

**La influencia del color en áreas de intervención
Municipal y ciudadana; cerro Bellavista y subida
Carampangue**

Tesina de grado

Autor
Denisse Quinteros Zamorano

Profesor guía
Patricia Günther

Escuela de Diseño
Universidad de Valparaíso
Agosto 2009.

<u>INDICE DE CONTENIDOS</u>	<u>PÁGINAS</u>
ABSTRAC	4.-
INRTODUCCION	5.-
CAPITULO I	6.-
Planteamiento del problema	
1.- Objetivos Generales	
2.- Objetivos Particulares	
3.- Justificación	
4.- Hipótesis	
CAPITULO II : MARCO TEORICO	8.-
Generalidades del color	
1.- Teoría del color	
2. -El color	
3.- Clasificación de los colores: - calidos	
- fríos	
4.- Armonización de los colores	
5.- Contraste	
6.- La interacción del color	
7.- Cualidades tonales	
8.- Valor	
9.- Tinte – Matiz	
10.- Intensidad	
11.- Psicología del color	
12.- Significado de los colores	
13.- Color y Arquitectura: - Planteamiento del color en la arquitectura	
- policromía Arquitectónica, posturas teóricas de	
los siglos XIX y XX	

CAPITULO III: CONCEPTO DE CULTURA E IDENTIDAD	23.-
1.- Cultura	
2.- Identidad	
3.- Identidad cultural	
4.- Identidad esencial	
5.- Identidad turística	
6.- Personajes típicos de Valparaíso	
7.- Tradición heredad de generación en generación	
8.- Orígenes siglo VII, VIII	
9.- Personajes contemporáneos	
10.- Valparaíso Patrimonio de la Humanidad	
11.- Arquitectura de la ciudad	
CAPITULO IV: EL COLOR COMO RECTOR DE IDENTIDAD	34.-
1.- Pueblos Blancos de Cádiz	
2.- Heliopolis, Brasil	
3.- Bo-Kaap, El Cabo, Sudáfrica	
4.- Conclusiones preliminares	
CAPITULO V: METODOLOGIA	41.-
Descripción general de los lugares de estudio	
1.- Cerro Bellavista	
2.- Cerro Artillería; subida Carampangue	
Observación y análisis	
1.- Entidades que promueven el turismo en Valparaíso: - Ruta Bellavista - Fundación Valparaíso	
2.- Entorno del ascensor Espíritu Santo	
Sección Patrimonial de la Ilustre Municipalidad de Valparaíso	
3.- Propuesta de ordenanza para el color en la ciudad de Valparaíso	
4.- Recuperación de fachadas en la subida Carampangue	
5.- Conclusiones preliminares del color en las áreas de estudio: cerro Bellavista, subida Carampangue.	
6.- Encuestas	

CAPITULO VI: Sugerencias	57.-
CAPITULO VII: Conclusiones finales	58.-
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	60.-
ANEXOS	61.-

Abstrac:

En el estudio realizado en los cerros Bellavista y subida Carampangue con objetivo de determinar si en Valparaíso existe una carta cromática que lo identifique y de conocer cual es el grado de involucramiento del ciudadano común con estos colores y su incidencia en ellos, se incluye un extenso análisis sobre el color, cualidades, significado, clasificación y generalidades, además de su incidencia en el aspecto fisiológico y psicológico en las personas. La importancia del color en la arquitectura y de cómo este se ha vuelto un componente calificativo y significativo del ambiente urbano, ya no es un anexo o un valor agregado es parte intrínseca de lo que los ciudadanos perciben como la ciudad.

También como referencia se agrego a este estudio artículos de otros casos de color en ciudades del mundo y de cómo estos han incorporado el tema del color a sus localidades no siendo este solo una cuestión de estética sino de calidad de vida además de referentes primitivos.

En este estudio se incluye un análisis de los sectores y de las entidades dedicadas a promover el turismo en ellos (cerro Bellavista y subida Carampangue) las cuales tienen mucho que ver con la imagen de la ciudad y de cómo ésta es percibida por los turistas y por sus propios habitantes.

La cultura es parte importante en el entorno ciudadano por lo que se incluye una reseña de los habitantes del puerto así como de sus personajes representativos.

De esta manera el estudio se realiza en estos dos sectores, donde se aplica una metodología de investigación, determinando y arrojando una serie de resultados los cuales son evaluados para posteriores conclusiones que nos determinaran si los objetivos son alcanzados y establecidos. Los instrumentos utilizados para estos fines son:

-Entrevista participativa

-Encuestas realizadas a las personas que habitan en los lugares de estudio

De este modo pudo evaluarse según la pauta realizada entregando resultados, conclusiones y sugerencias en virtud del mejoramiento del plan de heroseamiento de la ciudad y de la pronta comunicación de estos proyectos con los habitantes.

Introducción

A lo largo de la historia, el color ha sido muy importante en la vida de la humanidad. A través de él, se reflejaron emociones y estados de ánimo, se establecieron niveles sociales, económicos y de poder, se simbolizaron creencias y se satisficieron necesidades estéticas.

El color posee la cualidad de individualizar ser un marco de referencia dentro de la ciudad. El color esta en todo lo que nos rodea es parte del vestir del la alimentación de lo que vemos en las calles de cómo pintamos nuestras casas. Este influye en nuestros cuerpos de manera física y psicológica aportando energía, calma, salud.

Así lo hemos escogido para individualizarnos en nuestras casas en los hospitales, los templos, los restoranes y centros comerciales.

Teniendo como base los antecedentes entregados anteriormente el color afecta nuestras vidas en muchos aspectos uno de ellos es en la ciudad. El color ya no se considera como un simple valor estético o decorativo, sino como un medio para obtener los mejores resultados funcionales y de ambiente en un bien acordado ajuste con la luz, con los materiales y con las líneas. Estos colores deben estar en armonía con el ambiente con la cultura y los factores de espacio y distancia. Es un hecho que el tema del color da un carácter de identidad local, su imagen y representación en el espacio urbano juega un papel determinante en la forma como los porteños ven su ciudad. En los sectores de estudio el color es aplicado de distintas formas pero suple una sola necesidad, el de dar carácter e individualización al entorno cercano.

Esta es la razón principal de mi estudio en estos lugares. El color como rector de identidad de la ciudad, teniendo en cuenta que una ciudad patrimonial y de turismo lo cual nos hace estar en el ojo de los visitantes.

Por estas razones se debe tomar en cuenta el tema de los colores en Valparaíso. Además de estar al tanto de que se esta haciendo con respecto a esto en las entidades particulares y en el propio municipio de la ciudad.

CAPITULO I

Planteamiento del problema

1.- Objetivos generales:

- 1- Develar si Valparaíso tiene una carta cromática que lo identifique.
- 2- Conocer el rol que cumple el color en la ciudad de Valparaíso

2.- Objetivos particulares:

- 1- Determinar el grado de involucramiento del ciudadano común con el aspecto con que se le prodiga lo urbano.
- 2- Determinar si es importante o no que el ciudadano defina los colores de su hábitat.
- 3- Determinar la incidencia que el colorido urbano tiene en los habitantes y de que modo lo afecta.
- 4- Determinar si la aplicación del color en las fachadas de las casas se realiza bajo un estudio o metodología de la municipalidad de Valparaíso.

3.- Justificación

La conciencia colectiva siempre va a asociar a Valparaíso como “un arco iris de múltiples colores”.

La propagación cromática de Valparaíso sobresale respecto a la de cualquier otra ciudad en nuestro país. Este a su vez muda su piel, cambia constantemente: cuando se descascara la pintura de las fachadas estas se vuelven a pintar con colores distintos a los anteriores y así una y otra vez.

Desde que Valparaíso se convirtió en patrimonio de la humanidad se ha desarrollado una incansable búsqueda de identidad y carácter propio del porteño. Principalmente por su carácter turístico. El 7 de enero del 2006 se llevo a cabo la ceremonia de firmas del programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso, esta contempla la revitalización de la ciudad, poniendo en valor el patrimonio urbano a través de intervenciones en la ciudad (recuperación de fachada, mejoramiento de alumbrado, ordenamiento de calles, etc.) Con el fin de dar auge a la ciudad.

Valparaíso esta lleno de color por todas partes, en el plan y en el cerro observamos notables contrastes del color, unos junto a otros lo cual provoca como sensación un gran impacto primario.

La importancia de esto radica en que se manifiesta en procesos físicos singulares y Heterogéneos como el diseño cromático de exteriores urbanos, que es el diseño cromático de la ciudad.

Creo que es importante ubicar el tratamiento del color en la ciudad como un aspecto a tener en cuenta al momento de realizar cualquier emprendimiento que intente conciliar la idea desarrollo socio económico de la ciudad: como dijo Todd Temkin director de la fundación Valparaíso “el tema del color a mi me gusta... a la gente a nivel popular también y a los turistas y extranjeros les encanta”.

El color urbano, ha acompañado y acompaña el desarrollo de la ciudad, así como a la expresión de su imagen que define en el tiempo su identidad. Y ésta, la imagen, debiera estar comprometida con la calidad de vida de sus habitantes.

5.- Hipótesis:

El color tiene un rol predominante como herramienta de revitalización del espacio urbano integrando sectores dentro de los diferentes entornos y siendo un disparador de la inserción de nuevas actividades que a su vez determinan nuevas conductas y comportamientos.

Dentro de esto los habitantes de la ciudad de Valparaíso no se identifican con los colores del paisaje urbano que es su hábitat, aun cuando participen en las desiciones de elección de color de sus casas.

CAPITULO II

Marco teórico

Generalidades del color:

Primeramente al realizar un análisis en profundidad de cualquier materia, se debe comenzar el estudio de los fundamentos o bases primordiales del problema que se pretende abordar.

En este caso es la incidencia del color en la ciudad de Valparaíso, descubriendo si este posee una carta cromática que lo identifique.

1.- Teoría del color:

El color no es una característica de una imagen u objeto, sino que es más bien una apreciación subjetiva nuestra. Se puede definir como, una sensación que se produce en respuesta a la estimulación del ojo y de sus mecanismos nerviosos, por la energía luminosa de ciertas longitudes de ondas.

2.- El color:

Es la impresión producida al incidir en la retina los rayos luminosos difundidos o reflejados por los cuerpos. Algunos colores toman nombre de los objetos o sustancias que los representan naturalmente. Orientado al espectro solar o espectral puro, cada uno de los siete colores en que se descompone la luz blanca del sol: rojo, naranja, amarillo, verde, azul turquesa y violeta. Del color se desprende una división que serian los primarios, tomándolos como base colores naturales, amarillo, rojo y azul y los secundarios que serian los que surgen como mezcla de estos que son el naranja, el verde y el violeta.

