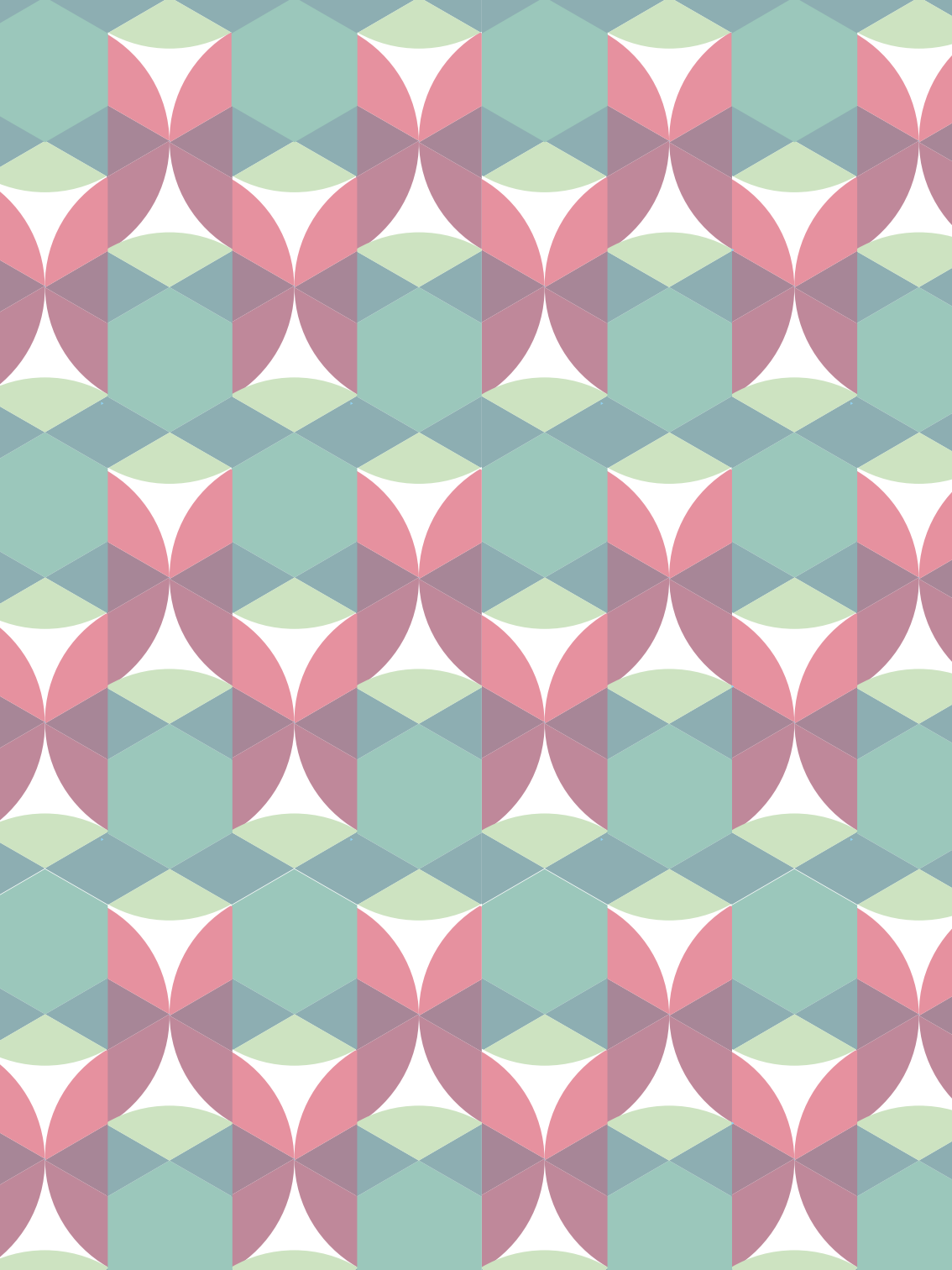
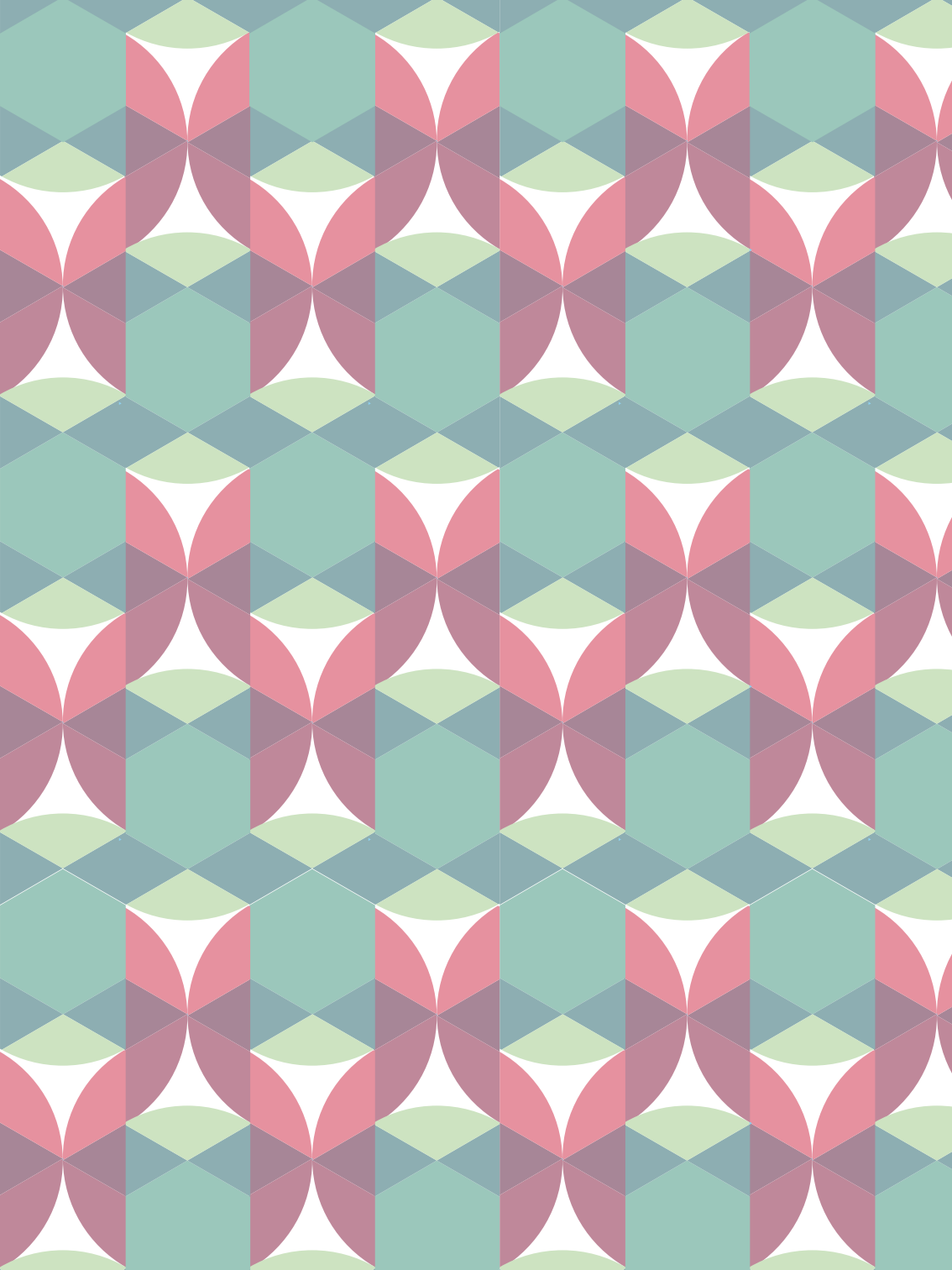


La estimulación

sensorial

**como método de
comunicación**





UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**La estimulación Sensorial
como método de comunicación**

María Paula Gómez Cerquera

Iván Burbano, Director de Tesis

**Tesis de grado presentada como requisito para la
obtención del título de Licenciada en Diseño Comunicacional**

Quito, Julio 2014

HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS

La estimulación sensorial como método de comunicación

María Paula Gómez Cerquera

Iván Burbano MA

Director de Tesis

Cristian Mogrovejo, MFA

Miembro del Comité de Tesis

Christine Klein, MA

Miembro del Comité de Tesis

Daniela Barra, MA

Miembro del Comité de Tesis

Hugo Burgos, Ph.D.

Decano del Colegio de
Comunicación y Artes
Contemporáneas

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

María Paula Gómez Cerquera

C.I. 1716706187

Ficha Técnica

Título del proyecto

La estimulación sensorial como método de comunicación

Autor

María Paula Gómez Cerquera

Asesor del proyecto

Iván Burbano

Ciudad

Quito

Fecha

Julio 2014

Resumen

Este proyecto tiene como enfoque analizar de qué maneras puede ser utilizada la experimentación sensorial como medio para comunicación de ideas con el fin de generar conciencia social sobre problemáticas sociales, como por ejemplo el secuestro.

Palabras Clave

Estimulación sensorial, experimentación sensorial, sinestesia, diseño de experiencia

La estimulación
sensorial
como método de
comunicación

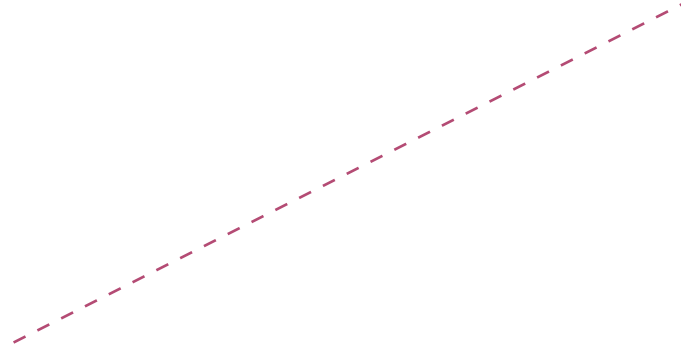
**WORLDWIDE
INDIAN**

Tabla de Contenidos:

Resumen	6
1 Introducción	7
1.1 Marco Teórico	9
1.2 Problemática	23
1.3 Pregunta de investigación	25
1.4 Objetivos	26
1.5 Metodología	27
2 Investigación	30
2.1 Proceso e investigación	31
2.2 Resultados	59
3 Proceso de diseño	64
3.1 Objetivos	65
3.2 Producto	67
3.3 Servicio	72
3.4 Comunicación	75
4 Conclusiones	80
Referencias	86



RESUMEN



Los conceptos sobre el ser humano y su percepción del mundo han ido cambiando con el paso del tiempo, cada vez nuestro cuerpo se adapta a nuevas formas de comunicación y nuestro cerebro genera nuevas maneras de percibir el mundo, condicionadas por nuestros modos de vida. Por ejemplo, hemos decidido que nuestro cuerpo necesita estar en constante movimiento pero siempre en contacto y comunicación directa con lo que nos rodea. ¿Cómo hemos logrado combinar esos dos aspectos? Con la comunicación visual.

