UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

MÁSTER OFICIAL EN PRODUCCIÓN ARTÍSTICA

Mirando al mar



- UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA -
- FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES -

- Isa Jiménez Murillo - Trabajo final de Master - Tipología 4
Tutor: Pablo Rafael Sedeño Pacios - Valencia, Junio 2012

[…] *el feeling siempre está detrás de toda obra y no sólo de las de arte.*

- André Ricard (*1*)-

1) *Conversando con estudiantes de diseño* - Ed. G.G. Barcelona – 2008 – ISBN 978-84-252-2227-6 -pág.53

B- Agradecimientos

Gracias a quien supo plantar en mí semillas de curiosidad y entusiasmo y a quien me enseñó, que por muy mal que estén las cosas, siempre se pueden arreglar.

Y gracias también a aquellas grandes personas que colaboraron o participaron en alguna de las intervenciones de este proyecto, haciendo más que gratificante la experiencia.

C- Presentación del proyecto

Sin emociones, lo cotidiano no existe; el comportamiento está asociado al sistema emocional que, a su vez, interfiere en las decisiones que se toman a lo largo del día. *(2)*

El objetivo principal de la realización del TFM radica en la superación definitiva del Master de Producción Artística. Sin embargo, y debido a mi interés personal por el problema que a continuación expongo, considero este proyecto como una iniciación a los asuntos que me gustaría seguir trabajando en un futuro.

El tema principal del proyecto es la aproximación emocional del mar a la ciudad y/o a los ciudadanos a través de diferentes herramientas propias del arte y del diseño. Por ello, a lo largo de las próximas páginas se tratarán conceptos relacionados tales como la importancia de lo efímero (intervención), la identidad, el diseño como experiencia o el diseño emocional.
Así mismo, este proyecto trata de una búsqueda de las relaciones y diferencias existentes entre la disciplina del arte y la del diseño. Se plantea como una necesidad personal, de reflexión y descubrimiento de distintos puntos de vista en cuanto al tema. Consta de una parte de observación e investigación teórica bibliográfica y otra de tipología práctica.

2) VVAA. - CALVERA, Anna - (Pombó, Fátima) - *De lo bello de las cosas. Materiales para una estética del diseño* – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2007 – ISBN 978-84-252-2223-8 – pág. 96

D- Indice

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Definición del problema. (pág. 5)
1.2. Metodología prevista. (pág. 6)
1.3. Finalidad del proyecto. (pág. 6)

2. ANTEPROYECTO

2.1. Antecedentes. Análisis histórico y social de factores desencadenantes del problema. (pág. 7)
2.2. Propuestas recientes que se han llevado a cabo con motivo de la minimización del problema. (pág. 9)
2.3. Carencias y conflictos diarios que continuamos observando. (pág. 9)
2.4. Trabajo de campo inicial: las playas en temporada baja. (pág. 10)
2.5. Búsqueda de iconos, objetos de arquitectura que recuerden al mar. El concepto de identidad. (pág. 10)
2.6. Comparativa con otros pueblos, ciudades costeras próximas. (pág. 12)
2.7. Temporada de uso. Actividades realizadas y productos utilizados para el disfrute del mar / la playa. (pág. 12)
2.8. Conceptos importantes. (pág. 14)

2.8.1. Señalética. Carencias y oportunidades. (pág. 14)
2.8.2. Planteamientos entre el arte y el diseño.
Conflicto y estrategia. (pág. 14)
2.8.3. La intervención en el espacio público y el diseño de experiencias. (pág. 15)
2.8.4. La importancia de lo efímero. (pág. 16)
2.8.5. El deseo como incentivo para la visita. La moda como manipulador del deseo en la sociedad. (pág. 16)

2.9. Briefing. (pág. 17)
2.10. Referentes. (pág. 17)
2.11. Propuestas: (pág. 19)
2.12. Localizaciones (pág. 21)

3. PROYECTO

3.1. Selección y justificación de la propuesta. (pág. 22)

3.2. Segmentación. Público objetivo. (pág. 22)

3.3. Desarrollo de las propuestas. (pág. 22)

3.4. Bocetos, maquetas y aspectos gráficos. (pág. 25)

3.5. Proceso/ taller de diseño. Selección de materiales. (pág. 27)

3.6. Especificaciones técnicas y medidas. (pág. 29)

3.7. Prototipos necesarios. Tests previos a las intervenciones (pág. 31)

3.8. Presupuesto / costes directos. (pág. 33)

3.9. Realización de las intervenciones. Fotografías. (pág. 34)

3.10. Interpretación de resultados. Conclusiones. (pág. 35)

4. BIBLIOGRAFÍA

4.1. Webs consultadas / imágenes web (pág. 38)

5. ANEXOS (FOTOGRAFÍAS) (pág. 40)

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Definición del problema.

[…] ha habido un descenso en la "cultura del mar" […]. Las costas y ciudades están siendo consideradas cada vez más como entidades separadas e independientes, con poco contacto y con procesos de desarrollo independientes. (3)

VALENCIA, DE ESPALDAS AL MAR

Valencia es una ciudad histórica y urbanísticamente compleja y ecléctica. Aunque parezca que su relación con el mar debiera ser natural, la forma de ver el mismo durante sus inicios (más como un peligro que como una ventaja o crecimiento económico) y los posteriores desacuerdos en cuanto a como debía plantearse la costa, han contribuido a un alejamiento lógico emocional y progresivo de los valencianos a través de la historia. Y es que, la mayoría de nosotros nos comportamos ya como turistas: solo nos acercamos al mar o pensamos en él, cuando el sol y el calor aprietan.

En *El espacio litoral* leemos lo siguiente: *En el futuro será todavía más importante concebir las relaciones frentes de mar y zonas urbanas, en términos de "integración" a varios niveles.* (4). Sin embargo, otro detalle previo a destacar de la ciudad de Valencia, es que pese a los reiterados esfuerzos por crear una ciudad más marítima, lo único que nos queda es una repetición de conceptos situados en lugares estivales muy concretos, y la ausencia total de lo marítimo allí donde el usuario acude todo el año.

En definitiva, en Valencia no existe lo más importante: esa integración de los frentes Mar - Ciudad. Y por ello, antes de comenzar a trabajar debemos tener muy en cuenta este tipo de planteamientos equivocados para no caer en los mismos errores.

---

3) VVAA. - *El espacio litoral* – Colegio Oficial de Arquitectos de Galicia – 2000 – ISBN 978-84-96712-17-1 – pág. 41

4) VVAA. - *El espacio litoral* – Colegio Oficial de Arquitectos de Galicia – 2000 – ISBN 978-84-96712-17-1 – pág.51

1.2. Metodología prevista.

Siempre existe más de una manera de resolver un problema funcional.(5)

Todos los trabajos necesitan de una de investigación y análisis anterior, y más si el tema que abordamos es tan complejo como este. Primero es necesaria una profunda búsqueda y comprensión de los antecedentes históricos y un esfuerzo de síntesis de la información. Y es que cualquier proceso de proyecto, debe iniciarse con un planteamiento correcto de los datos del problema a fin de evitar errores que lo hagan fracasar (problema definido = problema ½ resuelto). A partir de esto y de un análisis posterior de las observaciones y trabajo de campo, irán apareciendo carencias y conflictos que tendremos que intentar solventar, formando así parte de nuestro briefing. Durante todo este proceso irán apareciendo conceptos que nos ayudarán a dar forma a nuestras propuestas.

1.3. Finalidad del proyecto.

[…] los diseñadores del futuro deberían encontrar la forma de recobrar el sentido de misión radical del diseño para tratar los problemas a los que el mundo se enfrenta.(6)

Apoyándome en algunos de los conocimientos adquiridos en materias como Paisaje y territorio o Gestión y Diseño del Entorno Urbano del Máster de Producción Artística,

propongo observar, experimentar y elaborar soluciones sencillas a partir de las herramientas creativas de las que dispongo. Creo que poner en evidencia los problemas a los que nos enfrentamos, es una tarea importante y que las únicas soluciones no pasan por crear un nuevo plan urbanístico, arrancando así aún más pedazos de la historia valenciana.
La finalidad principal de este proyecto es acercar el concepto marítimo a la ciudad y/o a los ciudadanos de un modo visual, funcional y/o emocional.

---

5) RICARD, André - *Conversando con estudiantes de diseño* – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2008 – ISBN 978-84-252-2227-6 – pág. 27

6) PRESS, Mike/ COOPER, Rachel – El diseño como experiencia. El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI – Gustavo Gili Diseño – Barcelona – 2009 – ISBN: 978-84-252-2228-3 – pág. 19

2. ANTEPROYECTO

2.1. Antecedentes. Análisis histórico y social de factores desencadenantes del problema.

No se puede desperdiciar la oportunidad que brinda la playa, debieron pensar, pero las oportunidades se perdieron y todo parece indicar que continuarán perdiéndose si no se toman las medidas oportunas. *(7)*

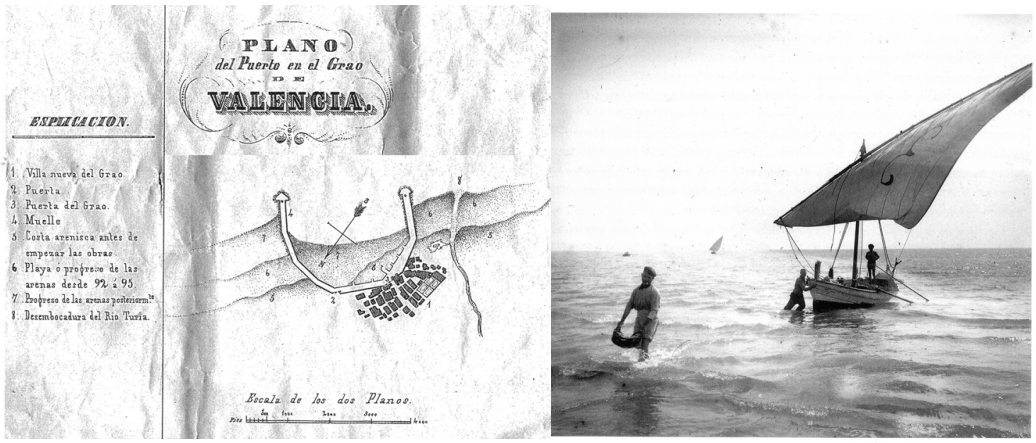
Valencia desde sus inicios, no fue una ciudad costera ni portuaria. De origen romano, se erigió a varios kilómetros hacia el interior, sobre un meandro del río Turia (a salvo de posibles inundaciones) y disponía de una situación favorable respecto a condiciones agrícolas y comunicaciones. Durante la Edad Media el casco antiguo se rodeó por una muralla en la época musulmana y por otra en la época cristiana, correspondiendo a su progresivo crecimiento. Dichas murallas fueron construidas por motivos defensivos, sanitarios y fiscales, es decir, constituían una barrera de seguridad en varios aspectos. Pero el plano urbanístico no paró de sufrir constantes transformaciones y con los años se densificó dentro del recinto amurallado. A partir del siglo XIX, el crecimiento de la ciudad obligó a ampliar el recinto urbano: se derribaron las murallas, se abrieron nuevas plazas y calles y se instaló la estación de ferrocarril. Alrededor del puerto y a lo largo de la costa, crecieron los poblados marítimos, (formados por los más pobres y cuyo principal sustento era la pesca) y las barriadas industriales. Así, las principales actividades económicas de Valencia y sus alrededores, eran la agricultura (huerta), la seda y el comercio marítimo. Dentro de la actividad marítima valenciana, nos topamos con historias negras ligadas a su cara más triste. Y es que la inexistencia de un puerto en condiciones, propiciaba las dos causas de hundimiento más comunes de los barcos: la escasa capacidad de protección del muelle que constituía la dársena (cuando había un temporal los barcos sufrían daños con facilidad), y la poca profundidad que esta tenía y que aumentaba el riesgo de encallar. Los resultados eran constantes naufragios y tragedias familiares.