Los primarios o puros son cada uno de los de una terna de colores fundamentales.

Colores Fundamentales: Se los llama así a los de la terna de colores que, convenientemente mezclados, permiten formar cualquier color.

La elección de los mismos es arbitraria. Generalmente se acostumbra utilizar como fundamental el rojo, el verde y el azul o el violeta.

El color es luz, Newton fue quien primeramente concibió la teoría ondulatoria o propagación de rayos lumínicos, que mas tarde fue ampliada por Laplace y otros físicos.

Los que se designa como luz blanca es la impresión creada por el conjunto de radiaciones que son visibles por nuestro ojo; la luz blanca cuando es descompuesta produce el

fenómeno de arco iris, estos son los que llamamos colores, el conjunto de estos, o franja continua de longitudes de onda creada por la luz al descomponerse, constituye el espectro¹.

3.- Clasificación de los colores

Los colores, como ya sabemos, están clasificados en grupos de cálidos (amarillos y rojos) y fríos (verdes y azules). El fundamento de esta división radica simplemente en la sensación y experiencia humana más que en una razón de tipo científica.

Colores calidos:

Los colores cálidos en matices claros: cremas y rosados, sugieren delicadeza, feminidad, amabilidad, hospitalidad y regocijo y en los matices oscuros con predominio de rojo, vitalidad, poder, riqueza y estabilidad. Por asociación la luz solar y el fuego al rojo-anaranjado, al amarillo, etc.

La distinción entre colores cálidos y colores fríos es bastante corriente. Los términos "cálidos" y "fríos" apenas se refieren a los tintes puros, parecería que el rojo es un color cálido y el azul es frío. Los dos términos parecen adquirir su significado cuando se refieren a la desviación de un color dado en la dirección de otro color.

Colores fríos:

Se los considera por asociación con el agua al azul, violeta y verdoso.

Los colores fríos en matices claros expresan delicadeza, frescura, expansión, descanso, soledad, esperanza y paz y en los matices oscuros con predominio de azul, melancolía, reserva, misterio, depresión y pesadez.

El clima influye mucho en el gusto por los colores. Las personas que viven en países cálidos y de mucho sol prefieren, los colores cálidos, mientras que aquellas otras que viven en latitudes frías y de poco sol muestran su gusto por los colores fríos.

¹ Plazota, arquitectura habitacional, Editorial Limusa.

4.- Armonización de los colores:

Existen dos formas compositivas del color:

La Armonía

El Contraste

“Armonizar: Significa coordinar los diferentes valores que el color adquiere en una composición.”²

La teoría tradicional de la armonía del color se refiere solo a la obtención de conexiones y al hecho de evitar separaciones y por lo tanto en el mejor de los casos, resulta incompleta.

En todas las armonías cromáticas se pueden observar tres colores:

- Uno dominante: que es el más neutro y de mayor extensión, sirve para destacar los otros colores que conforman nuestra composición gráfica, especialmente al opuesto.
- El tónico: es el complementario del color de dominio, es el más potente en color y valor, y el que se utiliza como nota de animación o audacia en cualquier elemento
- El de mediación: que actúa como conciliador y modo de transición entre cada uno de los dos anteriores, suele tener una situación en el círculo cromático cercano a la de color tónico.

5.- Contraste:

El Contraste se produce cuando en una composición los colores no tienen nada en común no guardan ninguna similitud.

Existen diferentes tipos de contraste:

De tono: Cuando utilizamos diversos tonos cromáticos, es el mismo color de base pero en distinto nivel de luminosidad y saturación.

Contraste de claro/oscuro o contraste de grises: El punto extremo está representado por blanco y negro, observándose la proporción de cada uno

Contraste de color: Se produce por la modulación de saturación de un tono puro con blanco, con negro, con gris, o con un color complementario).

² Análisis sobre teoría del color www.newsartesvisuales.com

Contraste de cantidad: Es igual los colores que utilicemos, consiste en poner mucha cantidad de un color y otra más pequeña de otro.

Contraste simultáneo: Dos elementos con el mismo color producen el mismo contraste dependiendo del color que exista en su fondo.

Contraste entre complementarios: Se colocan un color primario y otro secundario opuesto en el triangulo de color. Para conseguir algo más armónico, se aconseja que uno de ellos sea un color puro y el otro esté modulado con blanco o con negro.

Contraste entre tonos cálidos y fríos: Es la unión de un color frío y otro cálido.

6.- La interacción del color:

Cada color ejerce sobre la persona que lo observa una triple acción.

- Impresiona al que lo percibe, por cuanto que el color se ve y llama su atención.
- Tiene capacidad de expresión, ya que cada color, expresa un significado y provoca una reacción y una emoción.
- Construye, porque todo color posee un significado propio, y adquiere el valor de un símbolo, capaz de comunicar una idea.

El campo de los colores es tridimensional.

Cada color puede variar en tres dimensiones:

- La diagonal: que señala la profundidad de campo, indica el tono del color.

Por ejemplo: el rojo mezclándolo con amarillo, varía al tono naranja.

- La horizontal: que es la saturación o concentración, el rojo pierde poco apoco su saturación por la mezcla de blanco y se va haciendo mas clara hasta llegar a la falta de color, el blanco.

- La vertical: muestra el oscurecimiento del rojo. Por medio de la mezcla del negro el color se hace cada vez más oscuro hasta que al final ya no se distingue del negro.

Cuando están los tres colores, uno solo debe ser llevado al máximo de intensidad, el segundo debe disminuirse, y el tercero apenas sugerirse.

No hay color sin gris, el gris es en cierto modo el soporte, la justificación de toda armonía cromática.

7.- Cualidades Tonales:

La cualidad tonal de los colores - su grado de claridad - sirve para que la forma armonice con cuanto lo rodea. El color tonal aísla o funde, destaca e iguala a un edificio dentro de un grupo y crea en el una individualidad o un determinado efecto de animación cuando su localización ambiental tiene una tónica apagada o deprimente.

Al color lo percibimos como un tono. Ese tono tiene tres dimensiones que se las denomina cualidades tonales:

- Valor o claridad.
- Tinte, matiz.
- Intensidad.

Valor:

Es la intensidad luminosa del color. Es la cantidad de luz que puede reflejar una superficie.

Una escala de valores tonales tiene como extremos el blanco y el negro.

El pigmento blanco representa el extremo de la escala de valores; el negro, el otro.

Mezclándolos en proporciones diversas, obtenemos una amplia escala de grises intermedios distintos. Todos esos tonos son acromáticos. Pero también el valor es una dimensión de tonos acromáticos.

Todo pigmento posee un coeficiente de reflexión, es decir, valor, que varía desde muy claro hasta muy oscuro.

Tinte-matiz:

Son las características cromáticas del color. Es la sumatoria de longitudes de onda que puede reflejar una superficie. El principio sobre el que descansa el matiz, se denomina mezcla sustractiva. Solo en el espectro o bajo condiciones especiales encontramos colores monocromáticos. Es decir que el color que vemos en los pigmentos es en realidad una sensación compuesta.

Al mezclar dos pigmentos con semicromos diferentes, el poder de reflexión de la mezcla es mayor para las longitudes de onda que son comunes a ambos. Algunas de las otras longitudes de onda se anulan recíprocamente.

El resultado es un nuevo semicromo que percibimos como un nuevo matiz.

Intensidad (saturación):

Es la intensidad cromática del color. Es el grado de pureza de tinte que puede reflejar una superficie. Un color saturado es aquel que se manifiesta con todo su potencial cromático, inalterado, completo.

La presencia o ausencia de color, no afecta al tono, que es constante.

La intensidad puede controlarse de cuatro maneras. Tres de ellas consisten en la adición de un neutro, blanco, negro o gris. La cuarta consiste en agregar el pigmento complementario.

8.- Psicología del color:

La expresión de los colores desde el punto de vista psicológico.

Parece haber general acuerdo sobre el hecho de que cada uno de los colores posee una expresión específica. La investigación experimental sobre el tema no abunda. Las descripciones de Goethe de los colores constituyen todavía la mejor fuente.

“No solo la apariencia de un color depende grandemente de su contexto en el espacio y en el tiempo, sería también necesario saber a que tinte preciso se hace referencia, a que valor de claridad, y a que grado de saturación”³.

En la psicología de los colores están basadas ciertas relaciones de estos con formas geométricas y símbolos, y también la representación Heráldica (El heráldico designa el atributo cromático de un campo o de un fondo. Se trata de colores simbólicos).

Los colores cálidos se consideran como estimulantes, alegres y hasta excitantes y los fríos como tranquilos, sedantes y en algunos casos deprimentes.

Aunque estas determinaciones son puramente subjetivas y debidas a la interpretación

³ Atrapando la Luz; Arthur Zajonc, edición 2, 1996

personal, todas las investigaciones han demostrado que son corrientes en la mayoría de los individuos, y están determinadas por reacciones inconscientes de estos, y también por diversas asociaciones que tienen relación con la naturaleza.

Como ya hemos descrito en Los Colores, el color es una parte del espectro lumínico, y, al fin, es energía vibratoria.

Y esta energía afecta de diferente forma al ser humano, dependiendo de su longitud de onda (del color en concreto) produciendo diferentes sensaciones de las que normalmente no somos conscientes.

Pero la gente que trabaja en agencias de marketing y publicidad, los asesores de imagen de empresa, los diseñadores industriales y de moda, etc., son bien conscientes de ello, y utilizan los colores para asociarlos coherentemente al tipo de producto que quieren hacer llegar.

Y la cosa, como no podría ser de otra forma, funciona. Desde hace años se han hecho todo tipo de pruebas para analizar las sensaciones que sugieren los colores y hay bastante bibliografía al respecto.

A continuación mostrare las propiedades de los colores básicos generalmente aceptadas. Puede haber discrepancias según autores, pero en lo fundamental, prácticamente todos están de acuerdo.

9.- El significado de los colores:

Blanco:

El blanco se asocia a la luz, la bondad, la inocencia, la pureza y la virginidad. Se le considera el color de la perfección.

El blanco significa seguridad, pureza y limpieza. A diferencia del negro, el blanco por lo general tiene una connotación positiva. Puede representar un inicio afortunado.

En heráldica, el blanco representa fe y pureza.

En publicidad, al blanco se le asocia con la frescura y la limpieza porque es el color de nieve. En la promoción de productos de alta tecnología, el blanco puede utilizarse para comunicar simplicidad.

Es un color apropiado para organizaciones caritativas. Por asociación indirecta, a los ángeles se les suele representar como imágenes vestidas con ropas blancas.

El blanco se le asocia con hospitales, médicos y esterilidad. Puede usarse por tanto para sugerir para anunciar productos médicos o que estén directamente relacionados con la salud.