Una gran parte de la información la percibimos a través del sentido de la vista, las vallas publicitarias, los gestos de las personas, los anuncios televisivos, incluso los mensajes de texto con los cuales nos comunicamos. Así pues, el uso de nuestros demás sentidos se ido relegando, sin tomar en cuenta que son de suma importancia en el momento de interiorizar y comprender de mejor manera un mensaje.

Este proyecto retoma dicha problemática y propone una experimentación a través de los sentidos. Partiendo de un tema general como el cuerpo humano, pasando por un fenómeno del mismo junto con su explicación teórica, hasta llegar a un sistema y una posible aplicación que involucre los sentidos humanos a parte de la vista.

A continuación una pequeña
reseña de los temas que se
tratan a lo largo de este
proyecto.

FO

INTRO DUC CIÓN



MARCO TEÓRICO

El hablar del ser humano involucra una gran variedad de conceptos, los cuales muchas veces mencionamos pero sin darnos cuenta en realidad de lo que podría llegar a significar y el impacto social que tienen estos conceptos que manejamos habitualmente. Entre éstos se encuentra el de “cuerpo”. Dentro del ámbito del ser humano, se puede llegar a una conclusión: de que a parte de todos los elementos intangibles que nos definen y nos caracterizan, somos un “cuerpo”. Pero una silla, el clóset, los libros, el pasto y las manzanas son cuerpos también. ¿Qué es lo que nos define, y por ende nos diferencia dentro del mismo concepto de cuerpo?

A un nivel molecular, nada. Según algunas teorías, absolutamente todo lo que se encuentra en el universo son moléculas que continuamente y en pequeñísimos intervalos de tiempo interactúan entre sí deformándose (Solomón, Berg y Martin, 2010). Pero ya en cuestiones más prácticas y simples, se ha definido a un cuerpo como una agrupación de materia que tiene un límite espacial y, por ende, puede ser percibida por los sentidos (poniendo un enfoque en la percepción humana a través de los sentidos) (Taisug, 1993). Esto no quiere decir que todo lo que pueda ser percibido es un cuerpo, ni que todo cuerpo pueda ser percibido. Una onda de radio no pertenece al mundo de los cuerpos, sin embargo de una u otra manera interactúa con ellos, ya que puede ser percibida por algunos cuerpos. En este caso desde los sentidos de algunos animales, por ejemplo los murciélagos o los delfines son capaces de interpretar ondas de sonido a frecuencias imposibles para los seres humanos (Solomón, Berg y Martin, 2010).

El humano, por su parte, dada esta “discapacidad” ha creado “cuerpos” capaces de captar estas señales y de alguna manera extender sus sentidos. Entonces, el oído recibe las ondas sonoras ya transformadas por la radio, las cuales llegan al cerebro, son interpretadas hasta que comprendemos un mensaje concreto. Finalmente el mensaje se interpreta a partir de las características socioculturales del entorno en el que se desenvuelve este ser.

Entonces, desde una perspectiva más enfocada a los sentidos del ser humano, se puede definir al cuerpo como un “lugar donde se da la experiencia perceptiva del mundo, un receptor y productor de significados culturales” (Tabula, 2010). Y desde un enfoque muy apegado a las ciencias sociales, este cuerpo puede definirse de dos maneras, como “cuerpo social” y “cuerpo constituyente” el primero se refiere al cuerpo como un portador de significados, mientras que el segundo es un generador de significados (Tabula, 2010)

Juntando estas dos aproximaciones del cuerpo, se llega a la idea de que el cuerpo termina siendo una construcción socio-cultural, ya que muchos significados nos los han inculcado a lo largo de toda nuestra vida, y cambian de acuerdo a la sociedad donde nos desarrollamos así discernimos la información que nos llega a través de los sentidos y la clasificamos de acuerdo a patrones sociales que nos han acostumbrado a seguir; esto empata con la teoría en la que según Foucault, el cuerpo, está construido a partir de discursos netamente sociales.

Estas definiciones responden a una percepción del cuerpo desde un ámbito principalmente social. Estas percepciones y definiciones a su vez, a lo largo del tiempo se han generado por estándares manejados en cada época, así como el uso del cuerpo como una herramienta generadora de conceptos, así todo lo que llega por los sentidos se ha definido por épocas de la humanidad. Por ejemplo, en el antiguo Egipto, se comenzó a perfumar el cuerpo, con el fin de comunicar ciertas cosas como sensualidad en el caso de la mujer, y era sobre todo usado en el ámbito de la atracción física entre seres humanos. Y poco a poco se fueron definiendo los olores agradables y los que no eran apropiados; cuando en un comienzo todos los tipos de olores eran necesarios para determinar entornos adecuados para la supervivencia del ser humano, luego se fueron omitiendo los malos y hoy en día

nos hemos arriesgado a agregarlos olores que en muchas ocasiones ni siquiera son propios de nuestra naturaleza (Ackerman, 1992). Así las cosas agradables para cada sentido se fueron definiendo por estándares sociales y ya no tanto por la necesidad de supervivencia del ser y de la utilización del cuerpo como una herramienta para conocimiento de nuevas cosas o -cuerpos-.

Toda la información que recibimos del mundo exterior llega a través de los sentidos. Es cuestión del cerebro y los -prejuicios individuales y colectivos- definirla e interpretarla. Pero dejando un poco de lado las cuestiones culturales, es importante tomar en cuenta que los sentidos desde su funcionamiento biológico solos juegan un papel muy importante en la definición del exterior y del cuerpo mismo. Por ello es relevante conocer a profundidad sobre cada uno e cada uno de éstos para después observar cuánta es la información que percibimos y, así mismo cuánto la que interpretamos realmente utilizamos.

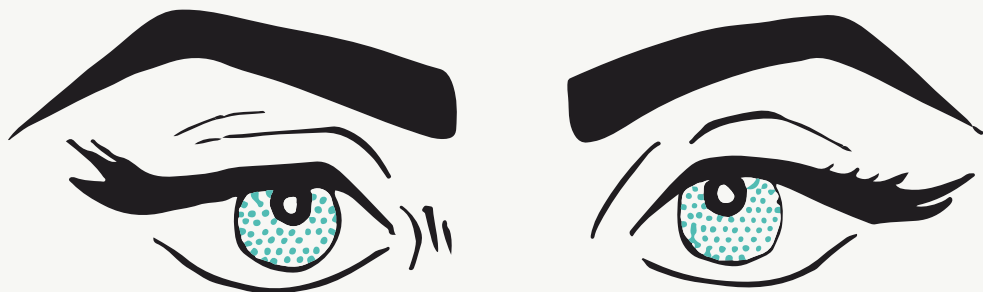
En todo momento estamos recibiendo grandes cantidades de información a través de los sentidos. Cada segundo que pasa sentimos nuestra ropa, el frío, percibimos olores, escuchamos conversaciones y sobre todo observamos cosas. Siempre que exista un estímulo externo, están los terminales nerviosos enviando señales químicas al cerebro, donde mediante un proceso químico se generan más hormonas y enzimas que activarán partes especiales del cerebro generando una reacción física al estímulo recibido. (Solomón, Berg y Martin, 2010)

Pero ¿Cuánta de esta información utilizamos? Nuestro cerebro se ha acostumbrado a ciertas sensaciones y por ello "suprime" su existencia, permitiendo enfocarnos en sensaciones que necesitamos en determinado momento (Solomón, Berg y Martin, 2010). Así, podemos obviar ciertos sonidos, no estamos sintiendo todo el tiempo cada componente de nuestra ropa, ni escuchando todas las conversaciones que pasen por

nuestro lado. Pero tenemos dos sentidos en especial de los cuales no podemos huir y que en cierta medida no podemos controlar: el olfato y el tacto. En cualquier momento podemos dejar de escuchar si tapamos nuestros oídos, dejar de ver, de saborear, pero siempre sentiremos los cambios climáticos, la temperatura del ambiente, y sobre todo los olores. En todo momento estamos oliendo las cosas, los lugares y más que nada a las personas. (Ackerman, 1992)

Estos dos puntos de vista se complementan y son el punto de partida para explorar todo un mundo que nace desde las percepciones, definido por por el viaje de las mismas a través del cerebro hasta convertirse en un significado con tintes culturales.

Retomando la idea del tiempo, la presencia de los sentidos en el cuerpo humano ha sido de suma importancia para su supervivencia. Cada uno de ellos trae información de distintos lugares y fenómenos que ocurren alrededor del ser, y nos permiten desenvolvernos adecuadamente. En los comienzos de la humanidad era de suma importancia el olfato, para recolectar las



frutas, determinar la cercanía de agua o humedad del ambiente; el tacto de igual manera apoyaba de manera significativa en el proceso de recolección de frutas, determinando su calidad, ayudaba a percibir el clima para luego moverse o migrar a otro lugar en casos de cambios bruscos de clima. El oído para definir posibles ataques de otros animales, o encontrar lugares adecuados donde quedarse, entre otras cosas (Ackerman, 1992).

Pero en realidad con el paso del tiempo y una evolución que se ha enfocado mucho más en la parte mental que en la física, hemos dejado de lado estos sentidos que permitían utilizar el cuerpo como una herramienta de supervivencia y más bien hemos generado objetos que suplen muchas de las funciones que cumplen los sentidos en nuestro cuerpo, incluso objetos que amplíen o funcionen como una extensión de los sentidos. Entonces a la final hemos dejado que predomine de cierta manera la vista sobre los demás sentidos.

Hoy en día hemos logrado acoplarnos a un sistema donde predomina el sentido de la vista, las formas de comunicación se han enfocado principalmente en apelar a este sentido y mucho más fuerte, hemos definido nuestro cuerpo a través de paradigmas netamente visuales. "un cuerpo se define por lo que percibimos de él, en el ámbito humano, vemos y recibimos miradas, y es en esa devolución de la mirada en la que nos confirmamos como sujetos." (Tabula, 2010)

A raíz de esta "supremacía" del sentido de la vista han surgido teorías sobre las maneras de comunicarnos, e incluso manipular a través de la comunicación visual. Por ejemplo, se utiliza la semiótica para a partir de asociaciones culturales entre formas y colores, generar un mensaje que llegue de

mejor manera a las personas al punto de convencerlas acerca de ciertas ideas o preceptos (Baldwin, 2007). Otro ejemplo, es la época de la segunda guerra mundial donde fuertes mensajes visuales eran enviados a las personas con el fin de convencerlas de que debían apegarse a uno de los regímenes. Mensajes como estos, en algún momento fueron enviados a través de la televisión, en un episodio de la caricatura del Pato Donald, llamado *In Der Fuhrer's Face*, sale un líder nacionalista, y se muestra lo terrible que es su vida, y cómo después de un tiempo se enloquece por estar ahí. A la final todo es un sueño y apenas se da cuenta de ello repite la siguiente frase: "qué orgulloso me siento de ser un ciudadano americano". Esta es en gran medida la influencia social que vamos recibiendo a lo largo de nuestras vidas que van definiendo la manera en que interpretamos las percepciones de nuestros sentidos. Y esto es lo que aprovecha la publicidad, a través del sentido de la vista nos venden estilos de vida determinados, apelando a sentimientos y emociones a tal punto de quedarse en nuestra mente y vender sus ideas.

