propia.

Propuesta de diseño de

ambientación efimera

El diseño de interiores propuesto en esta área se generará por medio de la distribución y ambientación, además de elementos de la sensopercepción por medio de los sentidos de la vista, el olfato y el gusto, con la finalidad de llevar al usuario a sentir una experiencia de frío y de frescura en el ambiente.

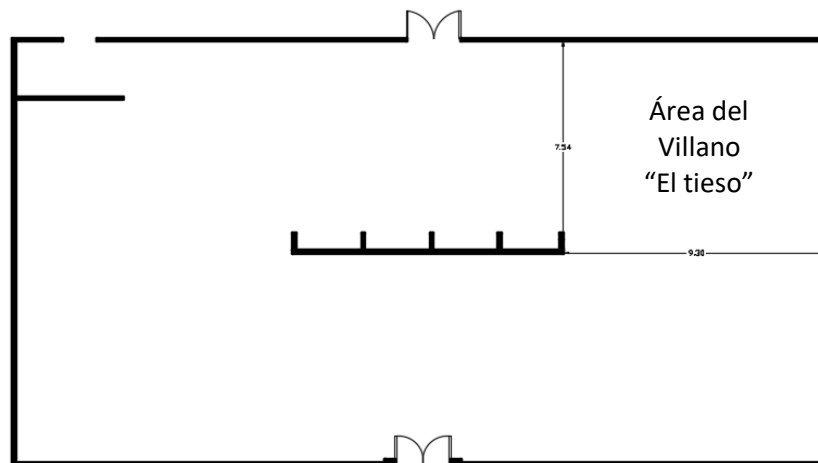


Ilustración 23. Planta arquitectónica resaltando el área a intervenir. Elaboración propia.

El color blanco observado en los icebergs es producido por la reflexión de la luz solar, y el color azul celeste es provocado cuando la nieve se apelmaza haciendo un hielo duro y

sin aire, esto hace que al caer la luz rebote y nos hace observar ese color azul. (Muy interesante, s.f.)



Ilustración 20. Imagen de campo de hielo en la Patagonia., mostrando los colores a implementar. Obtenida de: https://gdb.voanews.com/7D960009-4354-4A72-8B5E-58EA13CAE819_w1023_r1_s.jpg

Conforme a esto, los elementos que se emplearán como fuente de inspiración serán para representar el hielo, serán los colores azul y blanco así como figuras irregulares de hielo.

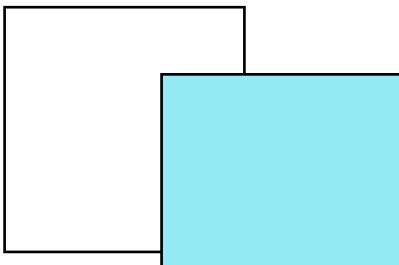


Ilustración 21. Colores representativos del hielo. Fuente propia.



Ilustración 22. Cristales de hielo. Obtenido de: <https://www.shutterstock.com/es/image-vector/realistic-set-crystals-ice-iceberg-broken-1459677632>

Para la propuesta de diseño en el espacio de manera visual se propone cubrir las paredes y el piso con tela o plástico arrugado, creando texturas rugosas al mirar y al tocar, así como la de los bloques de hielo. Se investigaron varios materiales como plástico, tela

vinílica y pellón, de los cuales el que dio más con el efecto que buscaba fue el pellón. Siguiendo con la implementación del sentido de la vista se crearán figuras de cristales de hielo con una altura desde los cincuenta centímetros hasta los dos metros por diez centímetros hasta los treinta centímetros de ancho.



Ilustración 24. Texturas creadas por plástico. Obtenido de: <https://www.deutschestheater.de/programm/archiv/uz/umarmung/>

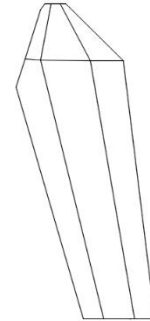


Ilustración 25. Figura de cristal.

Para la dinámica creada en esta área que consiste en tocar un bloque de hielo con la finalidad de ganarle al villano “El tieso” al resistir más tiempo tocándolo, se proponen tres piezas atractivas a la vista las cuales soportaran el peso del hielo.