Es un color apropiado para organizaciones caritativas. Por asociación indirecta, a los ángeles se les suele representar como imágenes vestidas con ropas blancas.

A menudo se asocia a con la pérdida de peso, productos bajos en calorías y los productos lácteos.

Amarillo: El amarillo simboliza la luz del sol. Representa la alegría, la felicidad, la inteligencia y la energía. El amarillo sugiere el efecto de entrar en calor, provoca alegría, estimula la actividad mental y genera energía muscular. Con frecuencia se le asocia a la comida. El amarillo puro y brillante es un reclamo de atención, por lo que es frecuente que los taxis sean de este color en algunas ciudades. En exceso, puede tener un efecto perturbador, inquietante. Es conocido que los bebés lloran más en habitaciones amarillas.

En exceso, puede tener un efecto perturbador, inquietante. Es conocido que los bebés lloran más en habitaciones amarillas.

Cuando se sitúan varios colores en contraposición al negro, el amarillo es en el que primero se fija la atención. Por eso, la combinación amarillo y negro es usada para resaltar avisos o reclamos de atención. En heráldica el amarillo representa honor y lealtad.

En los últimos tiempos al amarillo también se le asocia con la cobardía.

Es recomendable utilizar amarillo para provocar sensaciones agradables, alegres. Es muy adecuado para promocionar productos para los niños y para el ocio. Los hombres normalmente encuentran el amarillo como muy desenfadado, por lo que no es muy recomendable para promocionar productos caros, prestigiosos o específicos para hombres. Ningún hombre de negocios compraría un reloj caro con correa amarilla.

El amarillo es un color espontáneo, variable, por lo que no es adecuado para sugerir seguridad o estabilidad. El amarillo claro tiende a diluirse en el blanco, por lo que suele ser conveniente utilizar algún borde o motivo oscuro para resaltarlo. Sin embargo, no es recomendable utilizar una sombra porque lo hacen poco atrayente, pierden la alegría y lo convierten en sórdido. El amarillo pálido es lúgubre y representa precaución, deterioro, enfermedad y envidia o celos. El amarillo claro representa inteligencia, originalidad y alegría.

Naranja: El naranja combina la energía del rojo con la felicidad del amarillo. Se le asocia a la alegría, el sol brillante y el trópico.

Representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo. Es un color muy caliente, por lo que produce sensación de calor. Sin embargo, el naranja no es un color agresivo como el rojo. La visión del color naranja produce la sensación de mayor aporte de oxígeno al cerebro, produciendo un efecto vigorizante y de estimulación de la actividad mental. Es un color que encaja muy bien con la gente joven, por lo que es muy recomendable para comunicar con ellos. Color cítrico, se asocia a la alimentación sana y al estímulo del apetito. Es muy adecuado para promocionar productos alimenticios y juguetes. Es el color de la caída de la hoja y de la cosecha.

En heráldica el naranja representa la fortaleza y la resistencia.

El naranja combina la energía del rojo con la felicidad del amarillo. Se le asocia a la alegría, el sol brillante y el trópico. El naranja oscuro puede sugerir engaño y desconfianza. El naranja rojizo evoca deseo, pasión sexual, placer, dominio, deseo de acción y agresividad

Rojo: El rojo es el del fuego y el de la sangre, por lo que se le asocia al peligro, la guerra, la energía, la fortaleza, la determinación, así como a la pasión, al deseo y al amor.

Es un color muy intenso a nivel emocional. Mejora el metabolismo humano, aumenta el ritmo respiratorio y eleva la presión sanguínea. Tiene una visibilidad muy alta, por lo que se suele utilizar en avisos importantes, prohibiciones y llamadas de precaución. Trae el texto o las imágenes con este color a primer plano resaltándolas sobre el resto de colores. En publicidad se utiliza el rojo para provocar sentimientos eróticos. Símbolos como labios o uñas rojos, zapatos, vestidos, etc., son arquetipos en la comunicación visual sugerente.

El rojo es el color para indicar peligro por antonomasia. Como está muy relacionado con la energía, es muy adecuado para anunciar coches motos, bebidas energéticas, juegos, deportes y actividades de riesgo. En heráldica el rojo simboliza valor y coraje. Es un color muy utilizado en las banderas de muchos países. El naranja combina la energía del rojo con la felicidad del amarillo. Se le asocia a la alegría, el sol brillante y el trópico.

El rojo claro simboliza alegría, sensualidad, pasión, amor y sensibilidad.

El rosa evoca romance, amor y amistad. Representa cualidades femeninas y pasividad.

El rojo oscuro evoca energía, vigor, furia, fuerza de voluntad, cólera, ira, malicia, valor, capacidad de liderazgo. En otro sentido, también representa añoranza.

El marrón evoca estabilidad y representa cualidades masculinas.

El marrón rojizo se asocia a la caída de la hoja y a la cosecha.

Púrpura: El púrpura aporta la estabilidad del azul y la energía del rojo.

Se asocia a la realeza y simboliza poder, nobleza, lujo y ambición. Sugiere riqueza y extravagancia. El color púrpura también está asociado con la sabiduría, la creatividad, la independencia, la dignidad. Hay encuestas que indican que es el color preferido del 75% de los niños antes de la adolescencia. El púrpura representa la magia y el misterio.

Debido a que es un color muy poco frecuente en la naturaleza, hay quien opina que es un color artificial. El púrpura brillante es un color ideal para diseños dirigidos a la mujer. También es muy adecuado para promocionar artículos dirigidos a los niños.

El púrpura claro produce sentimientos nostálgicos y románticos. El púrpura oscuro evoca melancolía y tristeza. Puede producir sensación de frustración.

Azul: El azul es el color del cielo y del mar, por lo que se suele asociar con la estabilidad y la profundidad. Representa la lealtad, la confianza, la sabiduría, la inteligencia, la fe, la verdad y el cielo eterno. Se le considera un color beneficioso tanto para el cuerpo como para la mente. Retarda el metabolismo y produce un efecto relajante. Es un color fuertemente ligado a la tranquilidad y la calma. En heráldica el azul simboliza la sinceridad y la piedad. Es muy adecuado para presentar productos relacionados con la limpieza (personal, hogar o industrial), y todo aquello relacionado directamente con:

- El cielo (líneas aéreas, aeropuertos)
- El aire (acondicionadores paracaidismo)
- El mar (cruceros, vacaciones y deportes marítimos)
- El agua (agua mineral, parques acuáticos, balnearios)

Es adecuado para promocionar productos de alta tecnología o de alta precisión. Al contrario de los colores emocionalmente calientes como rojo, naranja y amarillo, el azul es un color frío ligado a la inteligencia y la consciencia. El azul es un color típicamente masculino,

muy bien aceptado por los hombres, por lo que en general será un buen color para asociar a productos para estos. Sin embargo se debe evitar para productos alimenticios y relacionados con la cocina en general, porque es un supresor del apetito. Cuando se usa junto a colores cálidos (amarillo, naranja), la mezcla suele ser llamativa. Puede ser recomendable para producir impacto, alteración.

El azul claro se asocia a la salud, la curación, el entendimiento, la suavidad y la tranquilidad. El azul oscuro representa el conocimiento, la integridad, la seriedad y el poder.

Verde: El verde es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura. Tiene una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad. Por eso en contraposición al rojo (connotación de peligro), se utiliza en el sentido de "vía libre" en señalización. El verde oscuro tiene también una correspondencia social con el dinero. El color verde tiene un gran poder de curación. Es el color más relajante para el ojo humano y puede ayudar a mejorar la vista. El verde sugiere estabilidad y resistencia. En ocasiones se asocia también a la falta de experiencia: "está muy verde" para describir a un novato, se utiliza en varios idiomas, no sólo en español. En heráldica el verde representa el crecimiento y la esperanza. Es recomendable utilizar el verde asociado a productos médicos o medicinas. Por su asociación a la naturaleza es ideal para promocionar productos de jardinería, turismo rural, actividades al aire libre o productos ecológicos. El verde apagado y oscuro, por su asociación al dinero, es ideal para promocionar productos financieros, banca y economía. El verde "Agua" se asocia con la protección y la curación emocional. El verde amarillento se asocia con la enfermedad, la discordia, la cobardía y la envidia. El verde oscuro se relaciona con la ambición, la codicia, la avaricia y la envidia. El verde oliva es el color de la paz. "En china el verde se asocia a la muerte mientras que en occidente se asocia al color negro"⁴.

⁴ Suzzy Chizzari, color, editorial, Blume

Negro: El negro representa el poder, la elegancia, la formalidad, la muerte y el misterio. Es el color más enigmático y se asocia al miedo y a lo desconocido. El negro representa también autoridad, fortaleza intransigencia. También se asocia al prestigio y la seriedad. En heráldica el negro representa el dolor y la pena. Es conocido el efecto de hacer más delgado a las personas cuando visten ropa negra. Por la misma razón puede ayudar a disminuir el efecto de abigarramiento de áreas de contenido, utilizado debidamente como fondo. Es típico su uso en museos, galerías o colecciones de fotos on-line, debido a que hace resaltar mucho el resto de colores. Contrasta muy bien con colores brillantes. Combinado con colores vivos y poderosos como el naranja o el rojo, produce un efecto agresivo y vigoroso.

10.- Color y Arquitectura:

En los exteriores y fachadas será siempre inconveniente la utilización de colores puros en su más elevada intensidad, estos cuando son muy saturados, tienen un carácter de ingenuidad primitiva y son ofensivos para la sensibilidad.

Los colores deben estar en relación con el ambiente, con la forma, con la región o localización del edificio y también con las cualidades estructurales y la sensación de peso, espacio, y distancia; el color rompe toda impresión de monotonía.

Los colores vivos, solo deben ser utilizados en superficies de pequeñas dimensiones y habrán de ser armonizados con los otros colores y tonos del conjunto.

El uso del color en la arquitectura de exterior no puede ser orientado por el deseo de crear una reacción psicológica impresionante.

El color debe ser ajustado a las cualidades de la forma, a la que de él se quiera obtener, a las cualidades de uso o destino de la edificación y a la atmósfera climática local.

En relación a esto más adelante se expondrá la ordenanza municipal que regula el color exterior o de fachadas en la ciudad de Valparaíso.

Ante la necesidad de pintar un lugar se debe tomar en cuenta porcentajes y medidas estándares y comprobadas. Por este motivo debe existir un planeamiento del color antes de realizar cualquier trabajo arquitectónico.

Planeamiento del color en la arquitectura.

- El color como elemento indispensable en la arquitectura y la ingeniería.
- El color perfectamente bien escogido, clasificado, definido y aplicado según el ambiente circundante y el género de edificios que se trate, o sea el color armónico en su máxima expresión.