[…] el despegue de la incipiente ciudad marítima, lejos de aproximar posiciones en relación a la ciudad central, mantendrá una actitud desdeñosa y distante respecto a la de la metrópoli, defendiendo su independencia administrativa, aunque participando de su desarrollo económico. *(8)*

---

7) VVAA. - *LA VALENCIA MARÍTIMA DEL 2000. Estudio del frente marítimo desde Sagunt hasta Cullera* – Colegio Oficial de Arquitectos de la Comunidad Valenciana – Valencia – 1997 – ISBN: 84-86828-17-1 – pág. 17

8) VVAA. - *LA VALENCIA MARÍTIMA DEL 2000. Estudio del frente marítimo desde Sagunt hasta Cullera* – Colegio Oficial de Arquitectos de la Comunidad Valenciana – Valencia – 1997 – ISBN: 84-86828-17-1 – pág. 13



Colección Ateneo Mercantil de Valencia

Tras el sucesivo crecimiento y los ensanches de la ciudad, los barrios y pueblos circundantes terminaron por unirse aunque con una clara separación de estética, riqueza y estilos de vida. Sería en 1877 cuando la relación de Valencia con su costa comenzó a plantearse, adquiriendo cierta importancia. Unos años después, en 1899, la ciudad incorporó definitivamente los poblados marítimos imponiendo restricciones a su condición de marítimos. Aunque el sujeto urbanístico de la costa durante el siglo XIX fue el puerto, su desarrollo quedó limitado a resolver algunos problemas que iban apareciendo. La escasa coordinación y la no definición adecuada de lo que debía llegar a ser la costa acabó por convertirse en un lastre que imposibilitó la evolución correcta de la misma, cometiendo errores en su planteamiento que se repetirían una y otra vez. La voluntad de independencia del Grao, provocó un estancamiento urbanístico de los poblados, que a su vez, alejaba cada vez más el interés del resto de la ciudad por ellos. Así, los auténticos intereses que prevalecieron, fueron las posibilidades comerciales del puerto y la alternativa de ocio estival que proporcionaba la playa. El valor que tenían los pueblos marítimos como elemento conector entre el centro de la ciudad y la costa, se olvidó. Se les dio la espalda, y con ello también sustancialmente, al mar.

[…] los entornos se están volviendo cada vez más complejos, lo que requiere un enfoque más sistemático de sus soluciones.(9)

Durante el siglo XX, con la intención de suavizar esta imagen de desconexión entre las dos partes y demostrar que la ciudad podía ser tan suficientemente marítima como debía serlo, se fundó el Club Náutico, aumentando así las posibilidades de relación con el mar. Sin embargo, esta solución no resolvió los problemas anteriores y con el

9) HESKETT, John - *El diseño en la vida cotidiana.* – Ed. Gustavo Gili – Barcelona – 2005 - ISBN 84-252-1981-7 - pág. 123

paso de los años desapareció. En definitiva, nunca llegó a producirse el entendimiento suficiente para la conexión necesaria del interior con la costa. Y ello propició que ciertos proyectos globales no se llevaran a cabo, mientras algunos elementos estratégicos se desarrollaron y desaparecieron una y otra vez.

2.2. Propuestas recientes que se han llevado a cabo con motivo de la minimización del problema.

Los paisajes son acumuladores de herencias que fijan el proceso que los forma: son productos y muestras de su historia (10)

En los últimos años hemos sido testigos de una serie de cambios, mejoras y propuestas de promoción costera que no han sido capaces de paliar el conflicto Mar-Ciudad. Así, se han ido sucediendo nuevos elementos arquitectónicos e infraestructuras (remodelación del puerto y dársena), grandes eventos internacionales (America's Cup, Fórmula 1), nuevas alternativas de ocio (discotecas, comercios, restaurantes), todo ello unido a una mayor cantidad de información y publicidad. Sin embargo, a parte de la estetización de las zonas costeras y al considerable aumento del turismo, seguimos observando que la ciudad es un mundo y la costa, otro.

Por otra parte, resulta paradójico que se construyese la “marina” sobre el lugar donde existió el ya desaparecido Club Náutico, o la aparición de ciertos restaurantes donde a principios del siglo XX se encontraba uno de los más importantes: *El Miramar*. El caso es que estas idas y venidas han contribuido a que perdamos infinidad de patrimonio arquitectónico y ponen en relieve una tremenda falta de perspectiva histórica.

2.3. Carencias y conflictos diarios que continuamos observando.

La historia […] se encarga de recordarnos las consecuencias de los desajustes derivados de la incomprensión de la realidad urbana.(11)

Si miramos un poco a nuestro alrededor, encontramos de forma sencilla, conflictos evidentes relacionados por el problema:

10) VVAA. - NOGUÉ, Joan. - *La construcción social del paisaje*– Editorial Biblioteca Nueva – Madrid – 2007– ISBN 978-84-9742-624-4

11) VVAA. - *LA VALENCIA MARÍTIMA DEL 2000. Estudio del frente marítimo desde Sagunt hasta Cullera* – Colegio Oficial de Arquitectos de la Comunidad Valenciana – Valencia – 1997 – ISBN: 84-86828-17-1 – pág. 3

1. El espacio marítimo y próximo a la costa, olvidado fuera de la época estival.
2. La insuficiente o incluso la no señalización dentro de la ciudad, de la localización de las playas.
3. La gran desconexión entre la ciudad y el mar desde una perspectiva visual urbana: No encontramos prácticamente ningún reflejo de identidad marina (el concepto marítimo no se integra en la ciudad y solo existen signos referentes al mar, en unas pocas calles más cercanas a la costa).

2.4. Trabajo de campo inicial: las playas en temporada baja.

A continuación presento una serie de fotografías que muestran la poca o a veces nula afluencia de personas a la zona marítima y playas de Valencia, en temporada baja (consultar páginas indicadas). Fueron tomadas en el siguiente orden y fechas:

a) Malvarrosa: 1/12/10 entre las 13h y las 14h (pág.41)
b) Arenas: 1/12/10 entre las 14h y las 15h (pág.41)
c) Dehesa: 4/12/10 entre las 15h y las 16h (pág.42)
d) Saler: 4/12/10 entre las 16:15h y las 16:45h (pág.43)
e) Pinedo: 4/12/10 entre las 17h y 17:30h (pág.44)

[…] es esencial el diseño cultural, psicológico y social de procesos y productos, así como observar e interpretar las pautas culturales y las tendencias incipientes. (12)

2.5. Búsqueda de iconos, objetos de arquitectura que recuerden al mar. El concepto de identidad.

Los objetos constituyen una expresión crucial de las ideas sobre como podríamos o deberíamos vivir, traducidas a una forma tangible. (13)

La identidad se construye a través de materiales culturales sociológicos y antropológicos, y mediante la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales de nuestro alrededor. Podríamos describirla como un conjunto de huellas históricas reflejadas en nuestro entorno, que nos ofrecen pistas a través de las cuales podemos descifrar ciertos aspectos del pasado.

---

12) VVAA. - CALVERA, Anna - (Benedito, Gae y Ramón) - *De lo bello de las cosas. Materiales para una estética del diseño* – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2007 – ISBN 978-84-252-2223-8 – pág. 183
13) HESKETT, John - *El diseño en la vida cotidiana.* – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2005 – ISBN 84-252-1981-7 – pág. 56

Comenzamos buscando signos de identidad marítima en Valencia y nos fijamos donde se localizan (consultar imágenes en las páginas indicadas):

a) Paseo marítimo / primera línea de playas / puerto: encontramos multitud de elementos que reiteran hasta la saciedad donde nos encontramos. No nos hacen falta, puesto que podemos ver el mar perfectamente. (pág. 45, 46)
b) Los restaurantes, bares y algunos comercios de los alrededores se acomodan fácilmente a las denominaciones marítimas, consiguiendo así personalidad, distinción y una mayor atracción de la clientela (Marketing: el concepto marítimo atrae por sí mismo). (pág. 47)
c) Los demás signos de identidad marina se concentran básicamente en unas pocas calles que van desde el mar hacia el interior y van disminuyendo progresivamente hasta su desaparición, muchísimo antes de acercarse al centro de la ciudad. (pág. 48)

Observo además, un dato que me parece curioso: Desde las playas y el puerto, encuentro señalizaciones que me indican donde está el centro de la ciudad. Sin embargo, en el centro de la ciudad no encuentro ningún tipo de señalética indicativa hacia las playas (imágenes anteriores). Recuerdo entonces lo que explicaba Joan Costa en *Señalética corporativa*. Según su postura, la señalética es necesaria para el buen funcionamiento de nuestras sociedades hasta el punto de hallarse en sintonía con las acciones de su gente (*14*). Pero visto de esa forma ¿como pretender que Valencia y sus usuarios "miren" al mar, si la única dirección que SI se indica desde todos los rincones de Valencia, es el centro de la misma?



Fotografías propias.

14) COSTA, Joan – *Señalética corporativa* – Costa Punto Com Editor – Barcelona – 2007 – ISBN: 978-84-611-8136-0 pág. 11

2.6. Comparativa con otros pueblos, ciudades costeras próximas.

[…] la construcción de la identidad […] puede ser un intento […], de crear una determinada imagen y un significado con el fin de moldear, y hasta sustituir, lo que los demás perciben y entienden.(15)

Detectamos que ciertos pueblos costeros de los alrededor presentan un alto número de elementos identidad marina (págs. 49-51) y suponemos por todas esas señales, que además de una menor complejidad histórica, sea debido a:

a) Menor tamaño de la población o disposición urbanística lineal hacia la costa.
b) Que su economía se apoye mayoritariamente en el turismo, actividades, comercios y restaurantes marítimos (lo que supondría un mayor cuidado de este sector).

2.7. Temporada de uso. Actividades realizadas y productos utilizados para el disfrute del mar / la playa.

El uso de las playas de Valencia es el resultado de la yuxtaposición de formas diferentes de vivir el verano. (16)

En primer lugar escojo las playas Arenas y Malvarrosa para realizar una pequeña observación propia sobre como se suceden los días y las actividades en ellas. Realizo también un pequeño estudio de mercado sobre los objetos que se comercializan y selecciono aquellos que voy encontrando en mayor medida entre los usuarios.
La síntesis de todo esto es:

a) Actividades más comunes. Tipología:
- Deportes (correr, voleibol, fútbol playa, natación, navegación, buceo, yoga)
- Ocio (comer, baño, bronceado, castillos y esculturas de arena, volar cometas, pesca, detección de metales, fotografía)

b) Temporadas y horarios de uso:
- Temporada alta (estival): Las playas están repletas de gente. Se desarrollan todas las actividades y a todas horas (también durante la noche, aunque en

15) HESKETT, John - *El diseño en la vida cotidiana.* – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2005 – ISBN 84-252-1981-7 – pág. 125
16) VVAA. - *LA VALENCIA MARÍTIMA DEL 2000. Estudio del frente marítimo desde Sagunt hasta Cullera* – Colegio Oficial de Arquitectos de la Comunidad Valenciana – Valencia – 1997 – ISBN: 84-86828-17-1

menor medida).
- Cambios de temporada (días y horas más agradables): Existe una afluencia media/baja de usuarios, que realizan algunas de las actividades anteriores. La cometa, algunos deportes y las esculturas de arena parecen cobrar mayor protagonismo.
- Temporada baja (hivernal): Los usuarios prácticamente olvidan las playas. En escasas ocasiones encuentras a alguien realizando alguna actividad, normalmente sin relación directa con el agua (con excepción de la pesca). La actividad más habitual en este caso, es correr.