Por otro lado existe una gran potencial en la comunicación a través de los otros sentidos, por ejemplo el olfato que, tal vez, tiene pocas conexiones directas con el cerebro pero tiene serias conexiones con el sentido de la memoria. Así, siempre que olemos algo "prende" un foco en el cerebro que nos conecta a un recuerdo determinado y definido por este olor. Aunque también este sentido de los olores está definido y aprovechado en gran medida por la publicidad y el mercado. Al momento de generar perfumes, están implantando recuerdos o elementos en nuestra memoria que se relacionen con determinados olores, así como nos han impuesto que hay olores agradables y otros que no, aunque todos sean naturales del mismo cuerpo humano y en el sentido biológico cumplen funciones en cuanto a tracción o detección de peligro (Ackerman, 1992). En el mundo del Marketing también hay una nueva tendencia que busca generar publici-

dad a través de los olores, por ejemplo marcas de ropa generan su propio aroma, que riegan por toda la tienda y en algunas ocasiones en lugares cercanos a la tienda, de esta manera la experiencia del consumidor se vuelve mucho más evolutiva, y al integrar el sentido del olfato están generando una conexión neuronal nueva configurada para ese olor, así cuando el consumidor vuelva a pasar por la tienda o reconozca el olor en determinado lugar recordará inmediatamente la marca; y de esta manera generando un nuevo tipo de publicidad solo con el sentido del olfato. Lamentablemente, aunque es algo nuevo, no hemos podido desapegarnos del uso excesivo del sentido de la vista. Generalmente estos momentos de olfato van acompañados de pequeños mensajes visuales referentes a la marca, y si es la primera vez que un cliente es expuesto al aroma es necesario que tenga el estímulo visual para que comprenda el mensaje, por lo tanto el sentido del olfato no puede valerse por sí mismo desde un comienzo.

"Pero ¿cómo sería posible descentrar la visión en sociedades que se definen constantemente por la invasión de imágenes, por el poder de los medios de comunicación? ¿Puede recuperarse ese sujeto encarnado que se relaciona con el mundo desde su aquí y ahora, su ser-en-el-mundo? ¿O debemos resignarnos a un dualismo que relega la percepción a la esfera de la contemplación por un sujeto pasivo excluyendo toda re-acción del cuerpo ante las imágenes del mundo?" (Tabula, 2010)

Entonces la cuestión final es determinar si existe alguna manera de involucrar los demás sentidos para apelar de mejor manera a la memoria, no con propósitos publicitarios ni mucho menos, sino con el fin de comunicar de mejor manera un mensaje que puede llegar a generar un cambio social, mejorando su desarrollo y su convivencia; o tan sólo lograr

que nos demos cuenta de lo mucho que subestimamos el resto de nuestros sentidos.

"La unidad del espacio sólo se da en el engranaje de los sentidos. Así, sostiene que la visión requiere principalmente del tacto, ya que «lo visible está tallado en lo tangible" (Tabula, 2010). Partiendo de este enunciado, la idea general sería analizar la manera en que los otros sentidos pueden ser conjugados, ver los posibles fenómenos que permiten que se de esta idea sea posible y a la final encontrar la manera de aplicarlos en términos de diseño (no netamente visual), un diseño sensorial.

LA SINESTESIA CONJUGA LOS SENTIDOS

En un mundo donde se ha dado predilección a determinados sentidos, principalmente la vista y el oído, es difícil encontrar productos comunicacionales que generan asociaciones claras entre los sentidos. Es decir, puede ser que a través de la vista se ha logrado "capturar" de cierta forma a los demás. Por ejemplo, dentro de la comunicación visual, se puede transmitir una textura u olor, pero apelando a recuerdos de la mente a partir de imágenes. Un ejemplo claro es un anuncio de café, donde por medio de la vista se apela a sentidos como el tacto o el olfato, -representando- la espuma del café o el olor del mismo con una leve nube de humo, como se observa en la imagen.



Pero en verdad no podemos tocar la espuma ni tener el aroma a café. Al parecer todo este mundo visual está basado principalmente en la representación de sensaciones y no en la experimentación de las mismas. Se podría en cambio, mediante algún dispositivo generar este olor en la misma publicidad y así generar un espacio mayor en la memoria de las personas que vean este anuncio. Se estarían activando dos sentidos en vez de uno y creando una conexión importante con elementos de la memoria del consumidor.

Este fenómeno, en donde se activan dos o más sentidos existe en la vida diaria de muchas personas y se llama sinestesia. La palabra se forma de dos raíces griegas: syn que significa "juntos" y aisthesis "perceptivo" (Campen, 1999). Partiendo de esto, se define a este fenómeno como la capacidad de conjugar dos o más sentidos frente a un estímulo externo. No de forma consciente, si no como producto de un proceso extra en la parte del córtex del cerebro y a la unión TPO (lóbulos parietal, occipital y temporal) (Ramachandran, V. y E. Hubbard, 2001). Entonces estas personas, por ejemplo, al escuchar ciertas frecuencias o notas sonoras son capaces de atribuirles un sabor, color u olor determinado.

Pero ¿cómo funciona exactamente todo este proceso? En un comienzo se creía que las relaciones que hacían estas personas eran principalmente asociadas a la memoria, así si de pequeños el número 5 de su refrigerador era verde, ahora verían ese color cuando vieran el número. Lo que ocurrió fue que al hacer varias pruebas, notaron que a aunque no pudieran distinguir el número entre otros, de alguna manera su cerebro lo percibía generando un color; y a partir de ese color sabían qué dígito era sin haberlo determinado visualmente (Campen, 1999). Entonces, a partir de esto se hicieron varias investigaciones y se llegó a la conclusión de lo que en verdad ocurre, es que: primero es un fenómeno que ocurre a nivel genético, por lo cual puede ser hereditario (Ackerman,



1992). Segundo, es un proceso que se da en altos niveles del cerebro, en donde una zona receptora de estímulos activa otra zona cercana relacionada también con la percepción y se da una respuesta de un estímulo a partir de dos sentidos. En un ámbito más técnico, un funcionamiento normal se daría de la siguiente manera: Partiendo de las relaciones en la vista con la forma y color, la luz se refleja sobre una superficie, y es captada por los conos en forma de una escena, la misma que viaja por medio de señales neuronales a un área del cerebro llamada área 17 en el lóbulo occipital. A partir de este lugar, las señales se van ampliando a distintas partes, en este caso la información de color viaja hasta el lóbulo occipital para luego juntarse en el lóbulo parietal y generar una imagen mental de la escena inicial (Ramachandran, V. y E. Hubbard, 2001).

Pero en el caso más frecuente de sinestesia, que es aquella que asocia caracteres numéricos con colores, se da porque los colores y los números se procesan en un comienzo en el mismo lugar, entonces hay una interconexión entre un área llamada V4 y otra relacionada con la forma de los números; las cuales se encuentran en el mismo sitio (Ramachandran, V. y E. Hubbard, 2001). Pero no es necesario que sean partes adyacentes ni mucho menos, ya que hay casos más raros de sinestesia, como la de sonido-color, las cuales también se generan por interconexiones (Ramachandran, V. y E. Hubbard, 2001). Una vez determinado que este fenómeno del cerebro es producido por las conexiones entre lugares, es necesario analizar qué exactamente produce esta mutación genética que hace posible las conexiones. Lo que pasa es que, normalmente al tener varios estímulos físicos, el cerebro tiende a equilibrar las sustancias químicas que traen información sobre el estímulo, y las enfocan sólo en uno, inhibiendo las reacciones a todos los estímulos. Lo que ocurre con personas sinestésicas, es que la cantidad de sustancias químicas es la misma en todas las regiones, entonces al

recibir un estímulo externo, se activan más de dos terminales nerviosas y se interpreta por medio de dos sentidos (Martino & Marks, 2001).

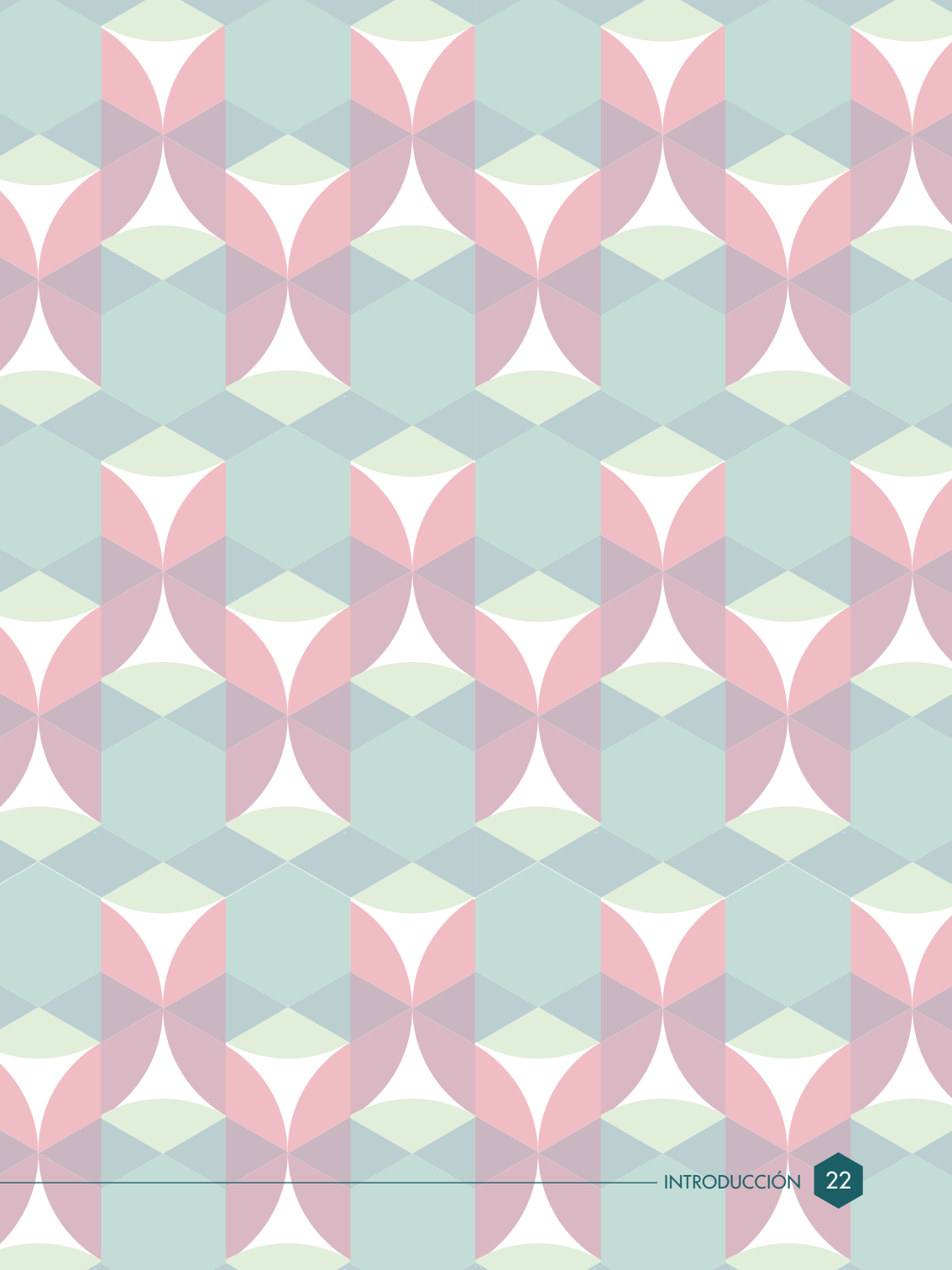
Esto explica por qué se obtienen resultados similares con el consumo de drogas alucinógenas, como LSD o mezcalina, ya que alteran el equilibrio químico en el cerebro y permiten que se den este tipo de conjunciones sensoriales (Swaminathan, 2007). Es conocido que a lo largo de la historia muchos artistas como Charles Baudelaire, Rimbaud o Kandinsky tuvieron este tipo de funcionamiento sensorial, porque según algunos estudios la sinestesia está relacionada directamente con la creatividad y la capacidad de generar metáforas. De ahí que muchos artistas que no padecen de esta alteración genética recurrieron frecuentemente a este tipo de drogas, para generar asociaciones o metáforas más fáciles a través de sensaciones múltiples (Campen, 1999). Según Edward Hubbard, científico y sociólogo, todos en un inicio, de alguna medida padecimos algún tipo de sinestesia que con la evolución se convirtió en una manera de generar metáforas y lograr relacionar elementos visuales con elementos lingüísticos, por ejemplo: una forma puntiaguda con un nombre "resco" y una forma de bordes redondeados, con nombres donde se utilicen letras suaves tanto en la pronunciación como en la forma como la b o la o (Ramachandran, V. y E. Hubbard, 2003).