Las bases anteriores deben considerarse atendiendo a:

- a) el color en la planeación del género del edificio, dependiendo de:
 - destino del edificio.
 - Psicología del edificio.
 - Ubicación del edificio.
- b) el color en el anteproyecto y proyecto, fachadas, cortes, interiores, perspectivas y maquetas se desarrolla considerando:
 - Planteamiento del color teniendo en cuenta la función de los espacios.
 - Formas estructurales propias de construcción.
 - Volúmenes arquitectónicos.
 - Iluminación ambiental natural y artificial.

En lo referido al mobiliario y a los elementos de equipamiento al menos que ocupen grandes superficies, pueden seguir la tonalidad general. Los marcos de las ventanas y puertas si se los pinta con tonalidades más claras que la de las paredes disminuye el contraste que se establece con la luz que entra desde el exterior.

Cabe destacar que el concepto del color ya no se considera como un simple valor estético y decorativo, sino como un medio par obtener los mejores resultados funcionales y de ambiente.

Policromía arquitectónica: posturas teóricas de los siglos XIX y XX

El lenguaje arquitectónico tiene en el color a uno de sus principales componentes. No sólo como aporte estético que despierta nuestras fibras emocionales más íntimas sino también cumpliendo otros importantes roles, tales como la transformación de espacios de difícil legibilidad en lugares armónicos y la identificación de áreas determinadas.

El presente escrito intenta mostrar la evolución del marco teórico al respecto, en el transcurso de los siglos XIX y XX, considerando que históricamente recién se comenzó a tomar verdaderamente en cuenta el concepto de policromía arquitectónica en el pasado siglo. La obsesión por la historiografía propició la proliferación de estudios y viajes a Grecia, Italia y España, redescubriéndose el uso del color aplicado en templos clásicos, los revestimientos de mármol del gótico veneciano y la policromía de la Alambra de Granada. El siglo XX tiene en Gaudí al arquitecto precursor del resurgimiento del color, natural para un sitio como Barcelona, comenzando de esta manera una enorme y variada etapa productiva en este campo.

En la posguerra, se libra una ferviente batalla a favor del uso del color "como medio de liberación de la arquitectura de la camisa de fuerza del gris sucio" -expresión de Bruno Taut. También los movimientos pictóricos de vanguardia de este período influyen en gran medida en la arquitectura, destacándose el uso de los colores primario, gris y negro del neoplasticismo. En contraposición, el esprit nouveau de Le Corbusier revaloriza el blanco de cal en una especie de couleur type. La Bauhaus, en cambio, mantiene los grises dominantes de las nuevas tecnologías. De esta manera, el mito de lo nuevo, el arte como cambio y novedad, se constituye el punto de partida para un inmenso panorama de continuaciones, revisiones, evoluciones y críticas que se sucederían hasta los setenta. El movimiento moderno sigue su curso en el período 1930-1950, pero con apariciones esporádicas de nuevas propuestas. El brutalismo es una de ellas, constituyendo la expresión viva de los materiales e instalaciones sin ocultamientos, destacándose por el uso inteligente del color la Unidad de Habitación de Marsella de Le Corbusier. Entrando ya en los sesenta, la arquitectura moderna sufre serias críticas en cuanto a la pérdida de su capacidad connotativa, considerándose demasiado anónima, repetitiva, abstracta y técnica. Para superar esta situación, deberá recurrir a la historia, al símbolo y la metáfora. De esta manera la arquitectura de los setenta y los ochenta, denominada posmoderna, tuvo como

protagonista a la fachada, en una suerte de edificio-anuncio transmisor de mensajes. Los colores primarios son sustituidos por las cuatricromías de los comics, entre otros de los recursos expresivos del Pop Art. empleados. Así arribamos a los noventa, década que se caracteriza por la multiplicidad de experiencias, de convivencia de posturas estéticas disímiles que abarcan un amplio espectro, desde la revalorización del purismo moderno pero con connotaciones regionalistas hasta las distorsiones deconstructivistas, cada una con su coherente y particular uso del color.

CAPITULO III

Concepto de cultura e identidad

1.- Cultura

La palabra cultura tiene su origen en el siglo XVIII en Europa. En Francia y gran Bretaña, el origen esta precedido por la palabra civilización la que denominaba al orden político (cualidades de civismo, cortesía y sabiduría administrativa). Lo opuesto es considerado barbarie y salvajismo. Este concepto se va articulando con la idea de la superioridad de la civilización, por lo tanto de la historia de las naciones que se consideraban civilizadas. El concepto va evolucionando, se van introduciendo niveles y fases de civilización y el significado de la palabra se va asociando a progreso material.

Antropológicamente cultura se asociaba básicamente a las artes, la religión y las costumbres. Recién hacia mediados del siglo XX el concepto de cultura se amplía a una visión mas humanista, relacionada con el desarrollo intelectual o espiritual de un individuo: “la cultura incluye todas las actividades características y los intereses de un pueblo”.

En el siglo XIX numerosos intelectuales reconocen la pluralidad del concepto cultura, que equivale a reconocer la no existencia de una cultura universal y las diferencias de ver y vivir la vida por parte de los diferentes pueblos del mundo.

Así podemos entender el concepto de cultura, como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones.

“la cultura es algo vivo, compuesta tanto por elementos heredados del pasado como por influencias exteriores adoptadas y novedades inventadas localmente. La cultura tiene funciones sociales. Una de ellas es proporcionar una estimación de si mismo, condición indispensable para cualquier desarrollo, sea esta personal o colectivo.”⁵

⁵ Thierry Verhelst, las funciones sociales de la cultura. leaderMagazine nr.8.1994

2.- Identidad

La identidad es un conjunto articulado de rasgos específicos de un individuo o de un grupo. La identidad constituye también un sistema de símbolos y de valores que permite afrontar diferentes situaciones cotidianas. Opera como un filtro que ayuda a decodificarlas, a comprenderlas para que después funcione.

Esto explica que frente a tal situación, un individuo, con sus valores y su modo de pensar, de sentir y de actuar reaccionará probablemente de una manera definida. Para esto se cuenta con un repertorio de formas de pensar, de sentir y de actuar que, en un momento dado, se puede combinar. Este repertorio está en constante recreación.

Características de la identidad

La identidad es compuesta

Cada cultura y cada subcultura transportan valores e indicadores de acciones, de pensamientos y de sentimientos. A ejemplo de la cultura, la identidad está, a menudo, relacionada con grandes corrientes culturales y también limitada a ellas: la procedencia territorial, el color de la piel, la religión. La identidad es la síntesis que cada uno hace de los valores y de los indicadores de comportamientos transmitidos por los diferentes medios a los que pertenece. Integra esos valores y esas prescripciones según sus características individuales y su propia trayectoria de vida.

La identidad es dinámica

"Soy yo", responderá una persona a la que se pregunta lo que representa su identidad; llevándola más lejos en su razonamiento dirá: "es lo que en mí permanece igual". La permanencia aparece, efectivamente, como la característica más evidente de la identidad.

Este punto de vista no es totalmente erróneo pero los comportamientos, las ideas y los sentimientos cambian según las transformaciones del contexto familiar, institucional y social en el cual vivimos. La identidad es una estructura dinámica. Está en continua evolución. En definitiva, nuestra identidad es constante a la vez que cambiante, en el transcurso de nuestra vida.

La identidad es dialéctica

La construcción de la identidad no es un trabajo solitario e individual. Se modifica en el encuentro con el Otro, cuya mirada tiene un efecto sobre ella. La identidad se sitúa siempre en un juego de influencias con los otros: "estoy influido por la identidad del Otro y mi identidad influye en la suya". En un constante movimiento de ida y vuelta, los otros me definen y yo me defino con relación a ellos.

A nivel social, según Adam Kupper⁶, se puede clasificar el concepto de identidad en:

3.-Identidad cultural:

El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta continuamente de la influencia exterior.

4.- Identidad esencial:

Es la que se lleva consigo al momento de nacer y mucho antes, ya que trae consigo toda la carga del contexto en que nacimos.

5.- Identidad turística:

Es aquella identidad creada o manipulada a conveniencia para ofrecer símbolos turísticos de nuestra cultura. Denominada también como identidad comercial, ya que no es representativa de la verdadera identidad.

6.- Personajes típicos de Valparaíso:

Patrimonio Cultural Intangible, es un concepto en desarrollo que ha sido reconocido y ampliamente aceptado en los últimos 10 años. La UNESCO ha definido el patrimonio intangible como «las prácticas, representaciones y expresiones, los conocimientos y las técnicas que procuran a las comunidades, los grupos e individuos un sentimiento de

⁶ Adam Kupper, cultura, la versión de los antropólogos, cap. Cultura, diferencia, identidad. Barcelona, Paidós 2001, Pág. 271.

identidad y continuidad. Los instrumentos, objetos, «artefactos» y espacios culturales asociados a esas prácticas forman parte integrante de este patrimonio. El patrimonio cultural inmaterial se manifiesta en los siguientes campos: tradiciones y expresiones orales, artes del espectáculo, prácticas sociales, rituales y festividades, conocimientos y prácticas relacionados con la naturaleza y el universo, las técnicas propias de la artesanía tradicional.

7.- Tradición heredada de generación en generación:

El oficio es transmitido de padre a hijo, en familias enteras, generalmente se hereda solo entre personas del sexo masculino, los cuales comienzan desde muy temprana edad a adquirir los conocimientos que después lo convertirán en el sucesor del oficio paterno.

8.- Orígenes siglos XVII – XVIII:

Se remontan a la época de la colonia, donde estos personajes, provenientes de los estratos más humildes de la sociedad, realizaban estas actividades para subsistir.

Viven de su oficio:

No reciben salario fijo y es su única fuente de trabajo, porque la dedicación es de tiempo completo. Aunque actualmente todavía podemos encontrarlos en los cerros porteños, muchos de ellos se han extinguido y los que sobreviven les ha costado mucho perdurar en el tiempo debido a que las costumbres y necesidades de la sociedad cambian y se ven satisfechas por otros medios.

Sobrevivientes, modifican sus costumbres (adaptación):

Los personajes han tenido que incorporar o modificar sus productos, costumbres y vestimentas, de acuerdo con el tiempo que viven y las necesidades.

El Organillero: Personaje que se remonta al tiempo de la colonia. Oficio transmitido de generación en generación. Se le ve pasar con la pesada caja del organillo cargada en la espalda, atada de una ancha correa que le cruza el pecho. Al llegar a una esquina, donde supone que aparecerán muchos niños, descarga su instrumento y comienza a tocar sus típicas melodías. De inmediato, como por arte de magia, de todas partes surgen los chiquillos como respondiendo a un misterioso llamado. Antiguamente era un mono tití

quien acompañaba al organillero y pedía dinero a quienes se le acercaban. Hoy el monito es reemplazado por el loro. En la región de Valparaíso sobreviven alrededor de 5 organilleros, y en la ciudad solo queda un representante que recorre los cerros acompañado de su loro, quien es la atracción de los niños. Sonido: el que emite el instrumento del organillo, con sus nostálgicas canciones. El grito del loro.