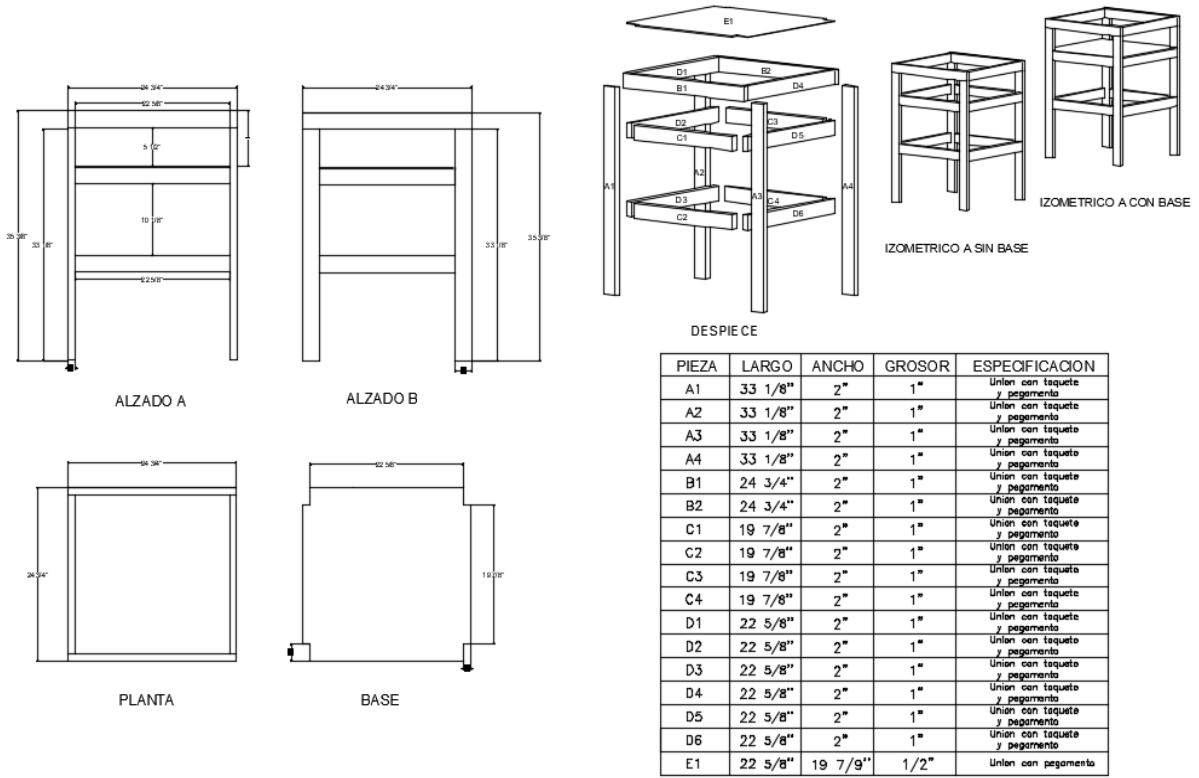


Ilustración 26. Diseño de mobiliario para el bloque de hielo. Plano A. Fuente propia.

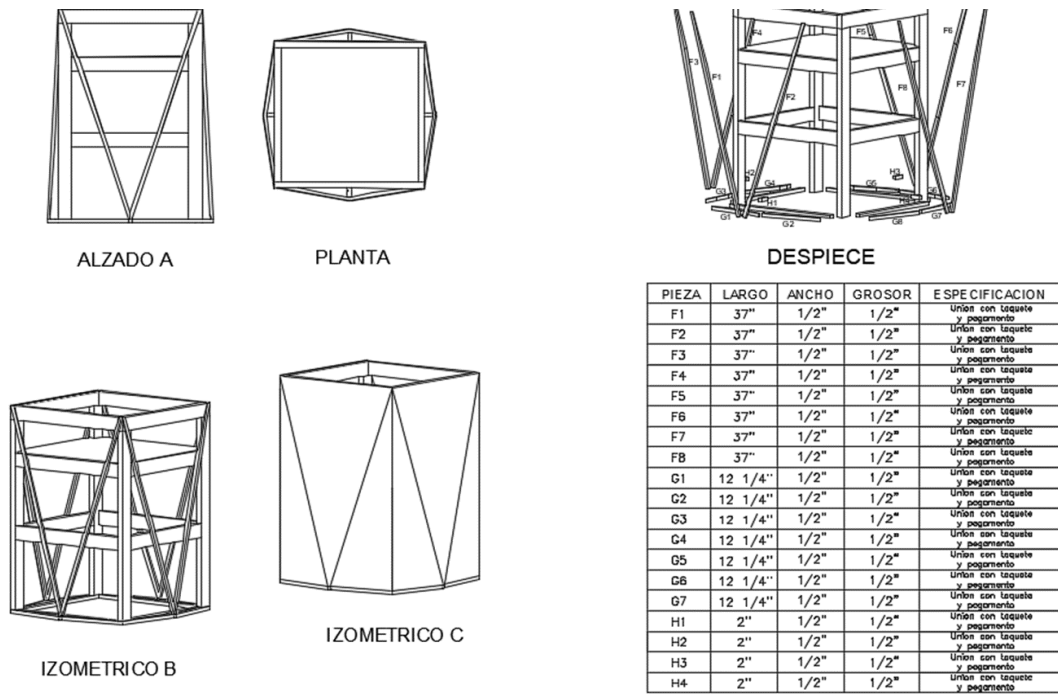


Ilustración 27. Diseño de mobiliario para el bloque de hielo. Plano B con detalles. Fuente propia.