LA UTILIZACIÓN DE LA SINESTESIA COMO CONCEPTO



DISEÑO A TRAVÉS DE EXPERIENCIAS MULTISENSORIALES

Considero que así como hemos sido capaces de generar estas asociaciones, e incluso hemos permitido que socialmente nos las impongan (en el ámbito visual); Desde mi perspectiva creo que debe haber alguna manera de generar asociaciones que por un lado, estén basadas en estos principios de la sinestesia, pero que no se enfoquen únicamente en la parte visual. Tenemos otros 4 sentidos que gracias a la publicidad y la expansión de los medios de comunicación se han quedado atrás. Mi idea es tratar de transmitir lo que sienten las personas sinestésicas a individuos -normales-, apelando a más de un sentido para que sus conexiones cerebrales se multipliquen y se cree una especie de "sinestesia forzada". De esta manera, una idea o concepto puede quedarse grabado de manera mucho más fácil en la memoria de estas personas, así como el ejemplo explicado al inicio, donde una persona sinestésica, recordaba el número gracias al color que éste generaba en sus receptores. Entonces induciendo a una persona a una experiencia donde pueda interactuar con todos sus sentidos recordará un concepto o un mensaje mucho más fácilmente que si sólo se apela al de la vista y la memoria construida del individuo.





PROBLE MÁTICA

La supremacía del sentido de la vista y la subestimación del uso comunicativo y persuasivo de los demás sentidos. Como se ha dicho en varias ocasiones, son muy pocos los momentos o los objetos que utilizan el concepto de multisensorialidad o de “sinestesia inducida” para comunicar una idea o convencer a al público de algo y hacer de su experiencia algo que conjugue la mayoría de sus sentidos sin darle tanta importancia a la parte visual.

En el caso de este proyecto, se plantean varios puntos de vista en términos de la problemática. El primero ya mencionado que tiene un enfoque más experimental, busca exaltar los sentidos de las personas, hacer hincapié en que no sólo la vista tiene que ser el sentido que nos guíe, si no que mediante la exploración sensorial se pueden generar nuevas maneras de sentir el mundo e incluso es una manera de expandir los conocimientos y la imaginación. El segundo enfoque es la búsqueda de la aplicación del concepto de la multisensorialidad para generar un impacto social. Tomando en cuenta un gran problema como es el secuestro y la falta de empatía y compromiso como comunidad hacia este problema, propongo generar un producto de comunicación (en este caso con la idea de la sinestesia inducida) para que solucione esta falta de interés y llame a la sociedad a tomar más en cuenta esta problemática.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo generar una experiencia con diferentes estímulos sensoriales que permita comunicar adecuadamente un mensaje y que permita generar el diseño de un sistema producto completo?

OBJETIVO GENERAL

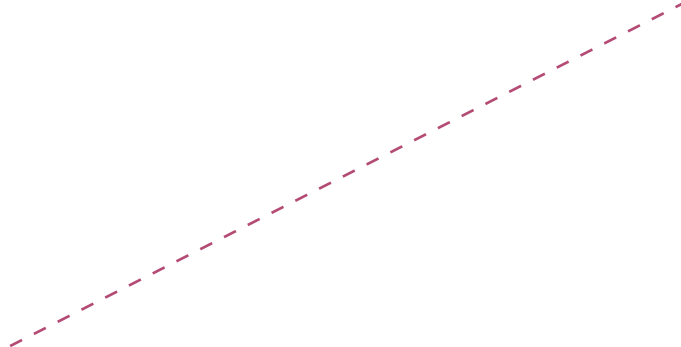
Encontrar la manera de involucrar el concepto de multisensorialidad y sinestesia en un solo producto que permita generar conciencia acerca del problema del secuestro.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1** Experimentar con los sentidos del tacto, la vista y el oído aislados y en conjunto para comprender y analizar cómo se comportan y cómo definen la realidad si se omite el sentido de la vista.
- 2** Indagar sobre el secuestro como problema social y a partir de relatos y una investigación de tipo cualitativa para rescatar el tipo de estímulos sensoriales que tiene una persona que ha sido privada de su libertad.
- 3** Aplicar adecuadamente un conjunto de estímulos sensoriales en el diseño de un sistema-producto que permita ampliar el alcance del diseño de la comunicación hacia la experimentación sensorial y no limitarse mediante el sentido de la vista.



METODO LOGÍA



Con el objetivo de comprender el funcionamiento de los sentidos, sus usos y sus aplicaciones en varias situaciones de la vida cotidiana, es necesario hacer una investigación de tipo cualitativa. Dado que este proyecto comprende dos fases, (una experimental y otra comunicacional) la investigación se realiza desde dos puntos clave: el primero, experiencias propias respecto al uso de los sentidos para observar como reacciona cada uno de ellos frente a distintos estímulos, así como la observación y análisis de los diferentes tipos de estimulación que puede hacer y cómo reaccionan las demás personas a ellos.

A parte, también es necesario realizar una investigación cualitativa también que me permita recopilar información sobre la experiencia sensorial de personas que han sido secuestradas, para esto será importante la lectura de relatos y de experiencias de estas personas.

Una vez recopilada toda esta información podré poner en práctica estímulos sensoriales de tal manera que funcionen como un objeto comunicacional.

La investigación y sus
resultados, ¿el secuestro?
¿la multisensorialidad?
¿cómo conjugar estas dos ideas?

02

INVESTIGACIÓN



FASE 1

experimentación personal

Teniendo como base la idea de que actualmente todo apela al sentido de la vista y se han dejado a un lado el resto, decidí omitir este sentido para analizar de qué manera reaccionan o se agudizan los demás y a partir de los resultados generar un producto comunicacional con esos sentidos.

La idea de investigación fue taparme los ojos durante un día y tratar de llevar un día normal de esta manera.

A lo largo de la experiencia, hubo algunas limitaciones: como todo mi mundo está basado en las experiencias visuales, fue difícil despegarme de esto y hacer todo guiándome por las sensaciones de los demás sentidos. Tampoco fue fácil llevar un día completamente normal ya que en gran medida dependía de otras personas para llevar a cabo algunas acciones como prender la grabadora de voz o de video.

Experiencia.

La experimentación la llevé a cabo un rato después de despertarme, a lo largo de todo el día. Los primeros pasos fueron los más difíciles ya que de cierta manera tenía que “ver” a través de mis manos, sentir las paredes al momento de caminar, tratar de definir la continuidad del piso en cada paso y determinar cada objeto que tocaba mediante las manos y las relaciones forma-concepto de mi mente. Me daba cuenta de las diferentes texturas de la pared, la rugosidad de la madera y lo frío del cemento pintado de color blanco. Por la mañana tenía que desayunar; pero realizarlo fue una gran hazaña, para tomar un plato de cereal y ponerle

leche tuve que valerme de mucho más que solo el sentido del tacto. Primero, tomar el cereal; recordar en qué lugar esta guardado habitualmente no fue difícil, el problema fue encontrarme con dos cajas con la misma forma, en el lugar donde están los cereales. Normalmente escoger la caja correcta toma segundos, ya que podemos ver el diseño de la que queremos y listo, en este caso fue una experiencia mucho más compleja. Tuve que sacar ambas cajas, abrirlas, y para no manosear la comida, oler cada una de ella para determinar qué cereal era. Un olor insípido se instaló en mi cuerpo durante unos segundos, no era lo que yo buscaba; pero el siguiente el olor a chocolate, el olor usual a "chocapic". Por suerte uno era integral mientras que el que yo buscaba era el de chocolate. Después tuve que tomar un plato y para hacer la decisión correcta tuve que recordar la forma de un plato hondo, para no tomar uno plano y hacer un desastre en la cocina. En la búsqueda de la leche, ocurrió lo mismo, tuve que recurrir al mapa mental que tenía de la nevera, recordar dónde se encuentra la leche usualmente, recordar que en la parte superior el envase tiene una tapita y guiarme de esas asociaciones para poder echar la leche en el plato. Después, comer. Fue toda una nueva experiencia. Comenzando por que como no podía ver, calculé mal la cantidad de leche y era más bien una sopa con poquísimos cereales dispersos. Las texturas de la comida se hacían más notorias dentro de mi boca y el aroma a chocolate era mucho más fuerte de lo habitual. ¿sería que el reto de mis sentidos se agudizaban mientras no podía ver? De esta manera, terminar de comer fue algo completamente nuevo, de hecho no supe si estaba pronta a acabar el plato, hasta que me di cuenta que ya no sentía ningún cereal y tuve que tomar la leche desde el plato para cerciorarme que me lo hubiera acabado. Con el pasar de las horas uno termina acostumbrándose a tocar las cosas, pero cada acción me tomaba el doble de tiempo sin el sentido de la vista. Llegó a ser una experiencia desesperante.

No podía hacer nada más que estar sentada o acostada, no podía ver el teléfono celular, ni usar la computadora, ni leer ni ninguna de las cosas que hago en un día normal. No sabía que hora era y cada momento del día se hacía más largo. Lo único que me quedaba eran los otros sentidos. Escuché música una buena parte del día. Cada vez descubría un nuevo instrumento en diferentes canciones, y entendía mucho mejor cada elemento que componía una canción, (comencé a pensar que el baterista de AC-DC es el mejor). Lo interesante de todo esto fue notar como al hacer las cosas tenía que recurrir a mapas mentales para ubicarme en el espacio y llevar a cabo la acción. El problema hubiera sido hacer algo completamente nuevo, ya que como estuve en mi casa todo el tiempo, sabía lo que pasaba, pero si no hubiera sido así, llevar a cabo el proceso hubiera sido mucho más difícil. Dependía mucho de las demás personas, pero lo que sí puedo decir es que los demás sentidos toman un papel muy importante para definir mis procesos mentales, determinar lo que ocurre en el mundo exterior y llevar a cabo una acción.