Antes



Ahora



El Motero o Motemey: Personaje característico y muy popular como comerciante callejero. Cuando su nostálgico grito se oía en las noches, quedaba retumbando como un eco. Comúnmente era un individuo que vivía en las afueras de la ciudad y hacía su entrada, especialmente en las noches de otoño e invierno, con un canasto colgando del brazo, cuyo contenido iba cubierto por albos paños que resguardaban el calor de los variados productos que vendía. Porque no sólo mote de maíz o «motemei» transportaba el motero. En el canasto había también castañas, camotes cocidos, piñones, etc. Este personaje, para iluminar su camino llevaba un farol de confección casera con una vela en su interior. En medio del silencio y entre el rumor de la lluvia, se abría paso el pregón: «¡Mote'e mei, pelao el meyo, calentitoooo!» grito con el que el motero anunciaba su producto. Sonido: el pregón que se escucha en las noches «¡Mote'e mei, pelao el meyo, calentitoooo!»

Antes



Ahora



El Heladero: El helado que ofrecía este personaje en esa época era nieve o hielo picado a los que se le agregaba azúcar y sorbetes de frutas o especias. Lo llevaba en un balde protegido para que no se derritiera y los iba sirviendo con una gran cuchara a los niños que le compraban.

Hoy el heladero ofrece helados de fabricación industrial, transportados en un cajón de madera que lleva en la espalda, anunciando su producto mediante el sonido de un cuerno,

generalmente se le ve cerca de las playas en época de verano y primavera. Sonido: el cuerno que hace sonar, quien lo escucha sabe que anda cerca el heladero.

Antes



Ahora



Vendedor de Leche de Burra: Llevaba la leche en dos tarros llenos, cargados en una mula o caballo. Pasaba por la calles ofreciéndola y de las casas salían las mujeres con los jarros para que se los llenara con leche recién ordeñada. Sonido: el grito leche de Burra!, con que se anuncia.

Antes



Ahora



Verdadero: Ofrecía verduras las que trasportaba en un gran canasto. Hombres humildes que se ganaban la vida de esta manera. Hoy los verduleros transportan sus productos en camiones y se establecen en las ferias, durante ciertos días a la semana. Sonido: los gritos que ofrecen todo tipo de frutas y verduras, los precios por kilo.

Antes



Ahora



Payador Urbano: El origen de este personaje es la zona campesina del país. Práctica muy difundida durante la segunda mitad del siglo pasado y comienzos del siglo XX. Se caracteriza por recitar versos improvisadamente, los que va creando con cierto humor y picardía.

El artista es artista mientras haga su arte, no importa como, no importa donde. Es por eso que el entusiasmo, la osadía y la picardía de este guaso ladino, se vale de cualquier

argumento para seguir manteniendo este arte que trasciende los tiempos. Como el mismo dice: “El buen cantor, canta con la escoba”. Sonido: los versos improvisados al viento.



Personajes Contemporáneos

Características Generales:

Nacen a partir de la etapa de consolidación de la ciudad, era industrial (fines del siglo XIX). Trabajadores dependientes de una empresa, no heredan el oficio, remuneración fija asignada, asociados a un producto industrial.

Vendedor de Diarios o Suplementero:

Su historia comienza con la guerra de 1879 que impuso un sistema de noticias, de informaciones periodísticas y dio origen al chilenismo suplemento, hoja volante editada por los diarios como necesidad de anticipar una novedad. El suplemento constituyó, en los días de la guerra, la información concisa, agitadora o tranquilizadora. El primer suplemento de guerra apareció con el Combate Naval de Iquique y correspondía al diario La Patria, de fecha 25 de mayo, cuatro días después del combate. Y este día, innegablemente, nace el gremio de suplementeros. Los suplementeros se caracterizan por sus gritos o pregón, que consiste en dilatar las vocales. El suplementero siempre anda de carrera y se detiene apenas para entregar el diario al cliente, recibir el pago y dar el vuelto. Sube a los vehículos de transporte colectivo en los paraderos y rara vez continúa hasta el otro paradero, sino que se baja sobre la marcha.



Vendedor de Gas: En agosto de 1853, GasValpo se estableció como una sociedad para la elaboración de gas (gas butano) e iluminación de la ciudad de Valparaíso. Tres años después se dio paso a la iluminación del puerto y de las calles de la ciudad, por medio de

mecheros que funcionaban con gas de carbón, convirtiéndose en la primera compañía en iniciar la distribución de gas por cañería en el país.

El vendedor de gas, anuncia su producto haciendo sonar los balones con una vara de metal.



Conductor de Trolebuses: El transporte urbano de Valparaíso tuvo en los tranvías (a caballo y eléctricos) la etapa más importante de crecimiento y consolidación. Mas adelante la presencia del automotor se hizo sentir porque el continuo avance de la zona urbanizada hizo necesaria la población de sectores geográficamente muy dificultosos de acceder (téngase en cuenta que la ciudad se halla establecida entre los cerros y el mar).

Fue en el año 1953 cuando comenzaron a formar parte del paisaje típico del puerto de Valparaíso, y hoy forman parte de la lista de monumentos nacionales de Chile.



Maquinista de Ascensor: De entre los muchos nombres que ha recibido la ciudad «la ciudad de los ascensores» es un nombre que evoca una experiencia fuera de época, un viaje de más de 100 años hacia el pasado de la ciudad.

Los ascensores de Valparaíso son antiquísimos, en su mayoría fueron traídos de Inglaterra y de Alemania y algunos de ellos aún conservan la maquinaria original con la que iniciaron sus servicios.



10.- Valparaíso patrimonio de la humanidad:

“Pero este puerto amarra como el hambre, no se puede vivir sin conocerlo, no se puede dejar sin que nos falte, la brea, el viento sur, los volantines, el pescador de jaibas que entristece nuestro paisaje de la costanera.”⁷ El 02 de julio de 2003, y con una votación unánime, el Comité Ejecutivo de la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Cultura y la Ciencia, UNESCO, resolvió declarar a Valparaíso como "Patrimonio Cultural de la Humanidad". La resolución de la UNESCO involucra al área Histórica de la ciudad, es decir, el entorno de la Iglesia La Matriz, Plazoleta Santo Domingo, Plaza Echaurren, Calle Serrano y entorno, Muelle Prat, Plazas Sotomayor y Justicia, Museo del Mar, Calle Prat, Plazoleta Turri y entorno, intermedio entre cerros Alegre y Concepción. La convención sobre el Patrimonio Mundial, Cultural y Natural (1972) alienta la cooperación internacional para salvaguardar un patrimonio cuya riqueza pertenece a toda la humanidad. Los países que a ella adhieren, se comprometen a preservar los sitios inscritos en la lista del patrimonio mundial, en particular, creando un marco legislativo y reglamentos apropiados. Así, la ciudad podrá acceder a créditos patrimoniales otorgados por el Banco Interamericano de Desarrollo, BID y tendrá derecho a postular a fondos de la UNESCO para proyectos específicos. Al obtener la declaratoria, el Estado de Chile se compromete ante la UNESCO a restaurar y conservar el casco antiguo de la ciudad. El "área Histórica de Valparaíso" representa, en su conjunto, los valores de la Ciudad-Puerto. Las construcciones allí emplazadas, se han adaptado a la peculiar topografía del lugar. Desde la costa, Valparaíso se nos presenta como un anfiteatro, que está interrumpido por la presencia de cerros, quebradas y pendientes irregulares que miran al mar.

La zona declarada, posee en términos generales los siguientes límites: por el Norte, fondos de sitios Norte de subida Santo Domingo, y calle Valdivia; por el Oriente, calles Blanco, Almirante Pérez y Cochrane, Muelle Prat y Calle Esmeralda; por el Sur, fondos de sitio Sur de Calle Beethoven, Almirante Montt y fondos de sitio Sur de Calles Urriola y Lautaro Rosas; y por el Poniente, fondos de sitio norte de Calle Miramar, fondos de sitio poniente

⁷Oswaldo "Gitano" Rodríguez, nacido en Playa Ancha, en 1943, fallecido en 1996 en Bardolino, Italia, fue declarado Hijo Ilustre de la Ciudad.

de la Subida El Peral y Plaza Justicia, Calle Castillo y fondos de sitio poniente de Calle Santiago Severin.

La protección y el enriquecimiento de los bienes que integran el patrimonio, constituyen una obligación de colaboración para su resguardo, que vincula a la comunidad aledaña a éste, poderes públicos e incluso al turista que visita la zona declarada Patrimonio de la Humanidad.

De esta forma se pondrán en ejercicio disposiciones que estimulen su conservación y, en consecuencia, se permita su disfrute.

El Patrimonio Histórico se acrecienta y se defiende mejor, cuanto más lo estiman las personas que conviven con él. Este patrimonio constituye una riqueza colectiva, que contiene las expresiones más dignas de aprecio en la aportación de lo nuestro a la cultura universal.

11.- Arquitectura de la ciudad

Con gran cantidad de extranjeros en Valparaíso se fue transformando esta ciudad y tomando un carácter cosmopolita, manifestado en su arquitectura y en el desarrollo urbano.

Las viviendas se comenzaron a construir en dos y tres pisos al estilo europeo.

Se invirtió en la excavación de los cerros para ampliar la zona plana y los materiales extraídos se utilizaron para ganar terreno al mar; se realizaron importantes obras de pavimentación de las calles; se desarrolló el transporte urbano y se crearon espacios públicos como plazas y paseos.

Los principales edificios, ubicados en los alrededores del puerto, en lo que fue una pujante zona financiera reviven hoy las tendencias arquitectónicas vigentes principalmente en Inglaterra a mediados del siglo XIX.

La ciudad transformó drásticamente su fisonomía. Se produjo una sectorización: en las zonas bajas se ubicaron los comerciantes extranjeros y los cerros fueron ocupados por los

grupos sociales más pobres; el área plana también se dividió entre el puerto y el barrio El almendral, con un carácter más rural. Un grupo de ingleses después de sufrir varias inundaciones en el plano, se instalaron en el Cerro Alegre, donde floreció un barrio de lujo aislado del resto de la sociedad porteña. Sin embargo, esto constituyó una excepción

Este creciente auge significó que Valparaíso fuese pionero en materia de adelantos urbanos, en iluminación pública y domiciliaria, en instalaciones telefónicas en redes de tranvías y tendido de gas de cañería. También se inició la construcción del primer ferrocarril que uniría a esta atractiva bahía con la ciudad de Santiago.