Ciertamente se ha creado una visión del mundo a través de los objetos. *(17)*

c) Objetos más utilizados:



Imágenes web.

17) VVAA. - CALVERA, Anna - *De lo bello de las cosas. Materiales para una estética del diseño* – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2007 – ISBN 978-84-252-2223-8 – pág. 178

No es de extrañar, que la mayoría de artículos que nos ofrezca el mercado (y también los que más se venden), se utilicen básicamente en temporada alta. La cantidad y variedad de usuarios es mucho mayor y se hace latente esa ansiedad por sacar el máximo partido a los días de ocio.

2.8. Conceptos importantes.

2.8.1. Señalética. Carencias y oportunidades.

La señalética es un lenguaje gráfico, que establece un diálogo con el espectador, intercambiando la información por acción. Su utilidad es indicar, guiar e informar al usuario en el momento necesario.
Partiendo de la carencia observada con anterioridad (el mar no está bien señalizado y existe un faltante de indicaciones para llegar a él), descubrimos también una oportunidad interesante de trabajo. Por ello, una de las propuestas que se puedan tratar más adelante podría tener que ver con este tema.

2.8.2. Planteamientos entre el arte y el diseño. Conflicto y estrategia.

[…] todavía sigue hoy vigente […] lo que define y diferencia los productos de diseño de los artísticos, […] los constantes cruces, tensiones, entrelazamientos y convivencias que existen entre una práctica y otra. *(18)*

En los últimos años he llegado a reflexionar mucho sobre el concepto de contrariedad del Arte y el Diseño como insulto mutuo, que planteaba Walter Benjamin*(19)*. Como en todas las grandes polémicas y debido (en parte) a la multitud de posturas bien arraigadas a favor o en contra, y sin ninguna solución clara y absoluta, se ha ido desarrollando cierta tirantez entre los extremos. Así, nos encontramos con individuos del mundo del arte y el diseño que practican una especie de juego despectivo en aquellos detalles en los que su propia disciplina se relaciona con la otra: Diseñadores que se ofenden si sus piezas son consideradas un objeto artístico, o si su función no queda latente (ya que el diseño ha de explicarse visualmente por si mismo), o artistas que consideran la practicidad o utilidad de las cosas como la máxima aberración concebible. ¿Pero acaso no puede el arte tratar cualquiera de las temáticas, o el diseño partir de toda disciplina?

---

18) VVAA. - CALVERA, Anna – (Meygide, Roxana) - *Arte ¿? Diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos* – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2003 – ISBN: 84-252-1543-9 – pág. 164
19) BENJAMIN, Walter - *La obra de arte en la época de su reproducción mecánica* – Editorial Casimiro – Madrid – ISBN 978-84-938-3752-5

André Ricard nos decía lo siguiente: *Es difícil determinar en qué medida arte y diseño se influencian […] del mismo modo que el arte influye en el diseño, también los objetos e imágenes que éste crea, por esa omnipresencia que tienen en la vida cotidiana, influyen también en el arte*(20). En *De lo bello de las cosas* (21), se habla de la existencia de infinidad de elementos compartidos entre el discurso de la estética y el discurso del diseño, y de como son capaces de apoyarse perfectamente el uno al otro. Y es que es fácil, a veces, establecer un cierto paralelismo entre las dos materias, pero existen puntos característicos diferenciales en ambas ramas que me parecen esenciales e insustituibles para la realización de este proyecto. Por una parte, el arte es una disciplina claramente válida para la denuncia social, y funciona desde las emociones que transmite y provoca. El diseño se encarga de simplificar, solucionar o descubrir posibles soluciones. Las dos son capaces de evidenciar problemas existentes de forma creativa, educar al individuo y hacerle sentir de determinada forma.

> *Debemos reconocernos como disciplina independiente […] para convivir en una práctica interdisciplinar donde todos tengamos algo que aportar.* (22)

Por todo lo anterior y aunque siempre he trabajado con ellas por separado, decido valerme de las dos a la vez con motivo de experimentar por mí misma si es posible aprovechar las características que más me convienen de cada una, sin echar a perder su razón de ser.

2.8.3. La intervención en el espacio público y el diseño de experiencias.

Según Joan Costa, la experiencia emocional solo se vive en el lugar que ha sido preparado estratégicamente para que ésta se produzca(23). En una actualidad, donde la velocidad de los procesos cotidianos provoca una profunda inquietud personal, el espacio debería concebirse por y para la acción, como una medicina reveladora de valores y emociones olvidadas.

---

20) VVAA. - CALVERA, Anna – (Ricard, André) - *Arte ¿? Diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos* – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2003 – ISBN: 84-252-1543-9 – pág. 97

21) VVAA. - CALVERA, Anna - *De lo bello de las cosas. Materiales para una estética del diseño* – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2007 – ISBN 978-84-252-2223-8 – pág. 14

22) VVAA. - CALVERA, Anna – (Herrera, Ana) - *Arte ¿? Diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos* – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2003 – ISBN: 84-252-1543-9 – pág. 192

23) COSTA, Joan – *Señalética corporativa* – Costa Punto Com Editor – Barcelona – 2007 – ISBN: 978-84-611-8136-0 – pág. 172

En la actualidad, la intervención en el paisaje es una necesidad que da forma a la cultura moderna. (24)

Por exigencias lógicas del proyecto, las soluciones aquí propuestas deberán presentarse en el espacio público, con el fin de llegar al máximo número posible de usuarios o viandantes. Dispondremos de la intervención artística y del diseño como facilitadores de experiencias. Y es que le diseño también es capaz de generar experiencias llenas de significado, ya sea mediante productos u otras tipologías.

2.8.4. La importancia de lo efímero.

Efímero es algo perecedero, fugaz en el tiempo, que no permanece ni puede conservarse materialmente. Pero que una imagen tienda a desaparecer, no provoca sino una sensación de estar percibiendo algo único e importante, por lo que lo sentimos de manera especial. Si además desaparece de forma natural sin causar perjuicios, no significa ningún ataque al paisaje. Es algo que quisiéramos fotografiar o guardar en nuestro recuerdo. Y es por esto que nos interesa para todas nuestras propuestas.

[…] las imágenes fugaces […] pueden vehicular una gran carga de emotividad.(25)

2.8.5. El deseo como incentivo para la visita. La moda como manipulador del deseo en la sociedad.

[…] la seducción puede más que la imposición. (26)

La moda es un vórtice de tendencias que convierte lo que toca en objeto de deseo. Es un ideal de realización dentro de las sociedades contemporáneas, en las que la estética, lo efímero y lo único son los verdaderos signos de identidad. Observamos en ella, un compendio de conceptos interesante, con los que además, ya habíamos decidido trabajar en nuestras propuestas.

---

24) GALOFARO, Luca – Artscapes. El arte como aproximación al paisaje contemporáneo – Gustavo Gili – Barcelona – 2009 – ISBN: 978-84-252-1843-9 – pág. 149

25) VVAA. - NOGUÉ, Joan. - *La construcción social del paisaje*– Editorial Biblioteca Nueva – Madrid – 2007– ISBN 978-84-9742-624-4

26) RAMÓN-CORTÉS, Ferran - *La isla de los 5 faros. Un recorrido por las claves de la comunicación.* – Editorial RBA – Barcelona – 2005 – ISBN 978-84-9867-100-1 – pág. 65

2.9. Briefing.

El diseñador enseña un modo de usar y pensar el mundo.(27)

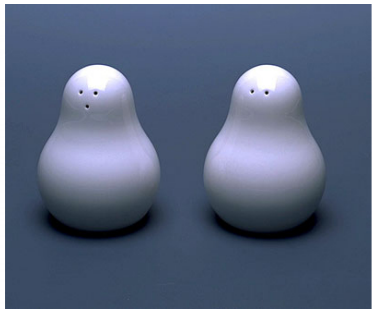
La producción y/o elaboración de varias respuestas válidas en el espacio público que:

a) Promuevan el entorno marítimo como alternativa de ocio incluso fuera de la época estival.
b) Ofrezcan pequeñas experiencias efímeras como herramienta de recuerdo del concepto marítimo.
c) Provoquen una integración del concepto marítimo en la propia ciudad para ayudarnos a sentir el mar de forma más cercana.
d) Nos ayude a localizar más fácilmente el mar.
f) No supongan un perjuicio para el lugar.
g) Sean viables y autogestionables.

2.10. Referentes.

[…] sabemos que la emoción es una parte necesaria de la vida, que afecta al modo en que nos sentimos, comportamos y pensamos. […] Sin emociones, la capacidad que tenemos para tomar decisiones se vería dañada.(28)

Las emociones son tremendamente importantes en la vida cotidiana. Aunque la utilidad sea importante, necesitamos de las emociones (alegría, excitación, entusiasmo, etc.) para sentirnos llenos, felices y sanos.
Tomo como referentes en este proyecto a diseñadores / artistas que mucho tienen que contar sobre las emociones y/o que trabajan con el entorno.


Imágenes web.

27) VVAA. - CALVERA, Anna - (Martín, Fernando) - *De lo bello de las cosas. Materiales para una estética del diseño* – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2007 – ISBN 978-84-252-2223-8 – pág. 50
28) NORMAN, Donald – *El diseño emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos* – Ediciones Paidós – Barcelona – 2005 – ISBN: 978-84-493-1729-3 – pág 25

SHIN AZUMI:
Diseñador japonés cuyas creaciones son objetos de uso cotidiano cargados de giros inesperados que apelan a las emociones del usuario que los utiliza / contempla.



Imágenes web.

ANDY GOLDWORTHY:
Escultor y fotógrafo británico que produce arte escultórico On Site con la naturaleza. Los materiales que utiliza son los encontrados en el propio lugar que visita.



Imágenes web.

DAVID DELFIN:
Artista plástico que comenzó a experimentar con prendas de segunda mano como soporte y descubrió así, la moda. Según él, descubrió un medio fascinante donde trabajar y sintió que había encontrado su lugar. Las emociones son el motor de su trabajo.

2.11. Propuestas:

Deberían abrirse las fronteras que separan las diferentes disciplinas del diseño. […] A través de este proceso de interacción, se obtienen nuevos impulsos en la creación del nuevo diseño. *(29)*

Las propuestas, serán una serie de intervenciones artísticas que se apoyen en trabajos de diseño de distinta tipología (producto, gráfico, vestuario). Se pretende la experimentación sobre diferentes áreas y maneras de trabajar.

- Jardín en el Mar (tipología diseño de producto):

El diseño debe solucionar un problema y desaparecer en su solución, no debe ser protagonista del objeto. *(30)*

La propuesta de diseño se basa en una herramienta, que proporcione al usuario la posibilidad de dibujar otro espacio dentro del entorno natural. Es decir, que le ofrezca la alternativa de crear su propio paisaje interior, de manera fácil, rápida, efímera y respetuosa con el paisaje. Con esta actividad, se conseguirá que el individuo interactúe con el entorno y lo sienta en mayor medida, potenciando así el beneficio de libertad y relax. Ofrece además, la posibilidad de analizar el comportamiento de diversos individuos dentro del paisaje marítimo, y esto puede convertirse en una fuente interesante de información para la realización (y transformación en futuros proyectos) de otras ideas factibles relacionadas con el tema principal.