Cada base contara con un soporte medio el cual será donde se pondrá una bandeja metálica en la cual se colocará el cubo de hielo para la actividad, además de hielo seco para crear un efecto visual de cuando un iceberg se cae y crear una sensación de misterio al ver el humo.

En el sentido del gusto de acuerdo a un focus grup realizado a 12 personas el día cinco de octubre del 2019 entre una edad de 18 a 60 se llegó a la conclusión que el sabor y el aroma que les recordaba a un lugar fresco era la menta, por lo tanto se propone una barra en la cual se encontrarán dulces de menta con la finalidad de que los usuarios tomen uno y lo coman al entrar a esta área para llevarlos a experimentar la sensación de estar en un lugar fresco no solamente a través de los elementos visuales, si no a través del gusto y del olfato por medio del sabor de los dulces y olor a menta aplicado en diferentes partes del pellón y por un humidificador.

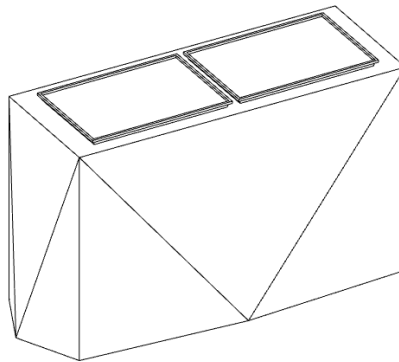


Ilustración 28. Barra para colocación de dulces. Fuente propia.

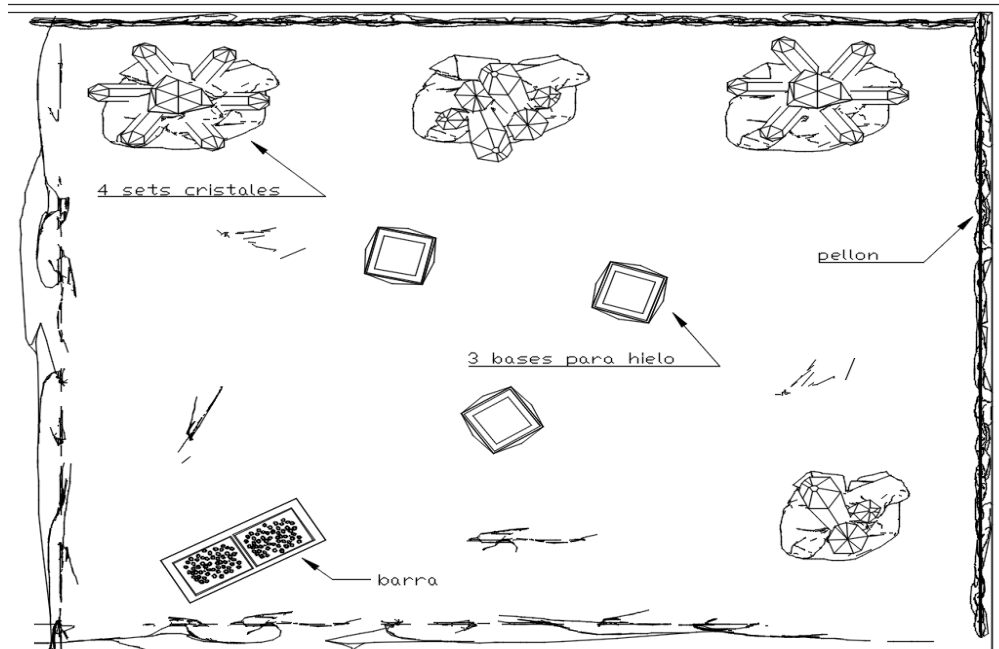


Ilustración 29. Planta de distribución, con los elementos a implementar. Fuente propia.