Con respecto a la arquitectura patrimonial, la ciudad tiene obras de las más variadas topologías y estilos arquitectónicos aplicados a construcciones que van desde viviendas muy sencillas hasta los exponentes de arquitectura relativamente monumental en el plano.

La variedad va desde la arquitectura propia de los comienzos de la república, hasta las primeras manifestaciones de la arquitectura moderna. Da su sello a la ciudad la arquitectura de la segunda mitad del siglo XIX y comienzos del XX.

En los cerros la variedad no está dada solo por los estilos, sino también por las formas de adaptación de las construcciones a la pendiente y la orientación al paisaje marítimo. Al tiempo que las viviendas ascienden por las laderas con soluciones estructurales ingeniosas y creativas. La visión de las techumbres se une a la amplia gama de colores y texturas de las casas.

CAPITULO IV

El Color Como Rector de Identidad: Casos de otras ciudades del mundo

1.- Pueblos Blancos de Cádiz

Al norte de la provincia de Cádiz, en torno al Parque Natural de Grazalema, se localiza este conjunto de bellos pueblos blancos de casas encaladas.

La ciudad de Cádiz es un municipio español situado en la provincia de Cádiz, en la comunidad autónoma de Andalucía, en el extremo sur de la Europa continental. Es la capital de la provincia homónima y una de las dos ciudades principales del área metropolitana de la Bahía de Cádiz-Jerez, tercer núcleo poblacional de Andalucía y uno de los más activos económica e industrialmente, en Andalucía, España. Además, conforma junto a los municipios de Jerez de la Frontera, El Puerto de Santa María, San Fernando, Chiclana de la Frontera, Puerto Real y Rota la Mancomunidad de Municipios Bahía de Cádiz.

Los Pueblos Blancos conservan el más puro estilo de la arquitectura árabe y andaluza. Muchas callejuelas de estilo musulmán. El estilo mudéjar fue desarrollado por los españoles musulmanes que vivían en España. Incluye elementos árabes mezclados con los de la arquitectura española. Además hay una serie de casas y edificios de estilo morisco. Se caracterizan por su carácter noble y por sus techos planos y con torretas.

Esta agrupación de pueblos adoptaron el nombre debido al color de callejuelas y plazuelas, de cal y piedra el color se debe a que las casas de los países cálidos se pintan de blanco para mantener su interior a una temperatura confortable. Por el mismo motivo, las ropas tienden a ser de colores claros.

Estas propiedades protectoras contra el calor, conocidas por la sabiduría popular y confirmadas por la ciencia moderna, están basadas en el efecto albedo, que es la capacidad que tiene cualquier superficie para reflejar hacia el exterior la radiación solar que recibe: cuanto más clara es, más albedo tiene y menos calor retiene.



Grazalema, Cádiz



Calle de Grazalema



Sierra de Cádiz

2.- Heliópolis, Brasil

Heliópolis es considerada la segunda mayor favela de Brasil. Queda localizada en la zona sur de la ciudad de São Paulo, capital del estado más rico del país, y cuenta con una población aproximada de 120.000 habitantes. Según el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE), el 49% de esa población se compone de niños y adolescentes de entre 0 y 21 años, con bajo nivel de escolaridad. Otro dato importante tiene que ver con la procedencia de esa población: la mayor parte es del Nordeste del país, inmigrantes que salieron de sus tierras en busca de trabajo y de mejores condiciones de vida en las grandes metrópolis.

Se diferencia de otras favelas no solo por su tamaño, sino también por su nivel de organización y compromiso de la comunidad en luchar por mejores condiciones de vida.

Ya en su formación, en la década de 1970, la comunidad creó la Unión de Núcleos, Asociaciones y Sociedades de Moradores, responsable de una emisora de radio comunitaria, del desarrollo de varios proyectos sociales y de las relaciones de la comunidad con las entidades gubernamentales y privadas. Sin embargo, a pesar de esa organización, la

comunidad de Heliópolis se caracteriza por su extrema carencia de recursos y sufre, como todas las otras, los efectos de la violencia, del tráfico de drogas, del desempleo y de la descomposición de la estructura familiar tradicional.

En el 2003, el proyecto de renovación de las fachadas de las calles principales surgió a raíz de unas declaraciones públicas del arquitecto Ruy Ohtake en relación con el lamentable aspecto de este sitio. Los responsables de la comunidad se pusieron en contacto con Ohtake para pedirle ayuda con el fin de mejorar la imagen del lugar. El trabajo consistió inicialmente en enfoscar y pintar las fachadas de las calles centrales, comenzando por la calle de la Mina, la principal calle de la favela, que luego tomaría otra dimensión, transformándose en un gran programa llamado “Identidad Cultural de Heliópolis”, el cual fue el responsable del desencadenamiento de varios proyectos, entre ellos el de la creación de la biblioteca comunitaria.

El proyecto:

Ruy Ohtake, al idear y liderar este programa, tuvo cuidado de considerar y respetar el deseo de los habitantes, haciéndolos participar en todas las actividades. En tal sentido, todas las acciones desarrolladas tuvieron un carácter participativo. Por ejemplo, realizó la composición pictórica contando con la opinión de los vecinos. Se preguntó a los dueños de las casas por sus colores favoritos y se respetaron sus gustos, tan sólo se realizaron ligeros cambios de gama de los colores en algunos casos para coordinar y conjuntar la composición general.

Dentro de esta idea también el fotógrafo francés Bernard Plossu con seudónimo de “JR” desembarco con su arte fotográfico en las favelas de Brasil. La forma en que las fotografías en mezcla con el paisaje es absolutamente impresionante. En Brasil el contexto particular de favelas de Río de Janeiro ha alentado la reunión de mujeres para quienes la delincuencia, la pérdida violenta de un ser querido o un hijo y arbitraria represión son parte de la vida cotidiana. El objetivo es llegar a los límites del arte dentro de un entorno social y cultural y cerrado para observar la reacción de la población local.

Fotografías de la favela de Heliópolis



3.- Bo- Kaap, el Cabo, Sudáfrica

El color es el elemento distintivo de África y, en particular, de Ciudad del Cabo. Pero al color hay que saber administrarlo, y ése es el arte en el que se destacan los sudafricanos.

Los colores preferidos de muchos pueblos africanos son: el amarillo, en primer término; el verde, en segundo término; y, en menor medida, el rojo y el azul. Para ellos combinar estos colores crea un diseño que armoniza con la historia, el paisaje y la gente.

El Barrio Musulmán de Bo-Kaap o Barrio Malayo, es un sector de Ciudad del Cabo de interés histórico y cultural. Zona residencial de la comunidad islámica, el suburbio, ubicado en las faldas de la Colina de la Señal, se caracteriza por sus calles empedradas y casas del siglo XIX pintadas de colores pasteles brillantes, de techo plano, pegadas una a la otra, pintadas en tonos llamativos. Por ley, las casas colindantes no pueden tener el mismo color. Este es un lugar con muchas mezquitas, La primera mezquita, la Mezquita Auual fue construida en 1798. La mayoría de los residentes son descendientes de esclavos traídos aquí en barco por la Compañía Holandesa de las Indias Orientales durante los siglos XVI y XVII desde otros lugares de África, la India, Ceilán y Malasia, para trabajar en la construcción de la ciudad. Se los conoce como "los malayos del Cabo", aunque este término es incorrecto ya que la mayoría de ellos no son descendientes de malayos. Entre los primeros esclavos musulmanes de Ciudad del Cabo, además de gente de todos los oficios (constructores, artesanos, diseñadores), había famosos académicos y líderes religiosos. Todos ellos ejercieron gran influencia en el idioma y la cultura de Sudáfrica. Los responsables de la introducción de la cultura islámica entre los esclavos fueron los nobles llamados "Orang Cayen", hombres de gran poder e influencia provenientes de Asia que se opusieron a la colonización de sus países por los holandeses y —como "castigo"— fueron exilados al Cabo. El más destacado de los Orang Cayen fue el yeij Yusuf de Mucassar (de Indonesia), un académico sufí cuya tumba está situada sobre los Cape Flats. De ahí la confusión de "islámico" con "malayo": los primeros líderes religiosos de los esclavos eran musulmanes de Indonesia. El afrikáans, idioma hablado por los descendientes de los holandeses y por la mayor parte de los mestizos (los esclavos se mezclaron con los aborígenes joisán o Khoi San y con los holandeses), fue originalmente el idioma de los esclavos. Esta gente proveniente de todas partes del mundo necesitaba un idioma común para comunicarse entre ellos y con sus amos. Los académicos musulmanes fueron los primeros en producir textos

escritos en afrikáans. La comunidad musulmana tuvo también una gran influencia sobre la cocina sudafricana. .

Barrio de Bo-Kaap o barrio Malayo



4.- Conclusiones preliminares:

Los colores han acompañado siempre al ser humano, desde muchos milenios, en sus diferentes épocas y culturas este lo ha usado para diferenciarse, adornarse y como fuente de inspiración. Ya en las tribus más primitivas, tatuajes y maquillajes de diversos colores han constituido una constante, si bien usados principalmente por los líderes para distinguirse del resto del pueblo.

Existe un empleo convencional de los colores, basado en motivaciones psicológicas, significados simbólicos o emocionales, indicativo de determinadas situaciones que pueden darse en distintos ambientes. Estudios han demostrado que el color influye fisiológica y psicológicamente en las personas

En algunos pueblos mediterráneos el color blanco es utilizado con fines físicos ya que repele los rayos del sol y porque refleja todas las ondas de luz y no absorbe ninguna, con lo que funciona como un espejo.

Estos colores juegan su papel en el curso de una vida, cada color tiene su importancia y los colores en su conjunto ayudan para asegurar una vida normal, por ello no nos equivocamos al decir que el estímulo creado por un color específico responde al organismo entero.

El concepto del color ya no se considera como un simple valor estético o decorativo, sino como un medio para obtener los mejores resultados funcionales y de ambiente en un bien acordado ajuste con la luz, con los materiales y con las líneas.

Los colores como antes ya se vio deben estar en relación con el ambiente, con la forma, con la región o localización del edificio y también con las cualidades estructurales y la sensación de peso, espacio, y distancia; el color siempre da la sensación de cambio y movimiento.

En estos lugares investigados el color toma un papel preponderante en la vida de las personas que los habitan; ligados a ciertas reglas algunos, otros a factores climáticos y otros por dar mayor valor al lugar de procedencia, pero sea cual sea la causa, ellos están ligados a él y este forma parte de sus vidas, sus negocios y sus hogares.