- Señalética efímera (tipología diseño gráfico):

Este tipo de diseño gráfico (de corta vida, independiente) apunta a la transmisión de mensajes específicos vinculados a situaciones específicas.(*31*)

Señalética pintada en el suelo con sal o tiza. Quizá más propio del Land Art pero enfocado a la ciudad. Se trata de desempeñar un papel estético y de una cierta reflexión funcional, buscando una forma de no entorpecer la vida cotidiana. La función está ahí, y aunque dure un breve lapso de tiempo sabrá comunicar su mensaje por diferente, de forma fácilmente recordable.

---

29) VVAA. - *Ensayos sobre Diseño. Diseñadores influyentes de la AG*I – Ediciones infinito – Buenos Aires – 1997 – ISBN 987 -9393 -07 -4 – pág. 37

30) VVAA. - CALVERA, Anna – (Zimmermann, Yves)Arte ¿? Diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2003 – ISBN: 84-252-1543-9 – pág. 70

31) VVAA. - Bernard, Pierre - *Ensayos sobre Diseño. Diseñadores influyentes de la AG*I – Ediciones infinito – Buenos Aires – 1997 – ISBN 987 -9393 -07 -4 – pág. 112

- *Indicadores a la playa* (tipología diseño gráfico):

[…] es diseño cuando se interpreta como forma de lo cotidiano. (32)

Paneles de señalización silenciosos, comunes y discretos. Se pretenden integrar sin esfuerzos, que parezca que forman parte del conjunto de señales indicativas y que siempre permanecieron allí.

-*Coge un trocito de mí (tipología diseño gráfico)*:

Por una parte, tenemos una sensibilidad muy aguda hacia los más pequeños detalles de la interacción humana.
Por otra, tenemos que borrarlos.(33)

El mar es inabarcable. No nos es posible transportarlo donde queramos pero podemos trasladarlo conceptualmente a través de un elemento físico como la Sal. Esta intervención trata de acercarnos el mar a partir de una de sus partes integrantes. Pretende hacernos reflexionar sobre el gran olvido al que le sometemos diariamente.

En algún lugar transitado del espacio público, sobre una tela azul (el agua), se presentarán una serie de saquitos repletos de sal, conchas y piedrecitas de la playa, que el usuario podrá llevarse libremente (irán acompañados de unos paneles comunicativos con motivo de que la idea se entienda mejor). Quizá el hecho de poder llevarse un pedacito físico, permita al usuario conquistar un mayor periodo de tiempo que el habitual para tal reflexión.

-*Soy el mar* (tipología predominante diseño de vestuario):

Para que recuerden nuestro mensaje tenemos que hacerlo especialmente interesante.
Y eso puede conseguirse a través de las historias. (34)

El modo de presentación de esta intervención en el espacio público se hará a través de un breve happening:

---

32) VVAA. - CALVERA, Anna - (Pombó, Fátima) - De lo bello de las cosas. Materiales para una estética del diseño – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2007 – ISBN 978-84-252-2223-8 – pág. 98
33) KNOWLES, David – The third Eye – Bloomsbury Publishing – Londres – 2000
34) RAMÓN-CORTÉS, Ferran - *La isla de los 5 faros. Un recorrido por las claves de la comunicación.* – Editorial RBA – Barcelona – 2005 – ISBN 978-84-9867-100-1

La idea es que “el mar”, representado por una figura femenina cuya indumentaria muestra evidentes pistas relacionadas con el mar, vaya al centro de la ciudad, y les recuerde a los viandantes que han de ir a “visitarla”. Para ello se seleccionará previamente una modelo a la que se le diseñará un vestuario muy especial. El día pactado se paseará por el centro de la ciudad, acompañada por un par fotógrafos que tomarán instantáneas de sus posados con la intención de que la gente piense que es una simple sesión de fotos. En el momento que ella escoja, y sorprendiendo a algún viandante de su elección, le dirá algo así como...:
“¡Eyyy! ¡cuanto tiempo! ¿Cuando vas a venir a verme?”
Cuando la persona en cuestión se quede estupefacta, la modelo le entregará una tarjeta de visita donde se especifica como llegar hasta ella (es decir al mar).

2.12. Localizaciones

El paisaje es experiencia, es vivencia de una relación entre el mundo y nosotros. Una relación en la que son determinantes nuestra posición y nuestro punto de vista.(35)

No se trata de realizar un recorrido, sino de ir dejando pistas en diferentes zonas clave:

a) Zona marítima en temporada baja (actividad in situ - que invite a visitar).
b) Zonas de desplazamiento clave (indicadores en metro - tranvía, carril bici).
c) El centro, (lugar más alejado física y emocionalmente - sal - vestuario).

35) VVAA. - NOGUÉ, Joan. - *La construcción social del paisaje*– Editorial Biblioteca Nueva – Madrid – 2007– ISBN 978-84-9742-624-4

3. PROYECTO

3.1. Selección y justificación de la propuesta.

El diseño ha devenido un estilo, un instrumento de promoción y un instrumento de marketing. *(36)*

Decido llevar a cabo todas y cada una de las propuestas, puesto que se trata de un proyecto en el que la experimentación y respuesta del mayor número de usuarios es lo más interesante.

3.2. Segmentación. Público objetivo.

Mi público objetivo serían todos y cada uno de los usuarios y ciudadanos de la ciudad de Valencia. Todos debemos reflexionar y aprender que el mar no solo existe en la época de mayor afluencia turística. Está ahí todo el año. Y si deseamos que Valencia sea más marítima, nuestra mentalidad también debería comenzar a serlo.

3.3. Desarrollo de las propuestas.

Lo realmente importante es que exista un espacio para acogernos. De ese modo cambia la noción del paisaje, o mejor, se transforma. *(37)*

-*Jardín en la playa:*

Nuestra herramienta será muy parecida a un rastrillo convencional, aunque adaptable a nuestras propias necesidades del dibujo en la playa.
La razón de la parecida recreación formal parte como un método para que el objeto, dentro del marco paisajístico al que va dirigido, tenga la habilidad de “hablar” por si solo y el individuo pueda intuir fácilmente que hacer con él, como si de un jardín Zen se tratara. El objeto constará de una base central desde donde asomarán hacia la parte inferior, un número concreto de púas. Una pieza de unión conectada a la parte superior de la base sujetará e inmovilizará la parte inferior del mango que se utilizará para que el individuo manipule el objeto. Se descartan diferentes sistemas de plegado en el diseño (como el de utilizar un brazo telescópico), por encarecer el precio del producto y/o no poder autogestionarse.

36) RAMAKERS, Renny – *Less + More. Droog Design in context* – 010 Publishers – Róterdam – 2002 – pág. 9
37) GALOFARO, Luca – Artscapes. El arte como aproximación al paisaje contemporáneo – Gustavo Gili – Barcelona – 2009 – ISBN: 978-84-252-1843-9 – pág. 29

Sin embargo, contará con un método para aumentar las posibilidades de dibujo:
El **número de púas** que se utilizará a la hora de dibujar será **personalizable**, con el objetivo de multiplicar las posibilidades de creación del individuo. Para que esto sea posible (de forma fácil y económica), decido emplear tornillos a modo de púas y utilizar como tope de seguridad las tuercas a juego

Si una determinada categoría de producto ya existe, podríamos observar por ejemplo, los productos ya existentes para saber qué mejoras se deberían hacer. (38)



Imágenes web.

-Señalética efímera:

Previa realización de las plantillas correspondientes efectuaremos algunas acciones efímeras de señalética indicativa en el suelo y carril bici que se localizaran en varias zonas de paso. Se utilizará sal o tiza según convenga (el método con tiza es más lento

38) NORMAN, Donald – *El diseño emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos* – Ediciones Paidós – Barcelona – 2005 – ISBN: 978-84-493-1729-3 – pág. 90

y el de la sal decido no probarlo en el carril bici por una cuestión de seguridad).
En el caso de la sal, será coloreada previamente mediante la fricción de tiza (verde, azul)

-Indicadores a la playa:

Debemos tener en cuenta todas las pautas formales que afectan a la señalética común sin recaer en demás artificios (lo que prima en esta intervención es la utilidad y la sensación de parecer que siempre estuvo allí). Los ejemplares se colocarán en lugares lógicos o donde localicemos algún poste o señal múltiple donde quede bien y teniendo en cuenta de situar la flecha indicativa en la dirección correcta.

-Coge un trocito de mí:

"No he podido acercarte el mar, pero sí este pedacito". Bajo un panel sujeto a la pared con este lema, ubicaremos una tela azul sobre la cual pondremos unos pequeños saquitos transparentes repletos de sal gorda, conchas y piedras. La idea es que las personas que pasen por allí, puedan llevarse a casa uno de esos trocitos de mar.

-Soy el mar:

De manera análoga, si el diseño por sí mismo es elegante, bello o quizá desenfadado y divertido, de nuevo, el sistema afectivo reacciona de manera positiva. (*39*)

El vestuario y complementos serán manufacturado a medida para la modelo seleccionada. El diseño deberá ser bello y generar placer contemplativo (se pretende atraer lo máximo posible).
El detalle de las tarjetas de visita es sumamente importante para una comunicación clara y concisa de la idea.

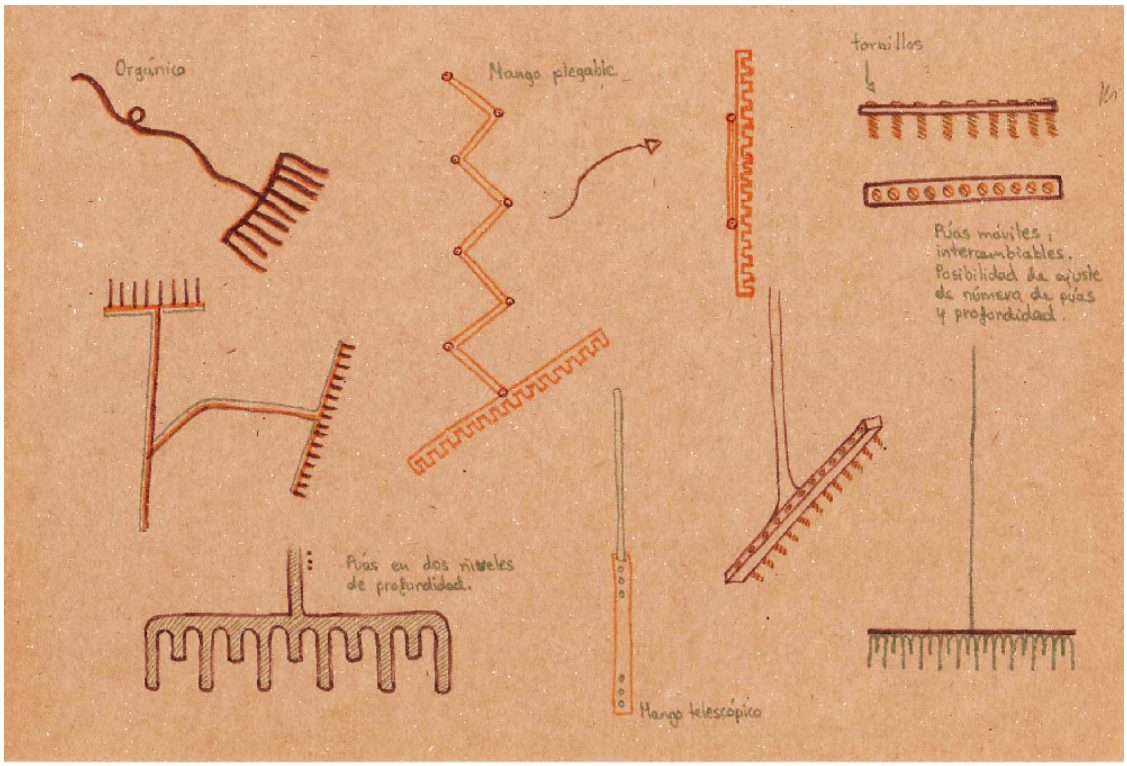
[…] tenemos que pensar que la gente nunca entiende exactamente lo que nosotros queremos decirles, y que lo que cuenta es lo que ellos entienden. (*40*)