La distribución del espacio se da con la finalidad de que los usuarios puedan par entre las estructuras y la dinámica con la idea de que se centren en el centro, y al término de la dinámica ir a la galería de I.SHCI

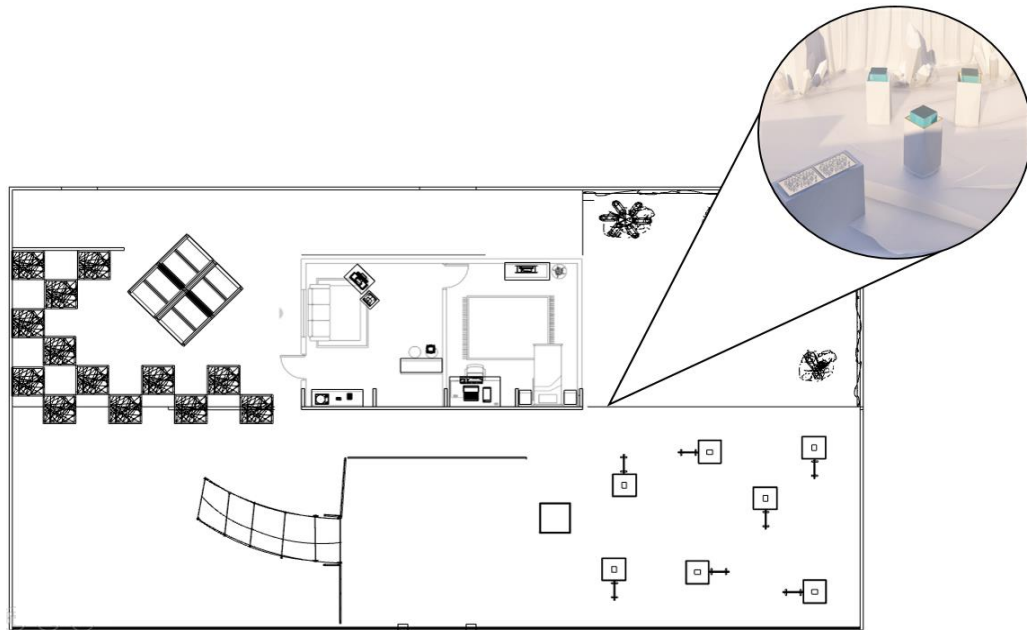


Ilustración 30. Planta de la galería Cárcamo con intervención de las áreas y render del villano "El tieso". Elaboración propia.



Ilustración 31. Render de la propuesta del área del villano “El tieso”. Fuente propia.

Desarrollo y ejecución de la propuesta

De acuerdo con los elementos nombrados previamente para la elaboración del diseño del área del villano “El tieso”, se empezó con la creación de las figuras representativas del hielo.

La primera prueba se hizo con hojas de unicel, pero los resultados no fueron favorables, debido a la complejidad de la figura de cristal, se buscó otro material que fuera más flexible y que nos diera el resultado deseado.



Ilustración 32. Figura de unicel. Fuente propia.

El cartón caple fue el material final empleado para hacer las figuras de cristales de hielo, se realizaron diferentes patrones para poder formar las figuras de diferentes alturas y grosores.



Ilustración 33. Patrón del cuerpo de las figuras de cristales. Fuente propia.



Ilustración 34. Patrón de pico de las figuras cristales. Fuente propia.



Ilustración 35. Figuras de cristales de hielo armadas. Fuente propia.

A continuación, se prosiguió con la elaboración del mobiliario que sostendría el hielo para la dinámica. De acuerdo al tamaño de los recipientes en donde serían colocados los bloques de hielo se realizaron cambios en la forma del mobiliario; de manera cuadra a rectangular, para utilizar mejor los materiales y que quedara de una manera estética acorde con el tamaño del recipiente. -



Ilustración 36. Recipientes metálicos en los cuales se colocará el hielo. Fuente propia.



Ilustración 37. Cortes de madera para la realización del mobiliario. Fuente propia.



Ilustración 38. Piezas y armado del mobiliario. Fuente propia.

El día del montaje empezó limpiando el espacio y se realizaron algunas modificaciones de acuerdo a las limitantes. En el caso de las figuras representativas del hielo se decidió pintarlas en color azul con blanco, para que contrastara con el blanco de los alrededores.

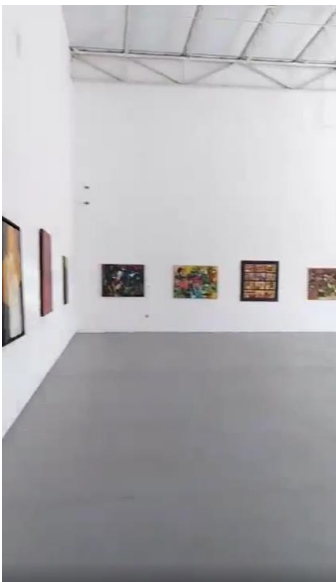


Ilustración 39. Galería Cárcamo previo al montaje. Fuente propia.



Ilustración 40. Muestra de figuras de cristales. Elaboración propia.



Ilustración 41. Prueba de color y de contraste de las figuras de cristales. Elaboración propia.



Ilustración 42. Pellón corrugado en pared. Fuente propia.

Al momento de aplicar la propuesta del pellón en los muros se realizaron modificaciones debido a que el efecto visual de contraste no fue el obtenido y por complicaciones a la hora de montar.