Para registrar estas experiencias, lo que hice fue tomar la cámara y grabar cerca a mi mano, haciendo alusión a la idea de que podía observar con mis manos y eran la única herramienta para hacer las cosas. También hice grabaciones sobre algunas acciones que hacía, como el momento de levantarme, abrir la llave de agua o todo el proceso de servir cereal con leche en un plato.

Una de las conclusiones a las que llegué es que el sentido del oído funciona como una herramienta esencial para determinar lo que ocurre alrededor, tratar de imaginarse de donde viene determinado sonido nos ubica espacialmente, junto con el sentido del tacto que nos permite definir los objetos, determinar su utilidad, y elementos como su peso, tamaño, etc. El olfato por su parte, refuerza al sentido del tacto, definiendo los componentes de un objeto, nos permite precisar con

mayor certeza de qué se trata. Obviamente todo esto depende de las experiencias personales, ya que cada estímulo recibido es comparado con un estímulo similar que se ha recibido e identificado anteriormente. Cuando todos los estímulos son correctos y correspondientes entre sí, se juntan y forman un “significando” en nuestra cabeza, que corresponde a un “significante” en la vida real. Eso, para hacer referencia a la teoría de Saussure sobre la semiótica, donde explica que para que exista esta correspondencia entre conceptos debe haber un Referente o conocimiento preliminar. (Orive,) Entonces, de esta manera la percepción de cada persona y su manera de identificar los objetos variará dependiendo de su propia experiencia.

Pero, ¿qué pasaría si personas con diferentes experiencias de vida se exponen a una serie de estímulos sensoriales que no tienen un sentido definido?, es decir, que cada estímulo sensorial no corresponde al siguiente, ni buscan generar un ambiente definido o una respuesta concreta en el público. ¿le dará predilección a un estímulo sobre los demás? ¿O depende más de la experiencia personal que de la intensidad de los estímulos?



FASE 2

el secuestro a través de los sentidos

La última fase de investigación es para aplicar después en el diseño del sistema producto que busca generar un impacto a nivel social. Esta parte busca entender cómo se comportan los sentidos de una persona que ha sido secuestrada, y qué clase de estímulos recibe.

La experiencia de un secuestro es algo realmente traumático, tanto psicológicamente como sensorialmente, se pierde la noción del tiempo completamente ya que es normal que las personas que son secuestradas pierdan el sentido de la vista por que les tapan los ojos, con el fin de que si son dejadas en libertad, no puedan reconocer a su agresor. Hay cambios bruscos de luminosidad, una abrumación de sensaciones en pequeños intervalos de tiempo, confusión, inestabilidad física, lo cual conlleva a una inestabilidad emocional que intensifica todos los estímulos recibidos. (Barreiro G., 2005) La lectura de varios testimonios también es un elemento de suma importancia, para tener un referente de lo que podrían haber vivido estas personas, descripciones de lugares, como ser llevados a un bosque o por lugares dificultosos para caminar hace que la experiencia sea mucho más fuerte, también la existencia de estímulos auditivos, como escuchar las voces de los secuestradores o repentinamente escuchar diversos sonidos de ambiente determinan las cualidades de la experiencia de secuestro; normalmente, estas personas escuchan gritos, amenazas, tienen lapsos donde el ruido de la ciudad es abrumador, así como comienzan a escuchar elementos indescifrables que generan desesperación (Vitta, 1996).

En un estudio que hizo la Universidad de los Andes, en Colombia se explican también las distintas fases por las que

pasa emocionalmente una persona que ha sido secuestrada, se pueden rescatar 4 que son las más importantes: Inicialmente un desarrollo de mecanismos de defensa que permiten a una persona secuestrada mantener la calma y buscar maneras de escapar, la emergencia de estos mecanismos de defensa permiten que prevalezca un sentimiento de esperanza y adaptación a la situación. El siguiente paso se caracteriza por frustración y protesta, ya que reconocen la situación en la que se encuentran y notan que la salida es casi imposible, se generan sentimientos de dolor y encierro. El penúltimo paso se caracteriza por la pérdida de la paciencia, cada vez la búsqueda de una salida se vuelve imposible y la desesperanza comienza a aparecer, las noticias de cómo sus seres queridos continúan con sus vidas crea una situación de estrés emocional en los capturados. Por último llega la desesperanza, sin señales claras de liberación las personas secuestradas muchas veces pierden completamente la confianza y comienzan a distanciarse y a generar desapego hacia lo que los mantenía llenos de energía, el vacío y la soledad comienza a apoderarse de sus sentimientos y pensamientos (Diazgranados, 2004). Luego de tener estas premisas y conceptos en mente es necesario idear una manera de aplicarlos en términos de diseño, comunicación y experimentación sensorial.

21 *carrera/ocupación* Estadista *para el*

*A continuación tienes un espacio en blanco. Escríbe en él una
explicación de la emoción o sentimientos que experimentas al
leer el texto. ¿Por qué? ¿Qué te hace sentir así?*

carro me

Pigmenttusche

FASE 3

La exploración multisensorial

A base de estas preguntas se plantea la siguiente fase de la investigación, que consiste en la creación de un sistema de experimentación sensorial que busca, primero, despertar la curiosidad en las personas sobre el uso de sus otros sentidos a parte del de la vista, y encontrar similitudes o variantes en la manera en que las personas reciben los estímulos sensoriales.

Esta parte de la investigación servirá como un acercamiento a las reacciones de distintas personas a diferentes estímulos sensoriales.

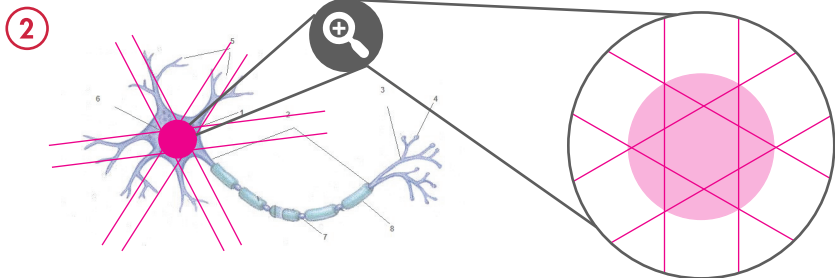
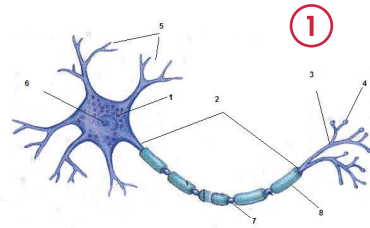
El proyecto consiste en una instalación pequeña que otorgue a las personas la oportunidad de sentir distintos estímulos sensoriales al mismo tiempo para obtener información sobre cómo las personas reaccionan ante estímulos incongruentes. En la parte de la investigación cualitativa personal se habló sobre los estímulos congruentes, que forman una idea concreta en la mente, pero ¿qué ocurre si los estímulos son incongruentes y no buscan completar o transmitir una idea en especial? Con esta instalación se encontrarán respuestas a estas preguntas.

1 Definición del nombre e imagen

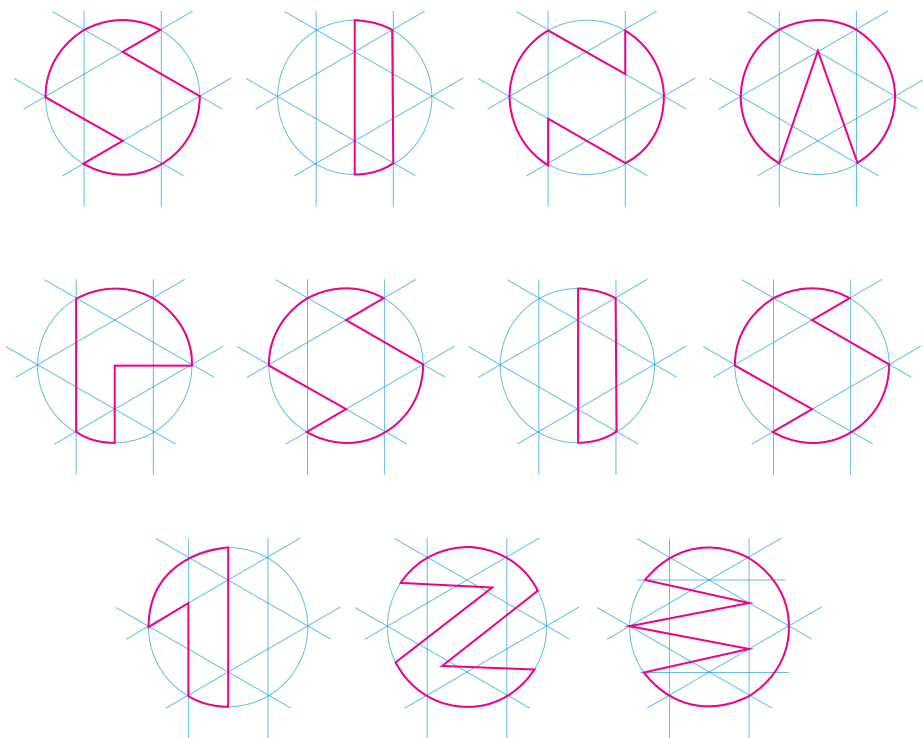
Nombre:

Se eligió como nombre al proyecto **sinapsis**, ya que el fenómeno de la sinestesia ocurre en un problema de transmisión entre las descargas eléctricas neuronales, en vez de que la sinapsis (proceso químico por el cual dos neuronas se comunican) se da entre la neurona conductora del estímulo y su respectivo sentido, se da de manera doble. Y transmite un solo estímulo a dos sentidos en nuestro cerebro y se obtiene como resultado una respuesta por parte de dos sentidos.

Se tomó como base la imagen de una neurona, para geometrizar y generar un malla sobre la cual se pueda construir una tipografía para la imagen del proyecto.



cuadrícula base para la construcción tipográfica



Construcción tipográfica



Selección cromática aplicada en cuadrícula base para la posterior creación de un patrón.