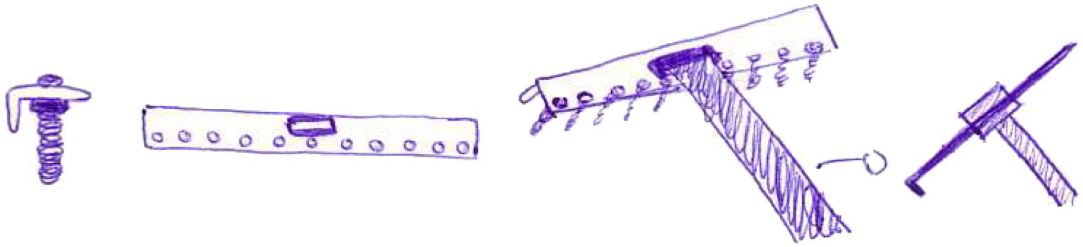
39) NORMAN, Donald – *El diseño emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos* – Ediciones Paidós – Barcelona – 2005 – ISBN: 978-84-493-1729-3 -pág.163
40) RAMÓN-CORTÉS, Ferran - *La isla de los 5 faros. Un recorrido por las claves de la comunicación.* – Editorial RBA – Barcelona – 2005 – ISBN 978-84-9867-100-1- pág. 86

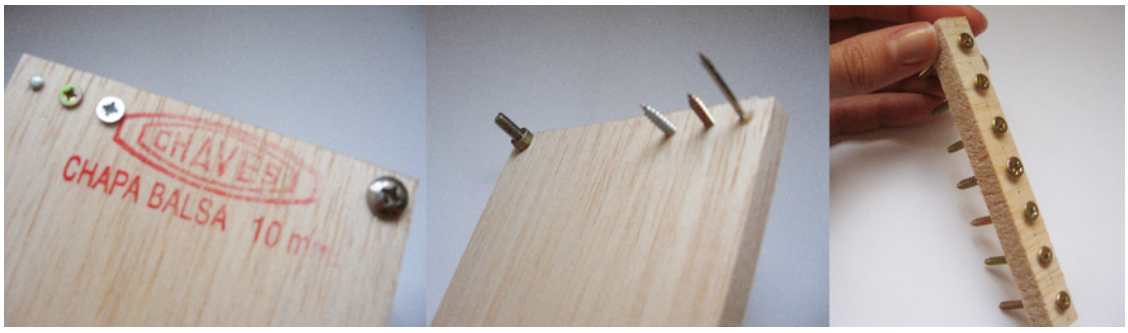
3.4. Bocetos, maquetas y aspectos gráficos.

[…] la capacidad de diseñar, de crear útiles y artefactos es intrínseca al ser humano, ya que esto es en definitiva lo que le distingue de los animales. (41)

- Bocetos y maquetas del prototipo para *Jardín en la playa:*



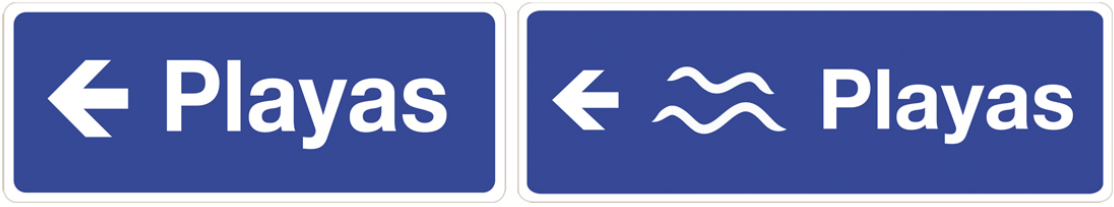


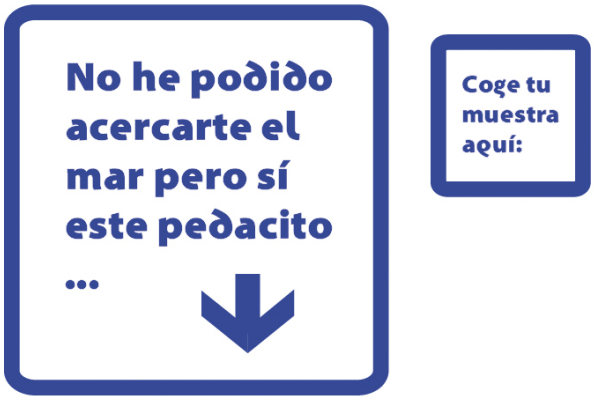


41) Isabel – La idea y la materia. Vol. 1: El diseño de producto en sus orígenes – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2007 – ISBN: 978-84-252-2140-8 – pág. 17

-Aspectos gráficos creados para las intervenciones *Señalética efímera / Indicadores a la playa / Coge un trocito de mí*:

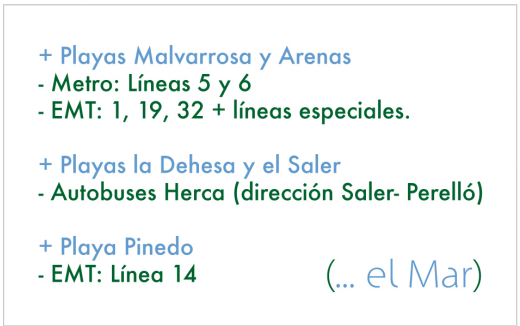






- Aspectos gráficos de *Soy el Mar* (tarjetas de visita):





- Figurines, bocetos, libro de investigación, pruebas de materiales, tejidos y acabados seleccionados, etc.* de *Soy el Mar:*



*Más imágenes de los bocetos y libro de investigación en la pág. 52 -55

3.5. Proceso/ taller de diseño. Selección de materiales.

El trabajo forma parte integrante del contexto paisajístico y urbano donde se emplaza. (*42*)

3.5.1. Materiales y detalles constructivos seleccionados para la fabricación del objeto (intervención *Jardín en la playa*):

[…] los objetos atractivos hacen que nos sintamos bien, lo cual a su vez redunda en hacer que pensemos de un modo más creativo. (*43*)

La base constará de dos lados diferenciados para crear diferentes efectos y acabados: Un lado para socavar rectas del tamaño de la base, delimitar dibujos o alisar la arena de huellas, ondas u otras marcas que encontremos, y otro lado para rastrillar o dibujar libremente.
En cuanto a los materiales, se seleccionan los siguientes:
- Para la base y el mango: Madera de pino, por tratarse de la opción más económica. (Para el mango utilizo un palo universal ya comercializado).
- Pieza de unión cromada estándar, de venta en ferreterías.
- Para las púas: Un total de 17 tornillos cromados (85mm – Ø6mm) con cabeza

42) GALOFARO, Luca – Artscapes. El arte como aproximación al paisaje contemporáneo – Gustavo Gili – Barcelona – 2009 – ISBN: 978-84-252-1843-9 – pág. 119
43) NORMAN, Donald – *El diseño emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos* – Ediciones Paidós – Barcelona – 2005 – ISBN: 978-84-493-1729-3 – pág 35

decorativa (Ø14mm) y las 17 tuercas correspondientes.
- Para el ensamblaje de la base y el mango: Tornillos cromados convencionales (15mm – Ø6mm) + tuercas correspondientes + arandelas.

*(fotografías taller en pág. 57)

3.5.2. Materiales y detalles constructivos seleccionados (para la intervención *Señalética efímera*):

Dado que se tratará de una intervención sin permisos y a plena luz del día, tendrá que realizarse de la forma más rápida y discreta posible:
-El material para las plantillas debe ser más rígido que el papel, pero lo suficiente cómodo como para trabajar todos los detalles fácilmente con bisturí. Me decanto por la típica cartulina, que además resulta económica.
-Se utilizarán rellenos que además de ser efímeros, supongan la menor molestia posible (sal/ tiza)

3.5.3. Materiales y detalles constructivos seleccionados (para la intervención *Indicadores a la playa*):

[…] comunicar no es arrastrar ni empujar, es invitar.(44)

- Los diseños deberá imprimirse en papel couché y montarse posteriormente sobre un soporte rígido (resulta la forma económica más creíble para realizar los indicadores). Serán efímeros pero suficientes para la intervención.
- El indicador deberá poder adherirse al poste / mobiliario urbano de forma rápida, sencilla y limpia por lo que seleccionamos cinta de doble cara para dicha finalidad.
- Para que el sistema de adhesión anterior dure algunos días, el soporte del indicador deberá realizarse con un material lo suficiente liviano. Además deberá aportar sensación de durabilidad visual (madera de balsa).

3.5.4. Materiales y detalles constructivos seleccionados (para la intervención *Coge un trocito de mí):*

Se trata de otra intervención sin permisos y a plena luz del día por lo que tendrá que poder montarse y desmontarse de forma rápida y sencilla.
-Como en el caso anterior, el diseño se imprimirá en el papel y este irá montado en el soporte seleccionado.

---

44) RAMÓN-CORTÉS, Ferran - *La isla de los 5 faros. Un recorrido por las claves de la comunicación.* – Editorial RBA – Barcelona – 2005 – ISBN 978-84-9867-100-1- pág. 63

- Se utilizará el soporte convencional para paneles informativos (cartón pluma), que además es muy ligero.
- Para la correcta fijación de los paneles y la seguridad de no dejar residuos (esta intervención se retirará una vez realizada para no causar molestias), utilizaremos cinta de doble cara como en el caso anterior.
-Sobre el suelo/ encima de un banco se colocará la tela azul y sobre ella unos saquitos rellenos de sal gruesa, conchas y piedras de la playa. El material de los saquitos deberá ser transparente para que el se pueda ver el contenido: decido reutilizar fundas transparentes de polipropileno de algunas publicaciones que llegan por correo.

3.5.5. Materiales y detalles constructivos seleccionados (intervención *Soy el mar*):

*(fotografías taller en pág. 58)

La figura y la forma importan. La sensación física del tacto y la textura de los materiales importan. Importa el peso. (45)

-El corte de los tejidos en aquellas capas visibles de la falda, se realizará a base de redondeces irregulares semejantes a la forma que podrían tener las ondas de las olas emergiendo sobre la orilla.
- Para la fabricación de las algas que se coserán al top básico, deberemos utilizar una tela acrílica (ya que no deshilacha) y semitransparente (la mayoría de las algas transparentan un poco al sol y dará mayor sensación de ligereza visual).
- En la falda, se combinarán tejidos opacos con otros transparentes, apelando a los conceptos de densidad inferior y transparencia superior del agua. Se seleccionan los tejidos foamizados para aportar opacidad y un volumen ligero, y una redecilla sintética (algo irregular) con destellos, para integrar transparencia, reflejos y otros conceptos interesantes (redes de pesca, textura de escamas).
- Los complementos deberán ser detalles sencillos que apoyen la idea del vestuario pero sin quitarle protagonismo. Decido utilizar una mezcla de conchas, lapas, caracolas y algunos abalorios que integren el vestuario con los complementos.
- El mar es inmenso: el volumen deberá exagerarse mucho (pero sin llegar al punto de imposibilitar que la modelo pueda moverse con ligereza y libertad).