Se hicieron modificaciones en el material con el cual sería forrado el mobiliario debido al tiempo para realizar la instalación. Este se resolvió finalmente con material de unicel con detalle decorativo geométrico en los laterales, debido a que lo que se quería resaltar más era el bloque de hielo para la dinámica. La colocación del cubo de hielo se realizó horas antes previas a la inauguración, se tuvo que tallar en la parte inferior para

Colocarlo dentro del recipiente metálico, también se le agregó hielo seco para que este produjera humo y con el fin de que el bloque de hielo perdurara más tiempo.



Ilustración 43. Mobiliario, y cobertura. Fuente propia.



Ilustración 44. Picando el hielo para colocarlo en el mobiliario. Fuente propia.

Los elementos utilizados quedaron distribuidos en la forma propuesta a excepción del mobiliario, debido a que al estar continuos unos de otros se lograba mantener el objetivo de que los usuarios se retasen mutuamente durante la dinámica que consistía en la resistencia al frío a contacto con el bloque de hielo.

Al entrar a esta área se les dio una explicación a las personas donde se les mencionaba que estábamos en el dominio del villano llamado “El tieso” el cual es una persona de carácter fuerte con sus trabadores. Al entrar los usuarios en el espacio de les ofreció caramelos sabor menta y se les invitaba a comérselos.



Ilustración 45. Fotografías de los elementos empleados en la propuesta. Fuente propia.



Ilustración 46. Personas de diferentes edades haciendo uso del espacio participando en la dinámica. Fuente propia.

Capítulo IV Resultados del estudio

Metodología

La metodología del proyecto de LSHCJ fue mixta debido a que se implantaron diferentes métodos de investigación. El aspecto cualitativo fue por medio de observación e investigación. Asimismo también fue una investigación aplicada con base en una propuesta que se realizó en físico en la galería Cárcamo. Por otro lado, se utilizó el método cuantitativo debido a que se realizaron encuestas a 43 personas, con la finalidad de obtener resultados sobre los sentidos utilizados en el espacio y los elementos que les llamaron más la atención debido a estos.

Diseño de estudio de las encuestas

Se realizó una encuesta para recabar datos generales de los asistentes, así como de las áreas propuestas en el proyecto con la finalidad de obtener datos de manera conjunta, estas fueron aplicadas por los participantes de LSHCJ. Las encuestas se hicieron de manera oral de persona a persona con la finalidad de recabar la información de manera rápida, y poder sacar de alguna duda si es que el encuestado la tuviera.



Ilustración 47. Asistente a la exposición LSHCJ siendo encuestado. Fuente propia.

Encuesta

Se crearon cuatro preguntas para recabar información del área del supervisor “El tieso”, estas fueron todas de opción múltiple, con la finalidad de que el proceso fuera más rápido para obtener menos variables. La elección de estas preguntas fue para conocer qué era lo que percibían los usuarios al entrar al área del villano “El tieso”, y cuál era el sentido que más impacto en ellos.

Formato de la encuesta aplicada

¿Qué fue lo primero que te llamo la atención?

- a) Figuras de hielo b) Dulces c) Aroma d) piso

¿A través de tus sentidos en esta área sentiste que estabas en un lugar fresco?

- a) Si b) No

¿Por qué?

- a) Colores b) Texturas c) Figuras d) Aroma e) Sabor
f) Otro

¿Qué fue lo que más le gusto de esta área?