CAPITULO V

Metodología: Descripción General de los lugares de estudio

Los lugares de estudio fueron escogidos por su ubicación y su reconocimiento dentro de la ciudad. El estudio pretende definir si Valparaíso tiene una carta cromática que lo identifique y si este depende de las imposiciones o es espontáneo e ingenuo en su aplicación.

1.- Cerro Artillería

En el Siglo XIX existió un Castillo llamado “Cerro del Castillo de San Antonio”. Su nombre proviene del Cuartel de Artillería que se encuentra en su cima. Los atractivos que allí se encuentran: Edificio Vicealmirante Luís Uribe Orrego, Museo Naval y Marítimo, Paseo 21 de Mayo, Ascensor Artillería, Antigua Escuela Naval.

En este cerro se encuentra la denominada subida Carampangue:

La subida Carampangue comienza en la plaza la aduana. Esta calle Carampangue que separa el cerro Artillería del cerro Arrayán se llamo antiguamente quebrada de Juan Gómez, en recuerdo de un alguacil que tubo la ciudad. En 1871 le cambiaron el nombre en homenaje de la batalla de Carampangue, en una de las casas de la subida Carampangue se fundo en 1892, el quipo de fútbol emblemático de la ciudad, el club Santiago Wanderers.

Las casas de la subida Carampangue son interesantes desde un punto de vista arquitectónico y corresponden a unas edificaciones de varios pisos posteriores al terremoto de 1906.

2.- Cerro Bellavista

El cerro Bellavista posee este nombre por la hermosa vista que desde él se tiene, debido a que está situado en el sector central de la cadena de cerros porteños, permitiendo una visión privilegiada de la bahía de Valparaíso, del plan y del resto de los cerros. En el pasado tuvo un gran mirador que lamentablemente desapareció con las edificaciones que se levantaron contiguas a él.

El cerro está limitado por las quebradas del Circo y de Yervas Buenas. En la actualidad ambas fueron convertidas en calles; quebrada del Circo es la calle Ferrari, en homenaje al Regidor Municipal Ricardo H. de Ferrari, que permaneció por varios períodos en la corporación porteña. La quebrada de Yervas Buenas mantiene su nombre, recordando la batalla librada el 26 de Abril de 1813.

Entre los atractivos históricos que posee el sector se cuenta el Monumento Cristo Redentor que data de 1904, la casa de Neruda La Sebastiana, el ascensor Espíritu Santo que comenzó a funcionar en 1911, la parroquia Nuestra Señora del Carmen que fue construida en 1931 y el Teatro Mauri, obra que concluyó en 1952.

Su atractivo natural sin duda es la espectacular vista a la bahía que se percibe desde el paseo Quimera y en casi todas sus calles que además permiten admirar la ciudad desde el centro.

La distribución de las casas en el cerro constituye un atractivo arquitectónico debido a los coloridos de las mismas y a la combinación que se produce junto a los murales existentes en el lugar. Además allí se encuentran los Castillos Collado, uno en el Pasaje Temuco que data de 1925, y otro en la calle Héctor Calvo que data de 1935 y donde actualmente funciona un B&B.

Los atractivos artísticos y culturales del cerro Bellavista son la Sebastiana, el Museo a Cielo Abierto, el Museo Organológico, y la Fundación Valparaíso cuya casa restaurada, con su arquitectura porteña típica de fines del siglo XIX, aparece imponente en el paisaje en medio de los cerros. Además existe una amplia oferta de restaurantes, cafés y hospedaje, junto a talleres y muestras artísticas.

Debido a todas estas características este lugar fue foco de agrupaciones y entidades dedicadas a promover el turismo y la cultura de Valparaíso así es que encontramos:

Observación y análisis

1.- Entidades que promueven el turismo en Valparaíso

La Ruta Bellavista

Este proyecto fue realizado por un grupo de personas de diversas profesiones y oficios (empresarios, artistas, profesores, artesanos, comerciantes y simples vecinos) que viven y trabajan en el Cerro Bellavista. Algunos habían llegado al cerro hacía poco tiempo, otros llevaban años en él, debido a que este cerro posee una vista privilegiada tiene lugares únicos, senderos luminosos, sitios de interés lograron consolidar esta ruta que hoy es conocida como la ruta Bellavista...*a la cultura y la poesía.*

Esta ruta posee un sendero que va de cerro a mar con un recorrido interesante por lugares de atractivo turístico, cultural y gastronómico invitando a las personas a descender a pie con la mirada oteante al paisaje y al encuentro.

Fundación Valparaíso

La misión de la Fundación Valparaíso es desarrollar proyectos que buscan promover el renacimiento de Valparaíso como ciudad patrimonial, cultural, y turístico. Para lograr sus objetivos, la fundación invierte en proyectos sustentables que promueven la participación ciudadana y el desarrollo de la sociedad civil. Sus proyectos se inician con aportes de fundaciones internacionales, donaciones de empresas, individuos, y, a veces, concursos estatales.

La Fundación Valparaíso es una organización cívica sin agenda política que no persigue objetivos ideológicos. Estimamos que la tolerancia y la diversidad caracterizan Valparaíso como ciudad de inmigrantes. Se definen como una organización pluralista abierta a todos los miembros de la comunidad sin prestar atención a su militancia política.

Hoy día los proyectos de la fundación están organizados en tres áreas principales:

- Área turismo
- Área patrimonio y urbanismo
- Área cultura

Esta entidad ha realizado numerosas intervenciones en el cerro bellavista con aporte de la ciudadanía, empresas y fondos públicos:

2.- Entorno del ascensor Espíritu Santo

La recuperación de 23 inmuebles en el entorno del Ascensor Espíritu Santo, ejecutado por Fundación Valparaíso entre 1999-2001, constituye una de los más innovadores iniciativas de renovación urbana jamás hecho en Chile. El génesis del proyecto data de 1998, cuando los ascensores de Valparaíso, en su conjunto, fueron nombrados uno de los 100 monumentos del mundo en mayor peligro de extinción por la ONG World Monuments Fund.

Argumentando que la preservación de los ascensores involucraba una intervención integral, vinculando lo social con lo cultural y lo turístico, Fundación Valparaíso logró ganar un “grant” de US \$100 mil dólares de WMF para iniciar las obras. A los recursos iniciales, se sumaban donaciones de pintura por todo el barrio (Tricolor) y donaciones de hormigón y pastelones para espacios públicos (Polpaico).

Los vecinos, incrédulos al principio, se sumaban mientras avanzaba la obra y pagando hasta 40% del costo de la recuperación en algunos casos.

Para diseñar el uso de colores para las renovadas fachadas, Fundación Valparaíso implementó una innovación que ha llegado de ser uno de sus sellos: la participación ciudadana. Se negoció un convenio con la Escuela de Diseño de la Universidad de Valparaíso. Ochenta y ocho alumnos de la escuela se formaron en treinta y dos equipos para competir con un proyecto de colores para el barrio entero. Un jurado bajó los treinta y dos proyectos a tres finalistas, y los vecinos escogieron el proyecto ganador de estos tres.

En las últimas etapas del proyecto, un grupo de veinte y cuatro universitarios estadounidenses de Furman University voluntariaron un día completo para pintar y limpiar el barrio. El proyecto fue inaugurado el 8 de Marzo 2002 con la presencia de Todd Temkin, Presidente de la Fundación y Agustín Squella, asesor cultural de Presidente Ricardo Lagos. Asistieron 150 vecinos y autoridades nacionales, quienes escucharon un recital de jazz al aire libre ofrecida por La Reineta Jazz Band y después un ceremonia en las dependencias de la Fundación.



13 familias habitan estos dos edificios
hermoseados en el proyecto



88 alumnos de Diseño de la U de Valparaíso
compitieron para diseñar los colores de los
inmuebles.

3.- Sección patrimonial de la Ilustre Municipalidad de Valparaíso

Propuesta para la ordenanza del color en la ciudad de Valparaíso⁸.

Al referirse al concepto de “ciudad”, nos estamos refiriendo a la imagen de los elementos que posee, siendo el elemento principal que la conforma: las fachadas o el envolvente, ellas nos llegan a la vista o ellas nos hacen tener una conducta de cómo las percibimos o nos hacen dar una palabra de cómo quedo reflejada la ciudad en nosotros.

Las fachadas o envoltentes están dispuestas a partir de la morfología de la ciudad que las sustenta y esto concluye en que: “los suelos ordenan”.

La ciudad posee dos instancias de ocupación de sus suelos:

El Plan, como toda ciudad con emplazamiento sobre una superficie plana se consolida en los dos coordenadas, largo y ancho, lo cual, crea una postura de contemplación desde un mismo nivel de piso.

Los Cerros, se recorren a lo largo, ancho y además a lo alto, esta condición permite variar lo observado, cambiándole el entorno del mismo tantas veces como puntos de observación se le den.

Esta condición propia de la ciudad es “lo diverso”, que la hace distinta, descubrible, intrínseca, diferente.

La ciudad posee lo diverso en los cerros y lo tradicional en el plan, por lo tanto su colorido debe reflejar esta condición.

2.- Consideraciones generales

Las casas de los cerros de Valparaíso se ven: multicolores, oxidadas, colores envejecidos, colores mezclados, colores fuertes, colores bajos, todo esta presente.

Ello reafirma la condición de diversidad

Al pintar la casa de una calle de los cerros se sugiere reafirmar esta multicoloridad, reflejado en aceptar la totalidad de colores de un pantone.

La idea es pintar un inmueble independiente a otro, de modo de dar: “una identidad individual”. Esto es, a modo de ejemplo, una casa con toda las gamas a partir de un verde musgo y la casa siguiente con toda la gama a partir de un azul violáceo y la siguiente con toda la gama de los rosa viejo.

Hay una idea que se aplica habitualmente y es que se pintan los ornamentos pensando en destacarlos, utilizando pintura mas fuerte u oscura que el fondo mismo, Ej. : edificio de carnes Darc en Av. P. Montt esquina Las Heras. La imagen global del inmueble ofrece una pesadez estética, ya que los grandes ornamentos parecen una mole suspendida en la superficie.

La ornamentación esplende por si sola, la cual, debe presentarse como un elemento de realce de los elementos arquitectónicos. La puerta de acceso a una casa tiene mayor esplendor si además, posee un enmarcado tipo columnas y un pequeño frontón, pero no quiere decir que hay que elevarle el color respecto al resto, para destacarlo , esplende por si solo y debe llevar un tono en un grado mas bajo que el fondo.

Se deberá entender que se pinta no solo para mostrar el inmueble renovado sino que para contemplarlo y ello quiere decir, dar una lectura de los elementos que lo compone a través del color. Puedo reconocer que el inmueble posee enmarcados de ventanas, hojas de ventanas, molduras, zócalo, cornisa, columnas, bajadas de agua, etc. En la medida que mas puedo leer elementos que lo conforman, más, es el acto de la contemplación

3.- Planteamiento general del modo de pintar.