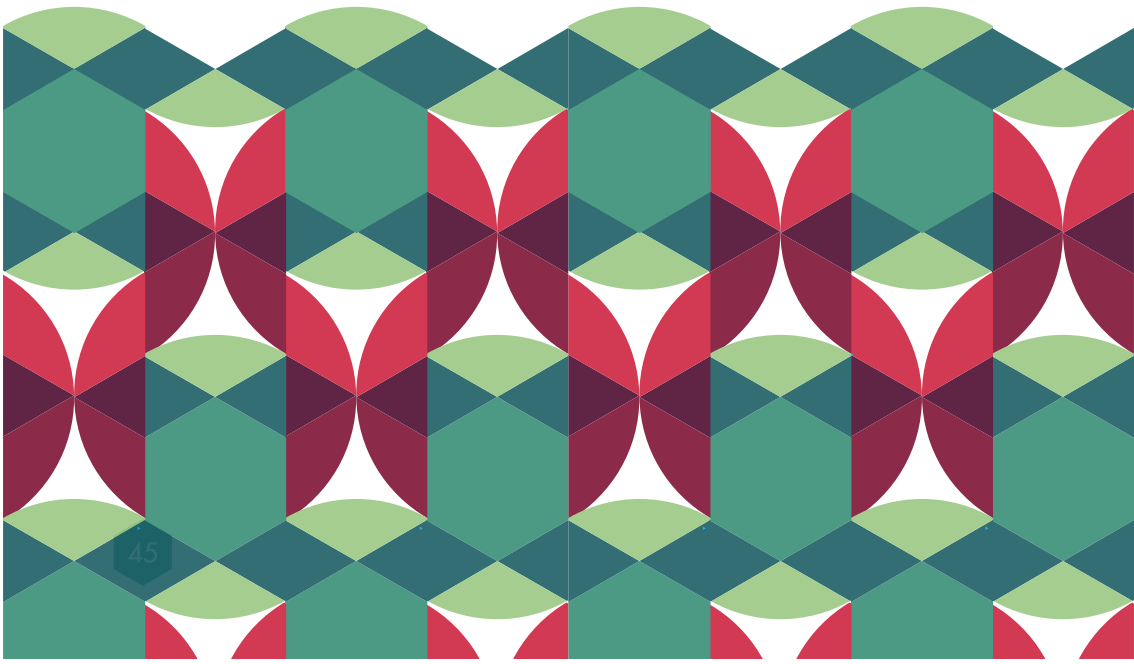
SINAPSIS

el sentir sin sentido



SINAPSIS

el sentir sin sentido



2 Elementos gráficos

Afiche informativo

Se realizó un afiche informativo que tenía una ligera explicación del proyecto, con el fin de que las personas se acercaran al lugar y pudieran descifrar de qué se trataba el proyecto para posteriormente llevar a cabo el experimento.

150 cm

40 cm

¿TIENES 10 MINUTOS?

Tómate 10 minutos y date una vuelta por este proyecto

Tenemos **5** sentidos pero solo **UNO** de ellos acapara nuestra vida diaria

¿QUÉ PASARÍA SI...?

¿quitamos la vista?

EXPERIMENTA CON TUS SENTIDOS

ESTE PROYECTO explora las relaciones existentes entre nuestros sentidos. Estamos cansados de que todo sea hecho sólo para verlo, y no podemos tocar, sentir, escuchar ni oler nada.

Aquí puedes tocar, oler y escuchar; experimentar todo un conjunto de estímulos sensoriales que te llevarán a otra parte y te darás cuenta que así como la vista, el resto de sentidos son igual de importantes.

¿CÓMO FUNCIONA?

- 1**

Lee las instrucciones en cada módulo con una caja y sigilo.
Experimenta y explora con tus sentidos.
- 2**

Escribe las emociones o sentimientos que despertó en ti esta experiencia.
- 3**

¡Felicitaciones y gracias! Tu contribución a este proyecto es muy valiosa.

SINOPSIS
— el sentir sin sentido —

¿TIENES 10...MINUTOS?

Tómate 10 minutos y date una vuelta por este proyecto

Tenemos **5** sentidos pero solo **UNO** de ellos acapara nuestra vida diaria

¿QUÉ PASARÍA SI...?

¿quitamos la vista?



EXPERIMENTA CON TUS SENTIDOS

ESTE PROYECTO explora las relaciones existentes entre nuestros sentidos. Estamos cansados de que todo sea hecho sólo para verlo, y no podamos tocar, sentir, escuchar ni oler nada.

Aquí puedes tocar, oler y escuchar; experimentar todo un conjunto de estímulos sensoriales que te llevarán a otra parte y te darás cuenta que así como la vista, el resto de sentidos son igual de importantes.



¿CÓMO FUNCIONA?

1



Lee las instrucciones en cada módulo con una caja y siguelas. Experimenta y explora con tus sentidos.

2



Escribe las emociones o sentimientos que despertó en ti esta experiencia.

3



¡Felicitaciones y gracias! tu contribución a este proyecto es muy valiosa.

SINAPSIS

el sentir sin sentido



Tenemos **5** sentidos pero solo **UNO** de ellos acapara nuestra vida diaria

¿QUÉ PASARÍA SI...?

¿quitamos la vista?



EXPERIMENTA CON TUS SENTIDOS

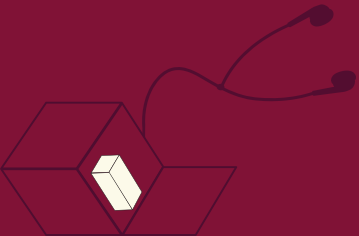
ESTE PROYECTO explora las relaciones existentes entre nuestros sentidos. Estamos cansados de que todo sea hecho sólo para verlo, y no podamos...

¿QUÉ HACER?

SINRPSIS

1

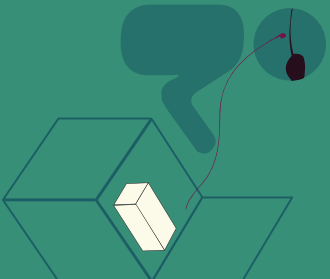
Ponte los
audífonos



Este es el primer sentido que vamos a incluir en la prueba, el oído. Ponte los audífonos y escucha cuidadosamente mientras continuas con los demás pasos.

2

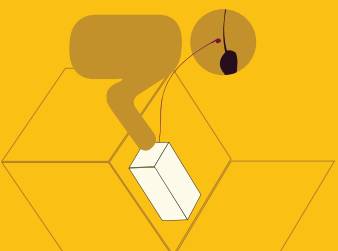
Tápate
los ojos



Tenemos que imaginar cómo sería un mundo sin la vista, en este paso omitiremos este sentido, y a cambio agregaremos un elemento importante, el olfato.

3

Siente
la caja



Una vez que ya tengas todo puesto y listo, introduce tu mano en la caja blanca que está sobre la mesa. Siéntela, no pienses en los elementos que contiene solo déjate llevar por lo que sientas.

¿YA?

SINOPSIS

4

¿Ya?

¿Ya terminaste? sentiste todas las texturas, sonidos y olores a profundidad?

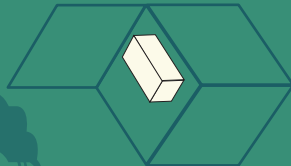
¡Felicitaciones! has sido parte de un importante proyecto que busca realzar tus sentidos y ponernos a prueba.

Ahora vamos por la segunda parte, que no te tomará más de 5 minutos.



5

¿Qué emociones sentiste?



Seguramente viviste varias sensaciones a medida que llevabas a cabo los pasos anteriores. Esta combinación de sensorial seguramente te hizo acuerdo a algo o despertó algún tipo de emoción en tí.

6

¡Cuéntanos!



¡Cuéntanos lo que sentiste!

En el cuaderno de sensaciones encontrarás hojas en blanco, elige un color con el cual escribir o dibujar y ahí puedes contarnos cualquier emoción o sentimiento que despertó en tí esta experiencia.



Libros de sensaciones

Son los libros de respuestas, en donde los participantes en la experimentación sensorial escriben sus percepciones una vez terminada la actividad.


Estos libros servirán para la recopilación de información acerca de los participantes y de los sentimientos o emociones que la actividad generó en ellos.



Tarjetas de recuerdo

Cada participante podía llevar consigo una tarjeta de recuerdo, dependiendo del sentido con el que se sienta más identificado, de los utilizados en el experimento: tacto, oído u olfato.

Cada una de estas tarjetas posee la imagen del proyecto.



Cajas multisensoriales, para la experimentación.

Estas cajas fueron realizadas tomando en cuenta las cuatro fases encontradas durante la experiencia de un secuestrado: esperanza, dolor, estrés y vacío. Si bien, caja fue una interpretación personal de cada una de estas emociones, gracias a pequeñas pruebas pude notar que las sensaciones si correspondían a esas emociones.

A continuación veremos los componentes sensoriales de cada caja.

ESPERANZA

etapa 1 del secuestro

Tacto Lleva texturas suaves y tranquilas, todo el proceso de introducir la mano en la caja es suave y no tiene grandes sorpresas, puede ser una experiencia tranquilizante si se hace con suavidad, podría incluso producir cosquillas.

Olfato El olor de esta caja es más bien desagradable, una combinación de condimentos fuertes de cocina y unas migas de comida de perro hacen un olor casi insoportable para mantener la investigación.

Oído Se oyen ruidos, elementos fuertes a lo largo de toda la interacción de la persona con la caja.



DOLOR

etapa 2 del secuestro

Tacto Esta caja busca el dolor en las personas, la desesperación, tiene varios elementos ásperos tales como lijas, elementos punzantes, trozos de ramas y hojas secas. Quise realmente ilustrar el dolor y la angustia por lo que en una parte de la caja hay una pequeña sorpresa, así la persona que lo toque incluso sentiría asco si lograra descifrar de qué se trata.

Olfato El olor de esta es clavo de olor, es un olor casi neutro que puede ser tanto bueno como malo.

Oído Una canción tranquila, con ritmos cercanos al reggae que en otras circunstancias llevarían a una persona a una completa relajación.



ESTRÉS

etapa 3 del secuestro

Tacto Es la caja más pequeña, así que el movimiento de la mano es casi nulo y realmente está llena de tantos elementos que reconocer alguno sería casi imposible. Para reforzar la idea de estrés se incluyó una esponja en la entrada de la mano, de esta manera a la persona que realiza la actividad se le va a dificultar sacar la mano, exaltando el sentimiento de desesperación.

Olfato Una mezcla de manzanilla con miel, en buenas circunstancias podría ser una combinación relajante en contraposición al estímulo táctil.

Oído Una canción movida, pero tranquila, algo que recuerda a una marcha o un baile tranquilo.





VACÍO

etapa 4 del secuestro

Tacto Literalmente es una caja prácticamente vacía, excepto que en la mitad tiene un cubo y detrás del mismo una especie de papel de confeti. Esto por que el vacío si bien debe ser algo literal, no está completamente vacío, el cubo y los elementos en su parte de atrás representan la poca ilusión de un secuestrado en su fase final.

Oído Ruido de radio. No hay nada menos vacío que el ruido.