- a) Figuras de hielo b) Dulces c) Aroma d) piso e) Dinámica

Datos demográficos

Genero	
Masculino:	19
Femenino:	24

Ciudad de origen	
Cd. Juárez:	40
Viesca, Coahuila:	2
Hermosillo, Sonora:	1

Edades	
-13 años	1
14 a 50 años	36
+ 60 años	6

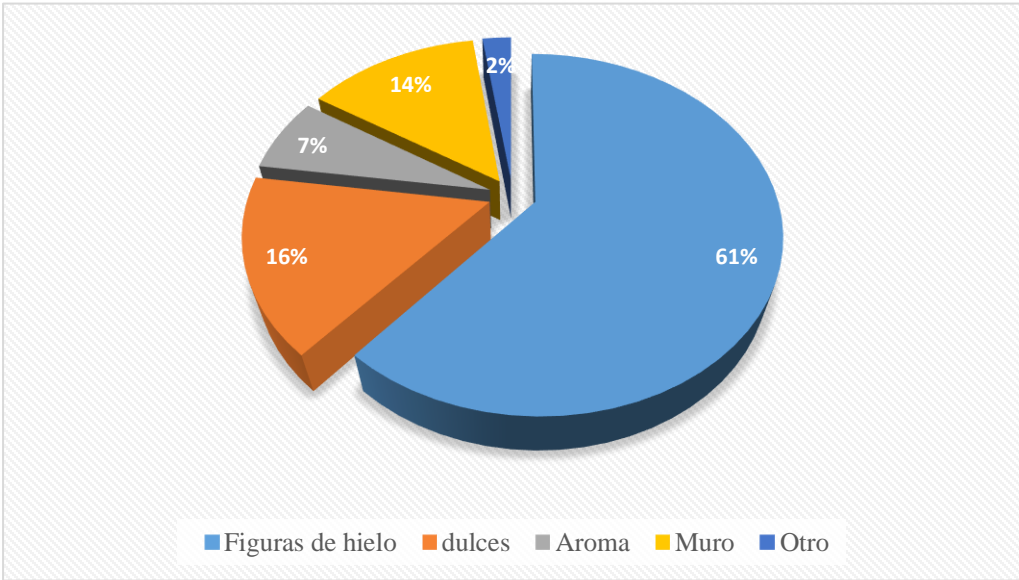
Tabla 2. Datos demográficos de las encuestas aplicadas. Fuente propia.

Se tomaron estos datos con la finalidad de conocer las características de personas a las cuales estuvo dirigida la exposición para saber si llegó al público que al que estaba dirigida la exposición.

Los resultados mencionan que de las 43 encuestas aplicadas la asistencia un 56% fue por parte de las mujeres, un 93% de los asistentes fueron locales y que en un 58% de las personas que asistieron a la exposición tenían la edad de 14 a 50 años que es la edad permitida para trabajar dentro de la maquila.

Resultados de la encuesta

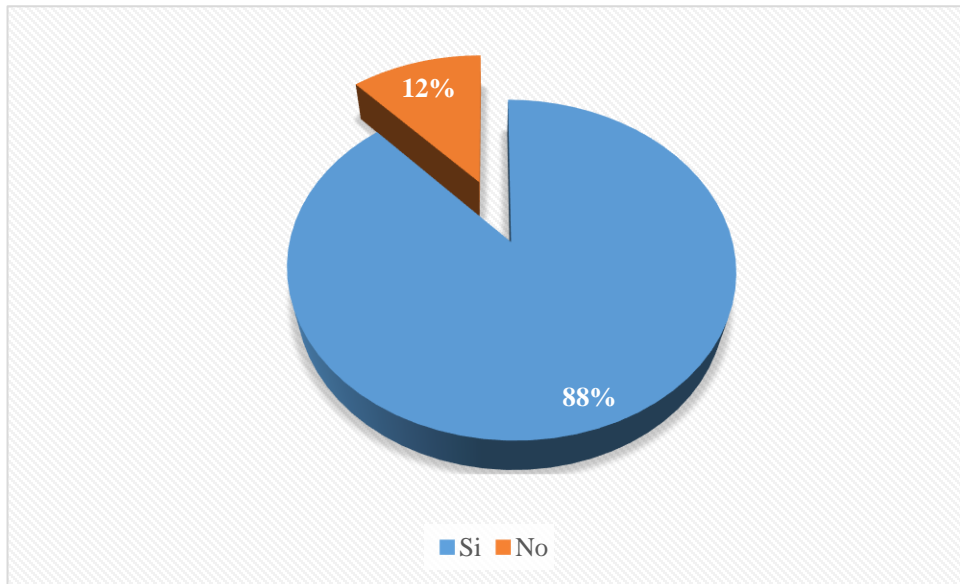
¿Qué fue lo primero que te llamo la atención?



Grafica 1. Resultados de lo primero que les llamo la atención a los asistentes en el área del villano “El tieso”.

Debido a los datos obtenidos podemos definir que el sentido que tuvo más impacto a primera instancia, fue por medio de la vista, ya que la mayoría de las personas mencionaron que lo que más les llamo la atención fue ver las figuras de hielo.