3.6. Especificaciones técnicas y medidas.

3.6.1. Características formales y especificaciones técnicas del objeto (para la intervención *Jardín en la playa*):

45) NORMAN, Donald – *El diseño emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos* – Ediciones Paidós – Barcelona – 2005 – ISBN: 978-84-493-1729-3

Las dimensiones deberán ser lo suficiente generosas como para poder dibujar a grande y mediana escala de forma eficaz, dentro de unas proporciones ergonómicas y un peso razonable. Debe resultar lo más cómodo posible para una gran mayoría de las personas adultas. Se establecen así, las siguientes medidas:

- Base: 10x72x1cm
- Mango universal: 130cm – Ø 2,3cm

Resulta necesario un buen barniz para la madera del mango y la base (se aplicará doble capa de barnizado brillante para exteriores). A la pieza de unión le daremos un lacado azul transparente (con motivo de protegerla y como un guiño al contraste de tonalidades del lugar donde se utilizará el objeto).

3.6.2. Características formales y especificaciones técnicas del objeto (para la intervención *Señalética efímera*):

-El tamaño del soporte seleccionado para la realización de las plantillas será A4 por ser un tamaño rápido de trabajar.

3.6.3. Características formales y especificaciones técnicas del objeto (para la intervención *Indicadores a la playa*):

También el funcionalismo puede verse como una concepción estética – lo que funciona mejor, es lo más bello […] *(46)*

- Se utilizará una tipografía muy legible (Helvética) en color blanco sobre fondo azul. Las medidas deberán aproximarse a las de los indicadores de sus alrededores y en definitiva serán las siguientes: 40cm x 15cm y 32cm x 15cm.

3.6.4. Características formales y especificaciones técnicas del objeto (para la intervención *Coge un trocito de mí):*

- Las medidas de los paneles comunicativos serán 26cm x 26cm y 11cm x 11cm respectivamente.

3.6.5. Características formales y especificaciones técnicas del conjunto (para la intervención *Soy el mar*):

46) VVAA. - CALVERA, Anna - *De lo bello de las cosas. Materiales para una estética del diseño* – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2007 – ISBN 978-84-252-2223-8 – pág. 16

a) DEL VESTUARIO:

- Mínimo de 4 aros en el can-cán / crinolina para partir de una buena resistencia al peso de los tejidos sin deformarse.
- El aro inferior deberá ser lo más voluminoso posible: mínimo Ø 90cm

- Para conseguir el mayor volumen posible con los propios tejidos se fruncirán todas las capas de la falda (exceptuando el fieltro de la estructura).
- Para una exageración mayor de los volúmenes sin aportar peso o una sobrecarga de material se utilizarán globos bajo algunas de las capas de la falda.
- La estrella de mar propuesta en el cinturón deberá tener volumen para no restar credibilidad al conjunto. Además este detalle impedirá una deformación poco estética de la pieza.

b) DE LAS TARJETAS DE VISITA:

- Legibilidad, sencillez y claridad. Se deben ceñir a la información mínima útil.

c) DE LOS COMPLEMENTOS:

- Acabado esmaltado de las conchas, lapas y caracolas para dotarlas de los colores predominantes del vestido.

d) DE LA MODELO:

- Deberá tener el cabello largo y pelirrojo (a ser posible rojo vivo).
- De rasgos bellos (el mar es bello y debemos atraer cuantas más miradas mejor).
- Establezco un mínimo de altura de 1,65m para que la falda no se contraiga visualmente más de lo previsto.

3.7. Prototipos necesarios. Tests previos a las intervenciones

Si se quiere conseguir un producto de éxito, no queda más remedio que someterlo a prueba y revisarlo. *(47)*

47) NORMAN, Donald – *El diseño emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos* – Ediciones Paidós – Barcelona – 2005 – ISBN: 978-84-493-1729-3 – pág. 121

Antes de ejecutar las intervenciones finales, considero necesario realizar un primer test de las plantillas para la intervención *Señalética Efímera* y del prototipo para *Jardín en la playa*.



*Más imágenes del test del prototipo en la pág. 59



Prueba previa de la intervención *Señalética Efímera*.

3.8. Presupuesto / costes directos.

A continuación, el desglose del presupuesto interno de las intervenciones según el escandallo de materiales (los costes directos no incluyen mano de obra ni amortizaciones):

3.8.1. Presupuesto interno del prototipo para *Jardín en la playa*:

- Tornillos, tuercas y arandelas a peso ____ 2€
- Pieza cromada de unión estándar _____ 2,50€
- Chapa madera (pino) _____ 5€
- Palo de madera universal_____ 6,95€
- Barniz transparente exterior_____ 2,65€
- Laca vitrail azul (metal / cristal) _____ 4,95€

TOTAL: ____ 24,05€

3.8.2. Presupuesto interno de *Señalética efímera*:

- Cartulinas A4. x5 _____ 0,60€
- Bisturí _____ 5,00€
- Sal gorda _____ 0,45€
- Tiza de colores _____ 0,75€

TOTAL: _____ 6,80€

3.8.3. Presupuesto interno de *Indicadores a la playa*:

- Chapa de madera de balsa (3mm) _____ 2,60€
- Papel couché, 260g A3 x 2 _____ 3,20€

TOTAL: _____ 5,80€

3.8.4. Presupuesto interno de *Coge un trocito de mí*:

- Cartón pluma A3 (5mm)_____ 2,50€
- Papel couché, 260g A3 _____ 1,60€
- Tejido acrílico azul (1m) _____ 5,60€
- Sal gorda _____ 0,45€

TOTAL: _____10,15€

3.8.5. Presupuesto interno de *Soy el mar*:

- Fieltro (1,5m) _____ 6,00€
- Tejido Foamizado (4,5m) _____ 25,20€
- Forro verde semitransparente (0,5m)_____ 3,50€
- Redecilla brillante acrílica azul (2,5m) ____ 12,35€
- Retal redecilla brillante acrílica roja (0,5m)__0,85€
- Cinta de algodón (1,5m) _____1,00€
- Hilo poliester x3 _____ 6,00€
- Top básico _____ 4,50€
- Can cán interno (4 aros) _____12,00€
- Globos _____ 2,60€
- Retal cuero rojo _____ 3,60€
- Acrílicos x2 _____5,00€
- Abalorios para el vestido _____ 0,75€
- Abalorios de la pulsera_____ 0,75€
- Laca vitrail colores faltantes x2 _____ 9,90€
- Cordón elástico _____ 0,75€

TOTAL: _____ 94,75€

TOTAL ESCANDALLO DE MATERIALES: _141,55€

A esta suma de materiales se podrían incluir los aproximadamente 3 packs (4 colores) de tintas de impresora que previsiblemente se utilizarán en total (aproximadamente 120€ más). En caso de que el proyecto fuese un encargo, a este presupuesto habría que sumar las amortizaciones de las herramientas utilizadas, + el precio de la hora multiplicado por las horas de taller.

3.9. Realización de las intervenciones. Fotografías.

3.9.1. *Jardín en la playa:* *pág.60-61*
3.9.2. *Señalética efímera:* *pág.62-64*
3.9.3. *Indicadores a la playa:* *pág.65*
3.9.4. *Coge un trocito de mí:* *pág. 66*
3.9.5. *Soy el mar:* *pág. 67- 71*

[…] el happening es un acontecimiento, un hecho, una acción que tiene como objetivo

abrir el lenguaje artístico a la realidad. […] utiliza cualquier tipo de material, artístico o no, para relacionar el arte con la vida, la obra con lo real […] *(48)*

3.10. Interpretación de resultados. Conclusiones.

DE LA REACCIÓN DE LOS INDIVIDUOS FRENTE A LAS INTERVENCIONES

Observo una muy buena recepción del espectáculo, las experiencias emocional, las pintorescas nuevas ideas, aquello que destaca entre lo cotidiano y hace recordar la belleza de algo que ya, naturalmente nos rodea.
La gente desea emocionarse, sorprenderse y recordar que existen lugares bellos cerca de ellos, que forman parte de su historia y pueden contribuir a su equilibrio interior.

Encontramos un público ávido de nuevas experiencias y nuevas formas de acercamiento: la información interesa más comunicada de forma novedosa y creativa.

DE LA RELACIÓN ENTRE ARTE Y DISEÑO

Cuanto mayor es la libertad de movimiento estético y sensorial dentro de una gama de posibilidades de diseño, más cerca parece estar el resultado de aquello que ofrece la práctica de las bellas artes. Cuanto menor es la libertad, más se aproxima el diseño a las ciencias […] *(49)*

Creo que aún siendo complicado, resulta posible trabajar con las dos disciplinas sin que ninguna de ellas deba perder su auténtico sentido. Conociéndolas bien, pueden servirse de apoyo la una a la otra sin mezclarse ni desnaturalizarse, aunque deberemos poder ver los límites de cada una de ellas en todo momento. Como decía Enrique Ricalde, el diseño es ya, la nueva forma de aprender de nuestro tiempo(*50*). Y por ello, debe estar abierto a todas las disciplinas que necesitemos para integrar conocimientos de un sin fin de especialidades y obtener los resultados más productivos para la sociedad y el individuo.

---

48) VVAA. - BORJA-VILLEL, Manuel J. - *Un teatro sin teatro* – Editado: Museu d'Art Contemporani de Barcelona – Barcelona – 2007– ISBN 978-84-897-7148-2 – pág. 296
49) POTTER, Norman – *Qué es un diseñador: cosas, lugares, mensajes* – Paidós – Barcelona – 1999 – pág. 14
50) VVAA. - CALVERA, Anna - (Ricalde Gamboa, Enrique) - *De lo bello de las cosas. Materiales para una estética del diseño* – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2007 – ISBN 978-84-252-2223-8 – pág. 191

4. BIBLIOGRAFÍA

VVAA. - *El espacio litoral* – Colegio Oficial de Arquitectos de Galicia – 2000 – ISBN 978-84-96712-17-1

VVAA. - *LA VALENCIA MARÍTIMA DEL 2000. Estudio del frente marítimo desde Sagunt hasta Cullera* – Colegio Oficial de Arquitectos de la Comunidad Valenciana – Valencia – 1997 – ISBN: 84-86828-17-1

HUERTAS MORIÓN, JOSÉ – *La València marítima I. La pesca del Bou, tempestes i naufragis* – Edita Diputació de València – Xarxa de Museus. ISBN: 84-7795-252-3

VVAA - *Historia de la ciudad. VOL.4. Memoria Urbana* – Edición Colegio Territorial de Arquitectos de Valencia – 2005 – ISBN 84-86828-60-0

GONZÁLEZ ALFAYA, Luciano/ MUÑIZ NUÑEZ, Patricia – *El espacio litoral. Métodos y argumentos para el desarrollo y la protección* – Edición Colegio Oficial de Arquitectos de Galicia – 2008 – ISBN: 978-84-96712-17-1

BRU I VIDAL, Santiago – Claus per a la historia de València – Editorial Centre d'Estudis del Camp de Morvedre – València – 1988 – ISBN: 84-86908-14-0

FUSTER, Joan – Nosotros los valencianos – Biblioteca el Mundo – 2004 - ISBN: 84-9789-254-2

RICARD, André - *Conversando con estudiantes de diseño* – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2008 – ISBN 978-84-252-2227-6