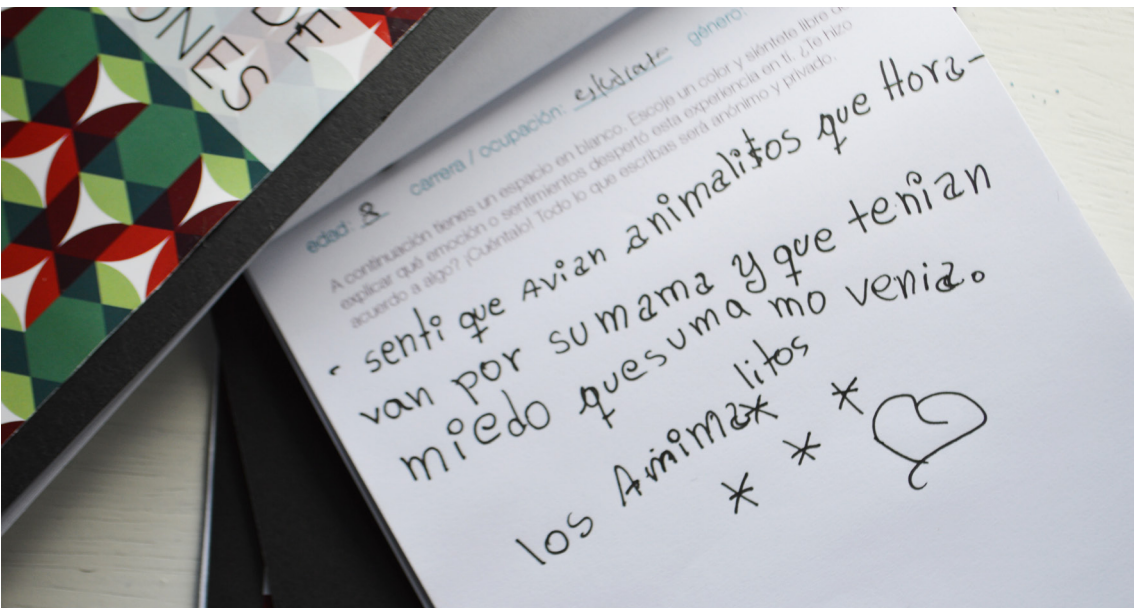
Olfato Algo relajante, brisa marina, que evoque momentos felices

¿QUÉ SE ENCONTRÓ?

Como es notorio, los estímulos propuestos en cada caja no son correspondientes unos con otros, esto es con el fin de observar si un estímulo olfativo negativo le gana a uno táctil positivo o encontrar similitudes dentro de estas maneras de experimentación.

Realmente los resultados de esta actividad son sorprendentes. Según mis expectativas, encontraría resultados parecidos, pero como se planteó en la parte de la investigación, los resultados dependen de las experiencias previas de cada persona con un conjunto parecido de estímulos. Como no se buscó transmitir una idea clara en cada caja, las interpretaciones quedan a la libertad de los participantes.

Este proyecto me parece muy interesante, saber cómo las personas relacionan estos estímulos con elementos de su propia vida, como por ejemplo esta niña de 8 años. Aunque no era parte del grupo objetivo al que era dirigido el proyecto, su aporte me hizo notar la importancia del contexto social y estado emocional de cada persona al momento de percibir sensaciones.



Seguramente su respuesta a esta caja va mucho más allá de lo que ella haya sentido en el ámbito sensorial, si no que incluyó sus emociones y sentimientos en su respuesta. De esta manera, hay dos conclusiones a las que se puede llegar a partir de esta experimentación y son:

En tanto no haya un mensaje claro a comunicar y se de una mezcla tan abrupto de estímulos, las respuestas dependerá directamente de las experiencias previas de cada persona.

Es importante tener claro el mensaje de salida cuando se trata de estimulación sensorial, ya que en conjunto y recreando una experiencia completa, el mensaje podrá ser transmitido.

A muchas personas les impactó el sentido del olfato, mientras llevaban a cabo la actividad me decían "ah mira que bien huele" o hubo una persona es específico que casi no puede llevar a cabo la actividad por lo fuerte del olor. El olfato es un sentido importante que debería tomar en cuenta al momento de generar la instalación para el secuestro, pero también es necesario crear un ambiente, ya que si no se genere una congruencia sensorial las respuestas quedan a libre interpretación.

Un proyecto así funciona en tanto pueda ser expuesto en una exhibición de artes o de diseño, donde no tenga un propósito netamente investigativo, ya que generalizar en cuanto a cómo una persona puede sentir los estímulos me parece incorrecto, más bien debe ser utilizado para conservar y apreciar la peculiaridad de cada ser humano.

Pense en el color café ya que era muy oscuro y senti como si estaba en una caja de madera que me lleva a pensar en ese color.

La sensación fue de miedo pero con los ojos cerrados, pero fue agradable por el olor de la tapa ojos.

Me gustó mucho porque me puse los audífonos, escuché una canción que me gusta bastante y me relajó pero el olor no me gustó y la incomformidad empezó. Pensé cuando toqué la caja me dió mucho miedo y ansiedad como que habrían pedruzcos y cosas puntaagudas que me puja en la alma. y con el olor me estrese un poco y quise terminarlos. La música ya no tranquilizó tampoco.

Negro

Senti estar en un laberinto Musgo con levantas

El color sería el café, cuando fui a la tienda senti incómoda al principio porque me sentí que estuviera metiendo la mano en una boca artificial, con colmillos y cosas extrañas; luego ya me sentí cómoda así como con el adulto y cuando me desperté me acordé, me gustó la experiencia porque fue raro tocar tanto el plástico y el musgo.

Senti algo muy suave, lo cual me hizo sentir segura y tranquila.

Lo que tomé me hizo sentir como si fuera algo mio desde hace mucho tiempo.

El olor que me imaginé enseguida, por el olor y la textura fue morado con café, me sentí muy incomodo por el olor hasta ahora y la música no iba con el sentimiento de incomodidad creo que no me puede concentrar más que en el olor que fue muy fuerte para mis sentidos

Hay como algo baxoso y pegoso arriba en el techo parece de color verde.

Azul.

Esta experiencia me gustó y me relajó mucho. Me gustó el color de la máscara por los olores y el sonido del mar.

No se que toque en la casa no lo reconocí pero cuando vivamente me gustó todo.

Color: verde

Me sentí muy alegre como si estuviera en un bosque verde con muchos árboles, flores y otras plantas. Conmigo estuvieran otras personas caminando, todas en el

En este capítulo se explican las estrategias y decisiones en el campo del diseño para lograr una comunicación del concepto.

30

DI
SE
ÑO

Objetivos de diseño

- Vincular la sinestesia para diseñar una campaña de concienciación sobre el secuestro.

Objetivos sociales

- Hacer un llamado de atención a las personas para que tomen en cuenta el resto de sus sentidos y dejen a un lado la supremacía del sentido de la vista.
- Generar conciencia sobre el problema social del secuestro y permitir que las personas que han sido secuestradas se sientan apoyadas, ya que el proyecto espera generar empatía con ellos.

Objetivos académicos

- Plantear la idea de que un proceso de comunicación no debe valerse solo por los elementos visuales que contiene, si no también por la interacción de los demás sentidos. Y puede tener aplicaciones tan amplias como una experimentación sensorial que podría ubicarse en una exhibición de artes, hasta un programa de ayuda social que busca generar empatía y entendimiento en el tema del secuestro.

Conceptos a aplicar

- La estimulación multisensorial
- Los estímulos sensoriales presentados en una víctima de secuestro.

La comunicación social: el callejón

El objeto de diseño es una casa del terror, en donde los visitantes experimentarán múltiples sensaciones relacionadas con los conceptos derivados del secuestro. En este caso se presenta una maqueta de cómo sería el lugar: consiste en un caja que gracias a sus 6 compartimientos comunica en 6 pasos los estímulos que recibiría una persona que entra en el callejón. Junto con las cajas sensoriales inspiradas en los 4 estados de un secuestrado. En este caso, las experiencias que cada caja transmite irá acompañada de estímulos complementarios para enriquecer la experiencia sensorial.

También la parte funcional del proyecto es generar un objeto que ayude a la sociedad, en este caso funciona con la información que se da en el panfleto, que será de ayuda en casos de secuestro y tips para prevenir el mismo.

Diseño de:

**Sistema
-
Producto**





Producto

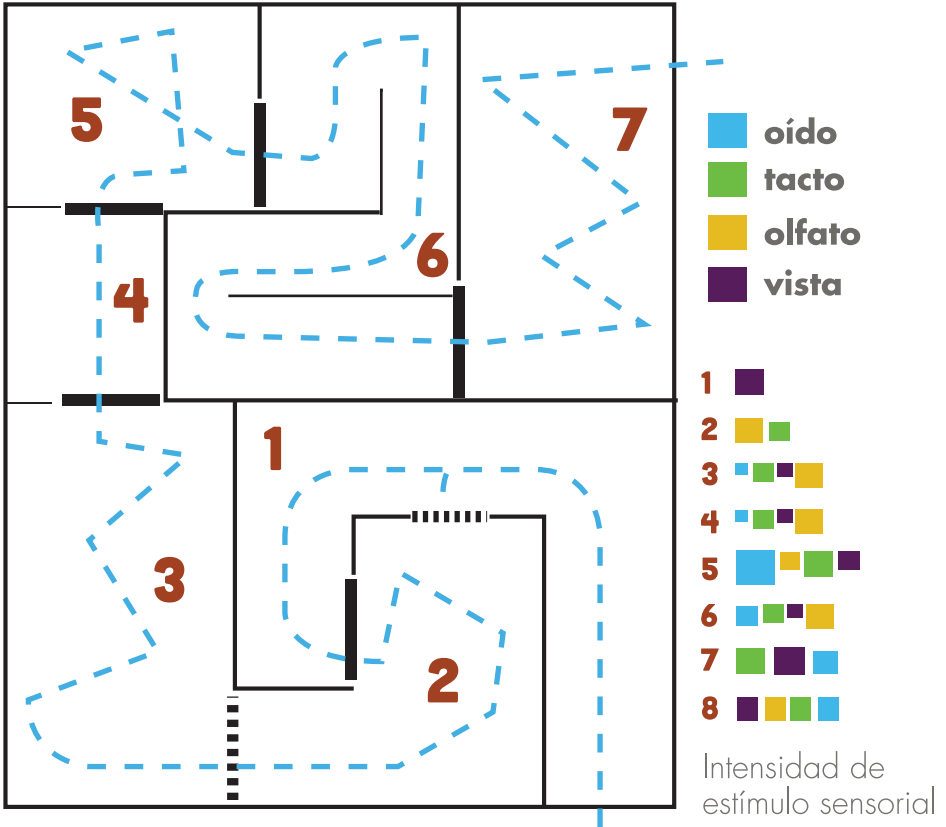
Diseño de experiencia

El producto consiste en una instalación que tiene como tema “el secuestro.” Esta instalación funcionará a manera de casa del terror, en donde la gente entra libremente y a lo largo del recorrido experimenta varias sensaciones y situaciones que hacen alusión a las sensaciones y sentimientos que tiene una persona que ha sido privada de su libertad.

El objetivo principal de esta instalación es que las personas sientan lo que podría sentir alguien secuestrado, y a partir de esta experiencia tomar conciencia sobre este problema y generar empatía con las personas que han sido secuestradas.

Los sentimientos y emociones que se han dispuesto a lo largo del laberinto, están inspirados en las 4 etapas que según la investigación de la Universidad de los Andes, siente una persona secuestrada: esperanza, dolor, estrés y vacío.

Diseño del laberinto:



Cada cuarto del laberinto presenta diferentes estímulos sensoriales que van narrando las distintas etapas por las que pasa una persona secuestrada. A continuación se explica cada parte del laberinto en términos de sensaciones.

Partes del laberinto

¿Te atreves a entrar al Callejón?

1 Laberinto de inicio, ¿a qué huele? ¿ves algo?

Esta parte pertenece a la primera parte del laberinto, como sería parte de la primera etapa del secuestro según el estudio por la universidad del os Andes, discutido en la investigación, los estímulos son más suaves. Táctilmente se relaciona a la caja de la "tranquilidad" presentada en la parte de SINAPSIS, las paredes son suaves, recubiertas de una especie de tela.