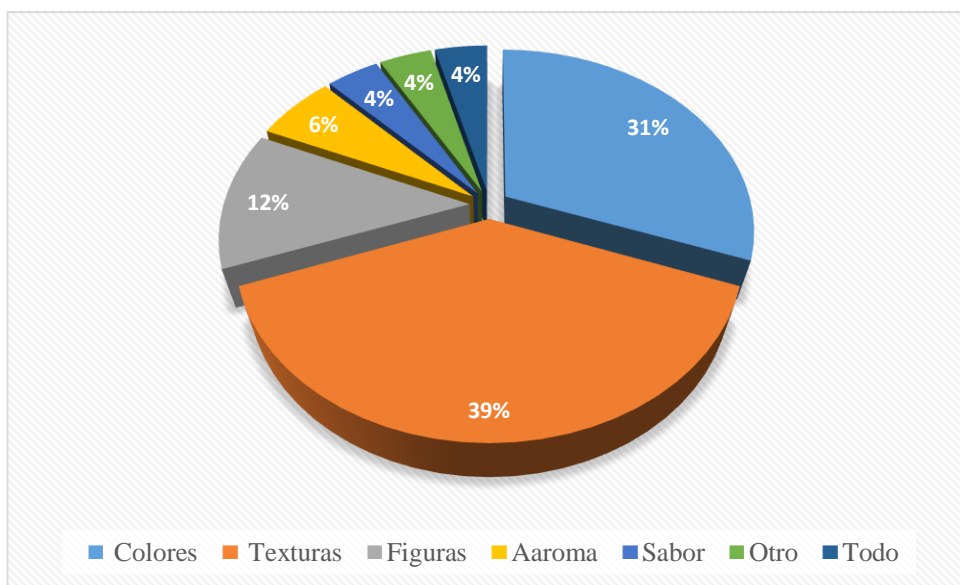
¿A través de tus sentidos en esta área sentiste que estabas en un lugar fresco?



Grafica 2. Resultados de las personas al sentir si estaban en un lugar fresco o no.

Los datos obtenidos nos muestran que la mayoría de las personas sintieron que estaban en un lugar fresco, a pesar de que el lugar no contaba con aire acondicionado.

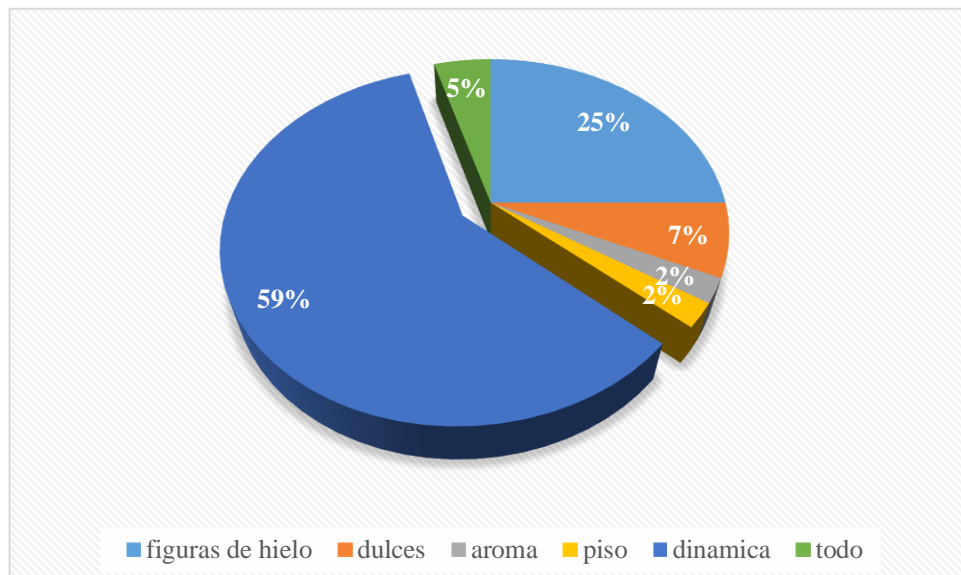
¿Por qué sentiste que estabas en un lugar fresco?



Grafica 3. Resultados de lo que provoco sentir que estaba en un lugar fresco.

La mayoría de las personas sintieron que estaban en un lugar fresco por medio del tacto a través del hielo y de manera visual por medio de las texturas del pellón sobre el suelo. En segundo lugar, visualmente por medio de los colores blanco y el azul que lo relacionaban con directamente con el hielo.

¿Qué fue lo que más te gusto de esta área?



Grafica 4. Resultados de lo que más les gusto a las personas del área del villano “El tieso”

Un 5% de las personas encuestadas contestó que todo les había gustado, un 25% las figuras de hielo, y un 59% la dinámica.

Discusión

Cuando los asistentes entraban a esta área se les ofrecía un dulce de menta y la mayoría de ellos si lo abría y lo consumían al momento.

Durante la dinámica y la aplicación de encuestas surgieron momentos interesantes, lo que se observó fue que las personas que mantenían una conversación entre las demás

personas que tocaban el bloque de hielo resistían más tiempo tocándolo, probablemente porque se concentraban en platicar, que en estar tocando el hielo.

Un detalle interesante al aplicar la encuesta fue a uno de los encuestados, el cual era un joven, estudiante de música se le hizo la primera pregunta el cual consistía en mencionar que fue lo que más le gusto, [sin antes mencionarle las respuestas] contesto el ruido y eso fue lo interesante porque en la creación de esta área solo se consideraron implementar los sentidos, de la vista, el olfato, el gusto y el tacto. Sin embargo el joven percibió sonido y nos llevó hasta donde estaban los bloques de hielo para escucharlo y efectivamente había un sonido de quiebre de hielo y agua burbujeante producido por la integración del hielo seco con el bloque de hielo. A pesar de solo ser una persona la que dio esta respuesta le da sentido a la teoría de Kant debido a que por sus conocimientos y experiencias [musicales] el sentido auditivo está más desarrollado y por ende lo que le gusto más fue el sonido.