HESKETT, John - *El diseño en la vida cotidiana.* – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2005 – ISBN 84-252-1981-7

VVAA. - CALVERA, Anna - *De lo bello de las cosas. Materiales para una estética del diseño* – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2007 – ISBN 978-84-252-2223-8

BENJAMIN, Walter - *La obra de arte en la época de su reproducción mecánica* – Editorial Casimiro – Madrid – ISBN 978-84-938-3752-5

POTTER, Norman – *Qué es un diseñador: cosas, lugares, mensajes* – Paidós – Barcelona – 1999

PRESS, Mike/ COOPER, Rachel – El diseño como experiencia. El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI – Gustavo Gili Diseño – Barcelona – 2009 – ISBN: 978-84-252-2228-3

VVAA. - CALVERA, Anna – *Arte ¿? Diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos* – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2003 – ISBN: 84-252-1543-9

COSTA, Joan – *Señalética corporativa* – Costa Punto Com Editor – Barcelona – 2007 – ISBN: 978-84-611-8136-0

COSSU, Mateo – Usted está aquí. Diseño de señalética – Maomao Publications – 2010 – Barcelona – ISBN: 978-84-96805-61-3

GALOFARO, Luca – Artscapes. El arte como aproximación al paisaje contemporáneo – Gustavo Gili – Barcelona – 2009 – ISBN: 978-84-252-1843-9

VVAA. - YATES, Steve - *Poéticas del espacio* – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2002 – ISBN 84-252-1874-8

RAMÓN-CORTÉS, Ferran - *La isla de los 5 faros. Un recorrido por las claves de la comunicación.* – Editorial RBA – Barcelona – 2005 – ISBN 978-84-9867-100-1

VVAA. - *Ensayos sobre Diseño. Diseñadores influyentes de la AG*I – Ediciones infinito – Buenos Aires – 1997 – ISBN 987 -9393 -07 -4

NORMAN, Donald – *El diseño emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos* – Ediciones Paidós – Barcelona – 2005 – ISBN: 978-84-493-1729-3

SEIVEWRIGHT, Simon – *Manuales de diseño de Moda: Diseño e investigación* – Editorial Gustavo Gili – Barcelona – 2008

VVAA. - BORJA-VILLEL, Manuel J. - *Un teatro sin teatro* – Editado: Museu d'Art Contemporani de Barcelona – Barcelona – 2007– ISBN 978-84-897-7148-2

HOLITZKA, Marlies y Klaus - *Mandalas: Fuerza para el alma y el espíritu* - Gaia ediciones - 2003

VVAA. - NOGUÉ, Joan. - *La construcción social del paisaje*– Editorial Biblioteca Nueva – Madrid – 2007– ISBN 978-84-9742-624-4

VVAA. - KESWICK, Maggie – *El arte del jardín* – El paseante - Número triple sobre taoismo y arte chino 20/22

OTRAS FUENTES:

4.1. Webs consultadas / imágenes web

Referentes al concepto de Valencia de espaldas al mar (17/02/11):

http://jualbel.multiply.com/journal/item/137/Valencia_una_ciudad_de_espaldas_al_mar.

Referentes a los cambios constructivos del puente del puerto de Valencia. (17/02/11):

- www.construmatica.com/articulos/2009/06/06/transformacion-de-un-puente-basculante-en-otro-rotatorio-por-cambio-de-uso-en-el-puerto-de-valencia/
- www.construmatica.com/articulos/2001/07/01/puente-levadizo-en-el-puerto-de-valencia/
- www.urbanity.es/foro/391513-post.html

Referentes a los jardines zen (15/10/10)

- www.jardineszen.es
- www.bluebagages.com
- www.decoarmonia.com/decora-tu-exterior-jardin-japones/

Imágenes/ estudio mercado. (10/08/11):

www.novodistribuciones.com/playa-c-336.html
www.mercamania.es/
www.imaginarium.es
www.carrefour.es
www.solostocks.com

Artistas / diseñadores

- www.goldsworthy.cc.gla.ac.uk/photography/
- www.ucblueash.edu/artcomm/web/w2005_2006/maria_Goldsworthy/TEST/index.html
- http://www.davidelfin.com/

5. ANEXOS (FOTOGRAFÍAS):

- De la investigación y trabajo de campo: Isa Jiménez.
- Del proceso de taller del prototipo para *Jardín en la playa*: Isa Jiménez
- De las pruebas del prototipo para *Jardín en la playa*: Juan David Romero
- De la actividad *Jardín en la playa*: Marcos Ojeda / Isa Jiménez
- De la realización de la intervención *Señalética efímera*: Juan David Romero / Isa Jiménez
- De la realización de la intervención *Indicadores a la playa*: Isa Jiménez
- De la realización de la intervención *Coge un trocito de mí*: Hector Perez / Isa Jiménez
- Del libro de investigación del vestuario: Isa Jiménez
- Del proceso de taller del vestuario: Juan David Romero / Isa Jiménez
- Del making of de la intervención *Soy el mar*: Ramón Portalés / Jose Hilla
- De la intervención *Soy el mar*: Eloi Perez / Ramón Portalés / José Hilla
























un adulto. Los aparatos de gimnasia no son juguetes.
- Elija el aparato de gimnasia adecuado según su estado de salud y forma física. Se recomienda consultar al médico.
- El Parque Saludable está diseñado para el mantenimiento de la buena forma física de las personas mayores. Los aparatos de gimnasia no están destinados a la rehabilitación.
- Se recomienda leer las instrucciones antes del uso del Parque.
PARQUES SALUDABLES
para personas mayores jóvenes












La Marina Real
Juan Carlos I


ZONA VELES E VENTS
Restaurantes
Restaurants
Restaurants
Bases equipos
Bases equips
Team bases
Capitanía
Capitania
Harbour master
Veles e Vents
Veles e Vents
Veles e Vents
Barcos paseo
Vaixells passeig
Tour boats
Exposición Casa Copa
Exposició Casa copa
Casa copa exposure








carrer
Teatre de la Marina
ASTILLEROS-BENEDITO
COSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN - NAVAL 659700993
1
passeig
marítim
ALFA
CARRER
DEL
MEDITERRANI

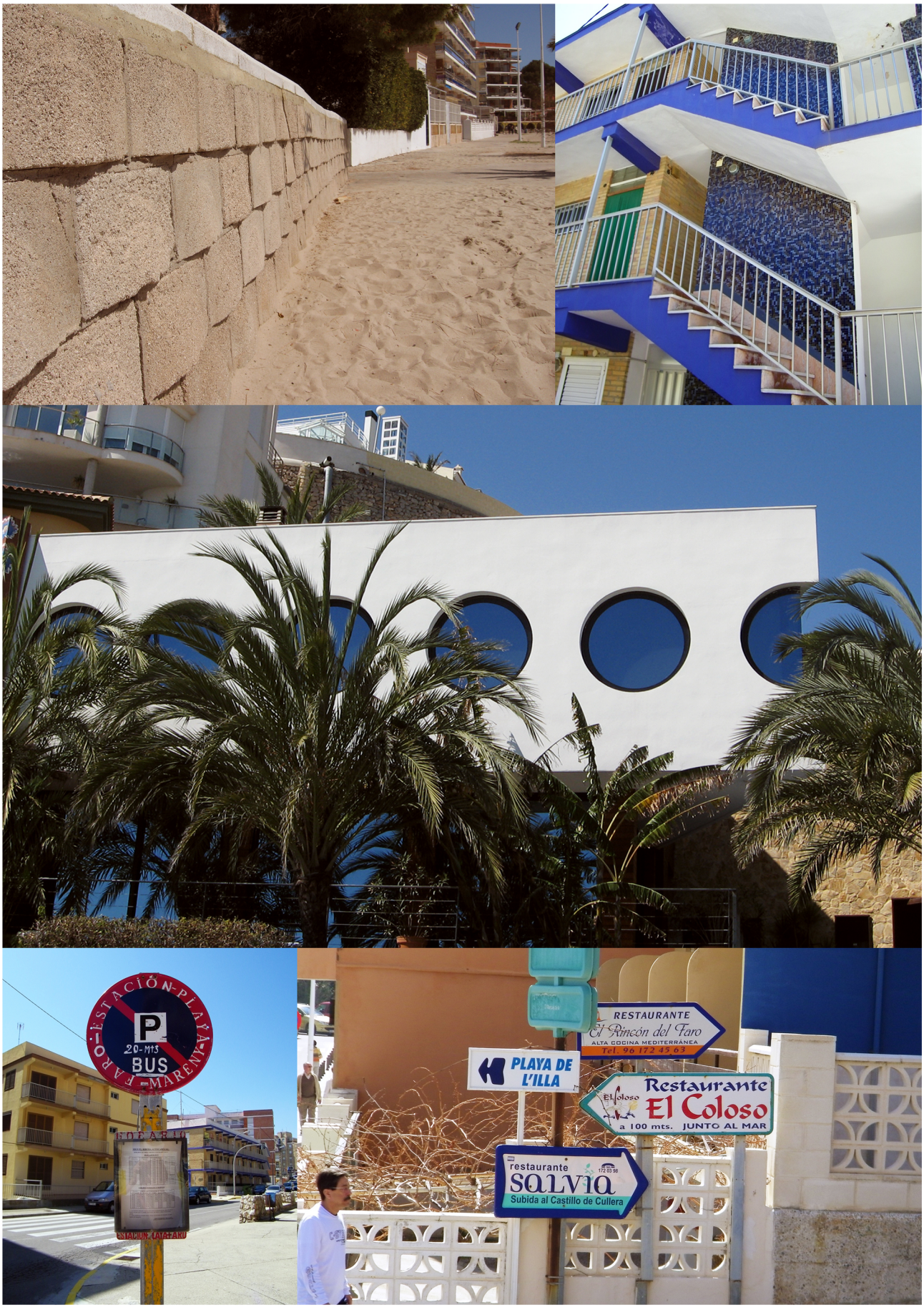

FABRICA DE SOMBREROS
DE PAJA Y FIELTRO
GRAN BAZAR JUGUETERIA Y LIBRERIA
CASA PUIG
Pelayo 14 VALENCIA
COMPAÑIA TRASATLÁNTICA
SERVICIO RAPIDO ENTRE EL MEDITERRANEO Y EL PLATA
Consignatario en Valencia Juan Jose Ravina
MONBEACH
Heineken
M·E·D·U·S·A
SAL MARINA
RESTAURANTE tel. 96 372 10 56
SAL MARINA
RESTAURANTE tel. 96 372 10 56
CLOCHINA
VALENCIANA
CLOTXINES
- VALERETA -
10 m.
TRIDENTE
RESTAURANTE DEL NEPTUNO
TRIDENTE
RESTAURANTE DEL NEPTUNO


PORT
passeig marítim
CARRER
DELS
PESCADORS
grup
Pobles
de la Mar
P
PASEO NEPTUNO
117 del Mar
* Assessoria fiscal, laboral i jurídica.