Comienza con algunos olores suaves pero no tan agradables, para advertir al visitante lo que le espera durante el trayecto.

Se anula casi completamente el sentido de la vista, obligando a los participantes a tocar las paredes y usar sus sentidos para ubicarse

2 Cuarto de retención ¿qué pasa? hay alguien?

Es el primer cuarto al que llegan los visitantes, la luz es poca, pero ya se puede ver, huele a sudado, a un lugar en el que una persona ha pasado demasiado tiempo.

Hay sillas y objetos regados en la habitación, sensaciones y juegos de frío-calor con la ayuda de metales en los objetos y paredes confundirán al visitante pero no lo harán sentir inseguro.

3 Audio, video, silencios prolongados

En este cuarto, se implementa el sentido de la vista, se ven proyecciones en las paredes de imágenes y videos sin una narrativa, pero con la idea de fondo del transporte. Gente caminando, el sonido de los autos, y una sensación de calor y humedad casi desesperante.

En esta parte comienza la etapa 2 relacionada al estudio con las sensaciones de secuestrados, el dolor, la desesperación.

4 El bosque, ¿a dónde vas?

Esta etapa busca asemejar un bosque o un lugar que se sale de la idea de un cuarto o casa del secuestro, un lugar al aire libre, desconocido, lleno de texturas extrañas, lodo en los zapatos, ramas al rededor, sonidos extraños y un olor de bosque, combinado con basura y comida guardada hará que los visitantes se sientan realmente incómodos y experimenten la desesperación de muchos secuestrados en su fase número 3, el estrés.

5 Gritan

Desde el lugar #5, se comienzan a combinar las fases de estrés y vacío, sentidas por una persona en cautiverio. Es un lugar angosto, casi con las medidas precisas para poder pasar. Las paredes tienen una cantidad de texturas rugosas y lisas combinadas, la luminosidad es bajísima, y de repente una sensación babosa en las paredes y en los dedos de quienes los tocaron harán que su incomodidad aumente. De nuevo, de repente un grito, varios gritos, pidiendo ayuda, exigiendo silencios, llantos.

6 Laberinto de luz y sonidos

Esta es la última etapa del laberinto, y trata de representar el vacío que sienten las personas cautivas en sus etapas finales. Aunque sensorialmente es un lugar recargado con olores cambiantes y lugares donde cambia la temperatura drásticamente, al final se siente frío, nada más que frío y la huella de los olores.

Durante este trayecto se juega con el sentido de la vista, en un comienzo todo está oscuro, pero durante medio segundo una luz intensa invadirá el lugar. Después una pequeña grabación se verá en una de las paredes, de caras y juegos de luz y oscuridad.

7 Salida, entrega de panfletos y de información

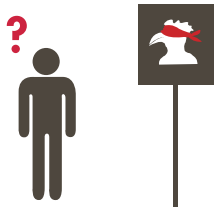
En esta última parte el participante ya sale del laberinto, y se le entrega el material informativo, como los panfletos y explicaciones verbales sobre el proyecto.



Servicio

EL CALEJÓN funciona como un sistema - producto, ya que a parte de ser únicamente una instalación como tal, genera un flujo de información, que va desde el primer contacto del público con la publicidad de expectativa hasta que llega a su grupo de amigos y comenta su experiencia con sus conocidos, incluso el alcance es tal, que se espera que los participantes se cuestionen el uso de sus sentidos en su vida diaria.

Momentos de la verdad



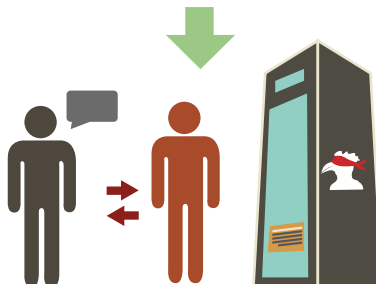
El ciudadano observa la publicidad de expectativa



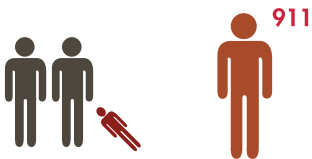
Se inaugura el callejón, y el ciudadano recuerda la publicidad y acude al lugar



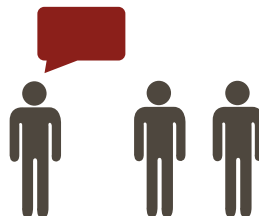
Se informa a través de la página web sobre datos acerca del secuestro en la ciudad.



Recibe información sobre el proyecto y el secuestro



Si está caminando por la calle y ve algo extraño, apoyará la iniciativa de cuidarnos todos como sociedad y avisará a las autoridades



Lo comenta con sus conocidos, quienes por curiosidad harán el recorrido.



Comunicación

1 Definición del nombre e imagen

Nombre:

El nombre del lugar es “El collejón” para hacer alusión al lugar donde pueden ocurrir este tipo de situaciones y para enfatizar la idea de que es algo que está en todos lados, lo vemos pero lo evitamos. Acompañando al nombre está el slogan: “lo que piensas que no te puede pasar”.

Dado que es un tema lo suficientemente fuerte y tabú para nuestra sociedad, la gráfica busca ser un poco más “pop” para generar esa ironía entre lo que pasa en realidad y cómo lo observamos nosotros. El ícono es el de una gallinita ciega, haciendo alusión a la víctima del secuestro.



EL CALLE JÓN

Lo que piensas que **no** te puede pasar

2 Elementos gráficos

Diseño de panfletos

El panfleto posee información sobre el proyecto así como tips para cuidarnos mejor entre todos. Una de las cosas que necesitan las personas que han pasado por esto es apoyo.

Tips:

- Informa dónde estarás a tus amigos y familiares
- cambia de rutas y rutinas
- no viajes solo
- La campaña "Pasajero Seguro": regístrate en una página web junto con dos números de amigos o familiares.

Cuando romes el taxi envíale un sms al 2468 indicando la fecha, hora, nombre de la cooperativa y placa. Esa información será enviada al número registrado en la web, así tendremos toda la información en caso de secuestro.

PARA EVITAR

A DÓNDE ACUDIR

Recuerda que siempre podrás acudir a los teléfonos de la policía en caso de que veas algo sospechoso que pueda hacerte daño a ti, o a cualquier persona que esté en la calle:

Si entre todos nos cuidamos haremos una sociedad más unida y segura.

Puedes activar en tu propia casa el servicio de alarma comunitaria, contáctate con la unidad de policía más cercana y actívalo, es totalmente gratis!

¿Qué es?

El callejón es un proyecto que invita a que seamos más empáticos con el problema del secuestro.

Es un hecho que nos afecta a todos, nivel socio-cultural y debemos tratarlo de manera más delicada, no como algo completamente normal.



¡no te asustes!

Lo que acabas de experimentar no busca dejarte huellas psicológicas, sino que tengamos empatía con las personas que han sufrido este tipo de problemas!

El callejón es un proyecto que busca que a través de la estimulación de todos tus sentidos te metas en un mundo tan real que puede ser terrorífico, como es el del secuestro.

En cada parte del laberinto, buscamos la mayor experiencia para cada uno de tus sentidos, así nos damos cuenta que no solo la vista es importante para la percepción del mundo y sus problemas, si no que podemos tomar en cuenta los demás sentidos.

¿cómo?

APOYÉMONOS MÁS.

SEAMOS MÁS CONCIENTES DE ESTE PROBLEMA SOCIAL QUE NOS INCUMBE A **TODOS**



EL CALLEJÓN

lo que piensas que **no** te puede pasar



Campaña publicitaria - expectativa

Antes de que salga el laberinto, se hará una campaña publicitaria con la imagen de la gallina, y que diga "lo que no esperas", así presentando un mensaje realista y directo de lo que es el secuestro y de cómo se va a manejar dentro del laberinto.



04

CON CLU SIÓN

CONCLUSIONES

A partir de la investigación y desarrollo de estos dos proyectos hay varias conclusiones importantes a las que se puede llegar.

Se hizo posible que el concepto de la multisensorialidad fuera aplicado en un producto de diseño que solucione algún problema de comunicación, en este caso la falta de empatía respecto al problema del secuestro en la sociedad.

Con esto, se genera un nuevo sistema de comunicación. pero para desarrollar adecuadamente este sistema es necesario hacer investigaciones previas del tema que se quiera comunicar, como en este caso se hicieron respecto al secuestro. La clave está en encontrar los estímulos sensoriales que conlleva el tema del que se quiere hablar. También se pueden utilizar teorías como la semiótica para definir colores y formas, pero lo más importante es escoger adecuadamente las sensaciones y hacer experimentos a nivel personal, para comprender cómo reaccionarán los sentidos.

También, como observamos con los resultados de SINAPSIS, es de suma importancia encontrar estímulos sensoriales complementarios, para que los resultados finales comuniquen la idea requerida y que funcionen correctamente como un todo.

Yo misma gracias a este proyecto he podido explorar a niveles mucho más profundos el alcance de mis sentidos, y sí, realmente el olfato es aquel que deja huellas más profundas en la memoria humana. Creo que es importante tomar en cuenta que hoy en día, el sentido de la vista

ha sido tan explotado que la publicidad ya no cree en comunicación masiva, si no es mucho más personalizada y enfocada en pequeños segmentos, y esta técnica de comunicación sensorial puede ser utilizada en términos de publicidad.

También, la aplicación en un sistema de comunicación para la conciencia social es una aplicación importante, por ejemplo, el proyecto de EL CALLEJÓN podría proponerse al municipio, para que ellos costeen los gastos y sirva tanto como para generar conciencia social, así como para prácticas para que los integrantes de la división de la policía encargada de secuestros, comprenda de mejor manera por lo que pasan las víctimas.

Referencias

- Ackerman, Diane (1992) "Historia natural de los sentidos" Emecé, Buenos Aires
- Baldwin, Jonathan & Roberts, Lucienne. (2007) "Comunicación visual" . Parramón, España.
- Diazgranados Ferrán, S. (2004) La vida relacional después de un trauma crónico: El caso de un grupo de soldados secuestrados tres años por las FARC. Revista de Estudios Sociales, Universidad de los Andes, Bogotá. P 131-140
- Campen, Crétien (1999) "Artistic and Psychological experiments with synesthesia" . publicado en: Leonardo, Vol. 32 No. 1 pp. 9-14
- Martino, Gail & Marks, Lawrence (2001) "Synesthesia: Strong and Weak". American Psychological Society. pp. 61-65
- Ramachandran, V. y E. Hubbard. (2001) "A psychophysical Investigation into the neural basis of Synaesthesia" publicado en: Proceedings of the Royal Society of London, Londres.
- Ramachandran, V. y E. Hubbard. (2003) "Oír colores, saborear formas" publicado en: Scientific American México: pp. 59-65
- Swaminathan, Nikhil (2007) "How Hallucinogens play their mind-bending games" en Scientific American: <http://www.scientificamerican.com/article.cfm?id=how-hallucinogens-play-th>
- Tabula, Rosa. (2010) La experiencia de La corporalidad en imágenes. Universidad de Buenos Aires
- Tausig, Michael. (1993) Mimesis and alterity. Chapman Hall, New York.