Conclusiones

Para finalizar es importante mencionar que los objetivos propuestos en el proyecto Los Súper Héroes de Ciudad Juárez se cumplieron debido a que se generó una propuesta estética y funcional con base en una metodología además de generar la propuesta en físico. La experiencia fue enriquecedora ya que durante el proceso de elaboración e instalación se enfrentaron diversos retos, tanto en cuestión de materiales, instalación, tiempo y en el momento de estas complicaciones se tuvieron que ver la manera de una solucionarlos para obtener el resultado, por ejemplo al momento de realizar la instalación del pellón en la pared, existieron complicaciones al colgarlo, este se solucionó al corrugarlo y colocarlo sobre el piso y la pared, generando así la textura deseada.

Posteriormente pudimos observar como el usuario recorría el espacio y participaba en la dinámica generando así una estimulación de la vista, el tacto, el gusto y en el olfato, para después por medio de las encuestas conocer que fue lo que más les impacto del espacio por medio de sus sentidos.

Como resultado el sentido más fuerte dentro del espacio fue generado por la vista y el segundo fue el tacto, más si embargo hubo personas a las cuales fueron influenciadas por sus otros sentidos. Por lo tanto, la percepción fue diferente para cada asistente y esto lo pudimos comprobar mediante las encuestas y los resultados obtenidos en las gráficas.

Otro de los objetivos se cumplió acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas al hacer sentir a la mayoría de los usuarios que estaban en un lugar fresco, esto además reafirma la teoría de Lipps que define que las reacciones no solo se enfocan en la razón en este caso la instalación efímera realizada con diferentes materiales no fue una limitante, ya que a través de la se sensaciones provocadas por los distintos elementos los hizo sentir que estaban en un lugar fresco.

As si mismo se da una invitación a los interiorista a tomar en cuenta los sentidos en la creación de espacios interiores en todos los diseños creados, ya que los sentidos y la percepción los usuarios es diferente para cada persona debido a sus experiencias previas obtenidas, y al implementarlos en los interiores podemos generar nuevas experiencias, con la finalidad de enriquecer con diferentes enfoques a través de otras disciplinas para poder hacer comparaciones

Bibliografía

- Achic, M. (2019). *Los super heroes de ciudad Juárez*. Ciudad Juárez: UACJ.
- Camara. (n.d.). *servicios.educarm.es*. Retrieved from [http://servicios.educarm.es/
http://servicios.educarm.es/templates/portal/ficheros/websDinamicas/30/interiorismo.pdf](http://servicios.educarm.es/http://servicios.educarm.es/templates/portal/ficheros/websDinamicas/30/interiorismo.pdf)
- Cotado, I. (2017). *Ivan Cotado*. Retrieved from ivancotado: https://ivancotado.es/diseño-de-interiores-interiorismo/interiorismo_comercial/interiorismo-sensorial-en-la-practica/
- interesante, M. (n.d.). *Muy interesante*. Retrieved from Muyinteresante.es: <https://www.muyinteresante.es/curiosidades/preguntas-respuestas/ípor-que-los-icebergs-son-de-color#>
- Jorge, S. B. (2014). *repositorio.ub*. Retrieved from repositorio.ub.edu.ar: http://repositorio.ub.edu.ar/bitstream/handle/123456789/5846/642_Jorge.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- K, S. (2017). *sensorikmkt*. Retrieved from Sensorik: <http://www.sensorikmkt.com/interior-sensorial.html>
- Migliazza, J. (26 de Septiembre de 2008). <https://www.palermo.edu/>. Obtenido de UP Universidad de Palermo: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/archivos/2313.23275
- Muñoz, M. (13 de noviembre de 2017). *Hosteltur*. Obtenido de www.hosteltur.com: https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/020356_merce-borrell-apuesta-por-el-interiorismo-sensorial-en-las-suites-de-hotel.html
- Murcia, C. (s.f.). *Cuadernos para comerciantes II. Interiorismo y escaparatismo*. Obtenido de <http://servicios.educarm.es/templates/portal/ficheros/websDinamicas/30/interiorismo.pdf>
- Pallasmaa, J. (2006). *Los ojos de la piel*. Barcelona , España.
- Sanchez, M. Á. (2019). *Los súper héroes de Ciudad Juárez* .
- Schiffman, H. R. (1934). *Sensación y percepción*. Mexico: El Manual Moderno, S.A. de C.V.