N-332 A-7 VALENCIA
CV-502 VALENCIA (Saler)
FARO - FAR
PLAYA - PLATGES
NEREID



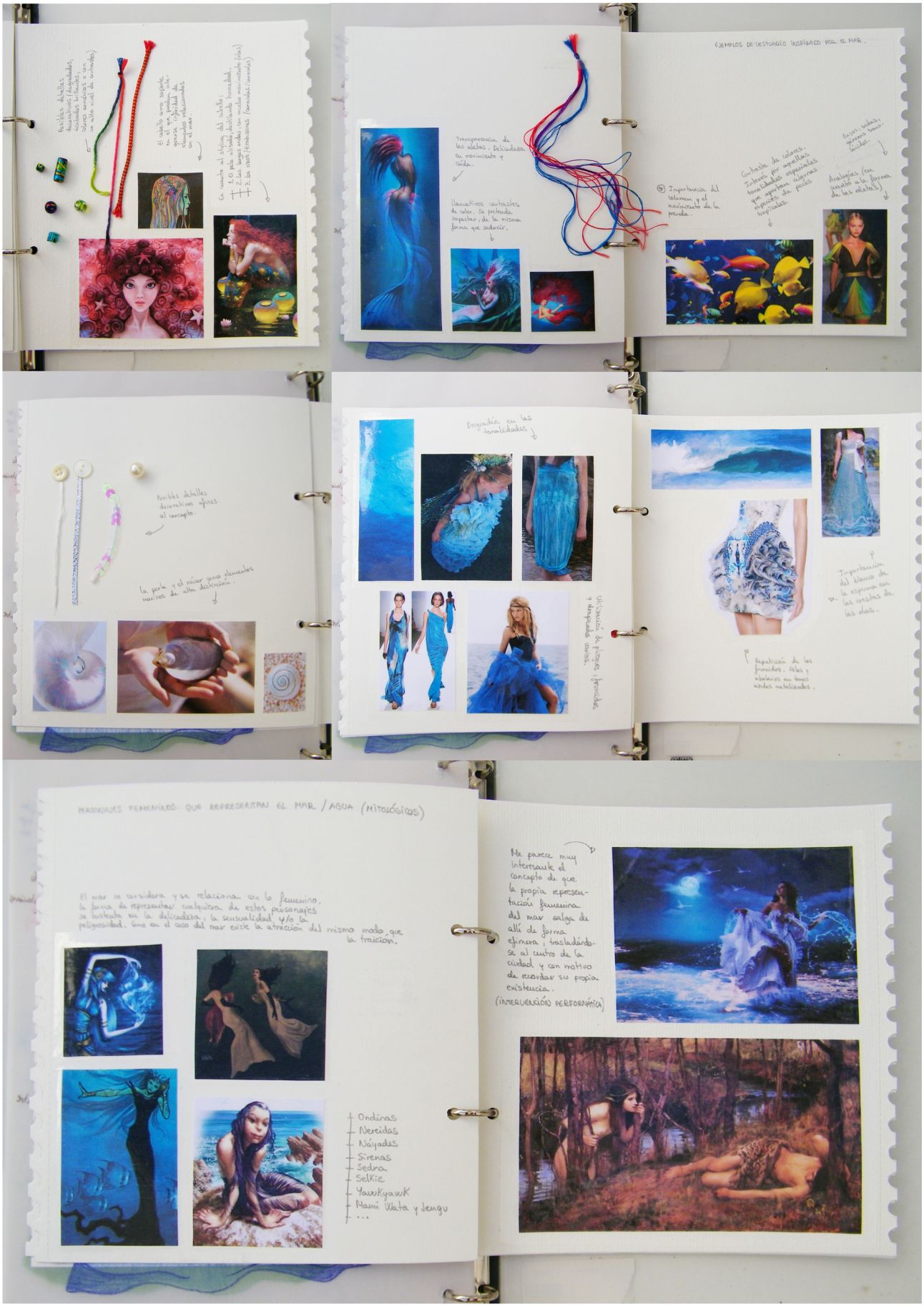

ESTACIÓN-PLAYA-FARO
P
20-MTS
BUS
-MARENY-
PLAYA DE L'ILLA
RESTAURANTE
El Rincón del Faro
ALTA COCINA MEDITERRÁNEA
Tel. 96 172 45 63
Restaurante
El Coloso
a 100 mts. JUNTO AL MAR
restaurante
SALVIA
Subida al Castillo de Cullera


plaça Del Rey
centre ciutat
Gratuit
Mareny de Barraquetes
Sueca
CARRER DE LA SIRENA
AVINGUDA DE LES GAVINES
DEL RECATI


Importancia del movimiento en las capas superiores – Formación de las olas
Movimiento bello.
tul verde y azul
Tela plástica y detalles en fieltro
Para crear la forma, necesita tau-tau y estructura interna.
Combinación translúcida + opaca.
Ondulación + piso en el extremo
posibilidad de texturas a base de pedazos semi-transparentes en varias tonalidades
Diferentes formas de representar el mar dentro de la ilustración.
texturas anteriores tb en colores cálidos, que contrastan con las tonalidades frías del agua y que representan otros elementos presentes en el mar.
Pruebas de incorporación de detalles con diferentes tipos de acrílicas.
+ Forro sintético semi-transparente como posibilidad
+ Foam (permite creación de volúmenes sencillos)
Maneira de las formas: remolino.


Rizos y ondulaciones irregulares. Algunos ejemplares translúcidos o transparentes.
Efecto ramaje descendente
tonalidades brillantes, impactantes
Esporas
Mezcla distintos colores y tipologías, hojas de algas.
hojas algas estética flor
tejido acrílico semitransparente de caída ligera
Estilo vaporoso
Posibilidad de incorporar las formas orgánicas de las algas en ciertos detalles del vestido
+ Algas secas
+ Dibujadas
+ Simuladas con tela / papel / cinta VHS
Manguito tul
Fieltro Blanco
botones
Fieltro Azul
botones
FALDA SUPERIOR OPACA
(Fruncidos nave)
Tul azul
Tul verde
Tules azul, verde y morado (fruncido mínimo)
PARTE INFERIOR TRANSLÚCIDA
Impresión 138%
Pruebas acrílicas sobre redes de tul
+ Destellos del sol sobre el agua.
+ Transparencia de las capas superiores y densidad visual / opacidad de las inferiores.
+ Textura conjunto escamoso: red sintética no perfecta / irregular. Aspecto orgánico.
+ Textura red pescador: Tul (red perfecta).
Estructura rígida inferior
textura red (grande)
tejido opaco y de cierta rigidez / facilidad para crear volumen
– Fieltro
Impresión 130%
Zonas de tonalidad similares al negro.
cinta VHS
diferentes grados de opacidad / transparencia
tejido acrílico semi-transparente en diferentes tonalidades verdes. Simulación de algas en cascada
Cintura y borde superior marrón oscuro para contrastar sin perder la esencia principal
Diversificación orgánica de las puntas.
Juego de distintos largos
VOLÚME
+ Fruncido de géneros ligeros con escasa caída:
+ tul
+ Red poliester
+ Foamy
+ Otros géneros:
– Goma Eva –
el globo como posible generador de volumen (ligereza)

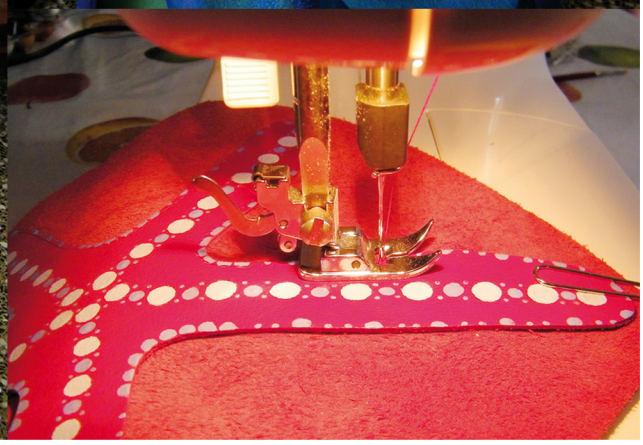

Posible incorporación de algún detalle de cuero pintado a mano.
El cuero como material natural, opaco y de textura similar al que podría presentar una estrella de mar.
Ajuste a la cintura (elástico)
Falda formada, rígida superior opaca.
Falda fruncida vaporosa y transparente inferior.
Detalle cintas anaranjadas emergiendo entre los tejidos.
Complemento fijo superior algas (tejido acrílico semi-transparente)
Estrella Mar acolchada (cuero pintado a mano con acrílicos)
Cinturón de fieltro + redecilla acrílica fresta (con destello)
Capa externa transparente (Redecilla acrílica fresta)
Capas inferiores opacas voluminizante (foam)
Parte superior ablusada transparente
Forro opaco interior
Cinturón con estrella de mar
Armazón interior rígido y plano (doble), para mantener la forma.
Ángulo aprox. 120°. Pliegues centrales en delantera y trasera.
Detalles, hilos y abalorios perla, ocre y naranjas.
blanco nacarado + capa naranja de organza. (en los pliegues se potencia el efecto reflejo del color.
Volumen extra + forma circular (estructura liviana) se puede conseguir mediante la incorporación de globos (concepto esporas)
pérdida de la forma original tras el secado. Pérdida de la flexibilidad, volviéndose una estructura quebradiza.
Pese a ser la opción más poética y aportar una adecuada cualidad de efimeridad, resulta la alternativa más inapropiada y presenta un alto grado de dificultad técnica trabajar con ella.


Posibles detalles decorativos (degradados, acabados brillantes, colores armónicos o con un alto nivel de contraste)
El cabello como soporte en el que pueden integrarse infinidad de elementos relacionados con el mar.
En cuanto al styling del cabello:
1. El pelo alisado, destilando humedad.
2. Las largas ondas, con mucho movimiento (olas)
3. Los rizos (Hirabizones (Camelias/Carnales))
Transparencia de las aletas. Delicadeza en movimiento y caída.
Llamativos contrastes de color. Se pretende impactar, de la misma forma que seducir.
Importancia del volumen y el movimiento de la prenda.
EJEMPLOS DE VESTUARIO INSPIRADO POR EL MAR.
Contraste de colores. Interés por aquellas tonalidades especiales que aportan algunas especies de peces tropicales.
Gasas, sedas, géneros translúcidos.
Analogías (en cuanto a la forma de las aletas)
Posibles detalles decorativos afines al concepto.
La perla y el nácar como elementos marinos de alta distinción.
Degradée en las tonalidades
Utilización de pliegues, fruncidos y drapeados varios.
Importancia del blanco de la espuma en las crestas de las olas.
Repetición de los fruncidos. Hilos y abalorios en tonos azules metalizados.
PERSONAJES FEMENINOS QUE REPRESENTAN EL MAR / AGUA (MITOLÓGICOS)
El mar se considera y se relaciona con lo femenino. La forma de representar cualquiera de estos personajes se sustenta en la delicadeza, la sensualidad y/o la peligrosidad. Como en el caso del mar existe la atracción del mismo modo que la traición.
Ondinas
Nereidas
Náyades
Sirenas
Sedna
Selkie
Yawkyawk
Mami Wata y Jengu
...
Me parece muy interesante el concepto de que la propia representación femenina del mar salga de allí de forma efímera, trasladándose al centro de la ciudad y con motivo de recordar su propia existencia.
(INTERVENCIÓN PERFORMÁTICA)











Test previo del prototipo.



Intervención Jardín en la playa. 60



Intervención Jardín en la playa. 61


Playa
S CRECIDO
GUIMOS
U LADO
Bankia
Playa
Saler
Playa
Arenas
Playa
Arenas
Playa
Arenas
Playa
Arenas


Playa
Malvarrosa


Playa
Malvarrosa


Playa
Malvarrosa




Playa
Pinedo
Playa
Pinedo



2 días despues...


Playas
Playas
CARRER
DE
REUS
Playas
Playas


No he podido acercarte el mar pero sí este pedacito ...
Coge tu muestra aquí:





Intervención Soy el Mar - Making of






Vienes a visitarme?
Eloi P. Aguilar