Se deberá pintar de acuerdo al siguiente planteamiento:

A.- Respecto al color:

1.- El color mas oscuro deberá ser el fondo, el cual se define como la superficie que soporta todos los planos adelantados que contiene, llámese adornos, molduras, enmarcados, etc.

2.- Los colores de los planos adelantados han de ser los derivados mas bajos de la gama tonal tendiendo hacia el blanco.

3.- Deberá haber un color aun mas oscuro para el zócalo, el cual, le otorgara sustentación al inmueble y al color de fondo, cabe hacer mención que este, será el que identificara la propiedad, teniendo colores complementarios en los elementos que lo conforma.

B.- Respecto al entorno:

1.- Se deberá pintar, en valor de la identidad del inmueble es decir, acorde a los valores que posea, es la personalidad otorgada.

Por lo anterior los colores del inmueble deben ser únicos e individuales, independientes de los que posean las viviendas laterales y con su propia gama.

2.- Se deberá aceptar preferentemente el uso del pantone y no los colores de cartilla ya que el primero, ofrece una degradación continua de tonalidades y la segunda salta tonalidades a veces requeridas.

3.- Se deberá pintar un inmueble en su totalidad y no a la habitabilidad parcial. Es común ver que edificaciones sean pintadas de acuerdo a los gustos y colores de cada inquilino ofreciendo intenciones parciales y no concordantes entre si.

La ordenanza deberá ser imperativa en reconocer el inmueble como unidad.

C.- Zonificación y tipos de pintura

La pintura en los Cerros ha de ser libre con toda la gama del pantone

La pintura en el Plan, deberá reconocer dos ámbitos: La zona del Casco Histórico y el resto del plan.

C1.- Plan en general

Se sugiere a modo de ejemplo el pantone “Sherwin William” denominado “color answer exterior”. En el se puede reconocer una vasta gama de tonalidades asociadas a los derivados de los tonos “tierra” , siendo el aspecto general ofrecido por esta línea , la sobriedad , lo señorial , propio de una ciudad que se refleja en lo antiguo, con una arquitectura predominantemente de comienzos de siglo.

La ciudad puede mostrar variables tonos en sus fachadas del plan, pero condicionado al rango otorgado por este pantone y alejarlo del antiguo concepto denominado “tonos pastel” el cual se tradujo en innumerables zonas pintadas color vainilla en el barrio Almendral sin mayor fundamento.

C 2.- Zona Casco Histórico

Esta zona comprendida entre Plaza Sotomayor-Errázuriz-Plaza Aduana-Borde cerro, posee las edificaciones en los suelos donde se origino la ciudad, por lo tanto este merito , la hace destacable del resto y se sugiere un rango de pintura del pantone “color answer exterior” mas reducido o especifico de modo de crear una gama menos variable y con ello la asociatividad del territorio.

El Casco Histórico posee edificios la mayoría modificados, ya sea por, sismos, incendios, uso comercial, por lo tanto no es sugerible una investigación de decapado para buscar y aplicar los tonos de origen.

C 3.- Los Cerros

Se sugiere la aplicación de los colores del pantone “interior color answer” los cuales ofrecen una gama de tonos mas luminosos e intensos. Estos colores al ser aplicados, aportan la condición de conocer por primera vez tonos nuevos y una vez aplicados a las fachadas, la renuevan con una estética no conocida anteriormente, otorgando un nuevo bienestar al residente.

⁸ Sección Técnica Patrimonial, Dirección de Operaciones, Municipalidad de Valparaíso

4.- Recuperación de fachadas en la subida Carampangue

La base del Plan de Mejoramiento de Viviendas en Cerro Artillería es el que definió un modelo de intervención y un reglamento operativo.

El área residencial del Cerro Artillería posee un espacio público y equipamiento cultural de envergadura -Mirador 21 de Mayo y Museo Naval. Su importante presencia en la primera línea de cerros del anfiteatro, equivalente densidad de habitantes y una buena proporción de viviendas en arriendo.

Bajo la premisa de que cada casa es un caso, el primer paso fue hacer una revisión de la edificación e identificar los inmuebles a ser mejorados con la intervención de pinturas para las fachadas. Las propiedades seleccionadas por el plan en el Cerro Artillería en una primera instancia son las de la subida carampangue.

Las propuestas de mejoramiento serán presentadas a la Dirección de Obras del Municipio que están a cargo de Esteban Barra Encargado de Sección Técnica Patrimonial Dirección de Operaciones de la Municipalidad de Valparaíso. Y tras su aprobación se iniciará el desarrollo de los proyectos. Los beneficiarios adquieren la pintura a través de un convenio con una empresa proveedora (para este caso, subida Carampangue pintura Sherwin Williams) gasto que pueden cancelar en cuotas o ser adjuntados a la boleta de agua. El plan financia asesoría técnica, mano de obra y otros insumos según cada intervención.



Fachadas de casas subida
Carampangue.

5.- Conclusiones preliminares del color en las áreas de estudio: Cerro Bellavista y Subida Carampangue

El color es un elemento esencial en la participación del usuario de la vivienda en la creatividad colectiva de su propio hábitat. Una vez que el “habitante” toma posesión de su vivienda, se inicia un proceso de posesión para personalizarla y marcarla con el sello “creativo” de quien la habita. En este proceso intervienen los muebles, los accesorios como persianas, toldos (con colores no siempre previstos por el autor del proyecto) plantas y flores etc. Pero el color toma un protagonismo creciente con el tiempo, pues es el usuario quien renueva los colores de las fachadas, en cuanto se deterioran los pigmentos y los materiales originales, aportando su huella personal al proceso de creación colectivo de su vivienda, que ya no es sólo de la proyección antigua del inmueble; cada vez es más suya.

Este proceso de “rediseño” de la vivienda se realiza en dos direcciones: por una parte la integración en la ciudad que es como el mimetismo con el entorno cultural de Valparaíso y por otra la individualización del espacio de vida.

En las viviendas, se busca la discreción y la diferenciación con el vecino, el color tiene como finalidad delimitar la propiedad, en fachadas de casas yuxtapuestas. A veces, estos mismos colores se prolongan en el interior de la propia vivienda.

De esta forma, el color espontáneo que anima la ciudad aportado por sus habitantes principalmente en los lugares estudiados, escapa al designio inicial, como el color en las viviendas las modifica con el tiempo.

6.- Encuesta

Tipo de diseño de la investigación

El tipo de estudio realizado es descriptivo, ya que se orienta a determinar las características de los lugares de estudio, el cual me permitió analizar la influencia del color en las personas que habitan en el cerro Bellavista y la subida Carampangue, por lo tanto la población de estudio se encontrara en estos sectores.

Diseño de muestra

lugar	Nº de personas encuestadas
Cero Bellavista	28
Subida Carampangue	21
total	49

El método de recolección de datos es a través de una encuesta realizada por la propia alumna a fin de recoger antecedentes para este estudio.

- Los objetivos de la encuesta es conocer la información que dan las personas al tema de estudio (color).

- Determinar el grado de importancia del color en las personas.

El instrumento utilizado consta de 2 partes:

1º que son los datos generales de cada persona

2º que esta determinada por seis preguntas orientadas a medir el conocimiento, el sentir y la opinión de las personas respecto al color en sus viviendas y en Valparaíso.

Vaciamiento de datos:

- N° de personas encuestadas según sector:

28 personas Cerro Bellavista

21 personas Subida Carampangue

- Sexo de las personas encuestadas

Cerro Bellavista: 11 hombres / 17 mujeres

Subida Carampangue: 3 hombres / 18 mujeres

- Rango de edades

23 - 40 : 21

40 - 65 : 19

65 y más : 7

- Escolaridad

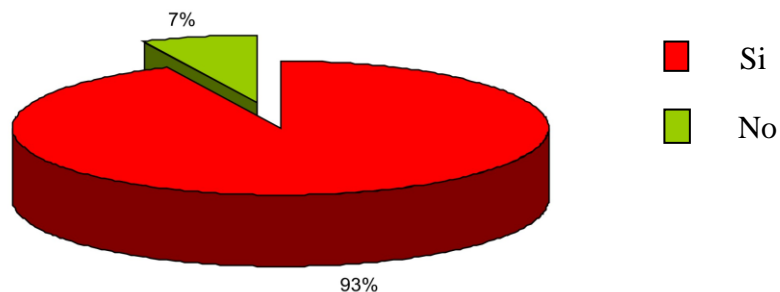
Básica completa: 9

Media completa: 11

Tec. Completa: 13

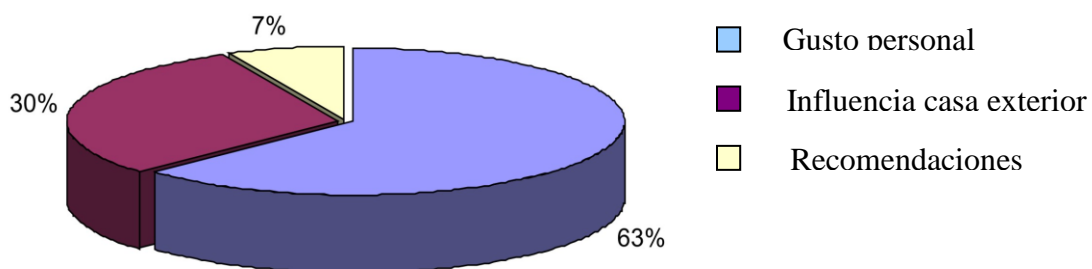
Universitario : 16

Pregunta N° 1 ¿Piensa que el color en los espacios públicos influye en las personas?



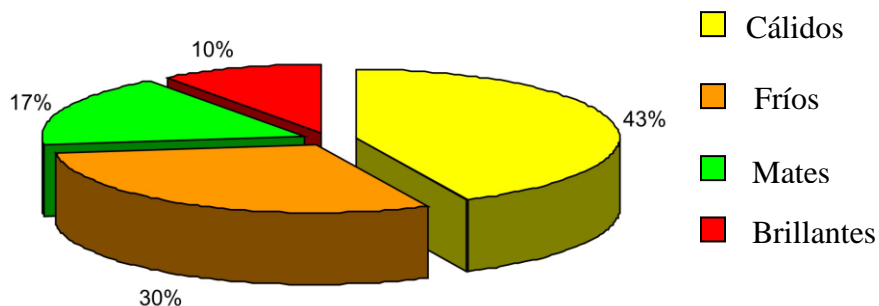
Como muestra el grafico el noventa y tres por ciento de la población encuestada cree que el color influye fisiológicamente.

Pregunta N° 2 ¿Con respecto a las fachadas existe alguna preferencia para determinar el color de los muros?



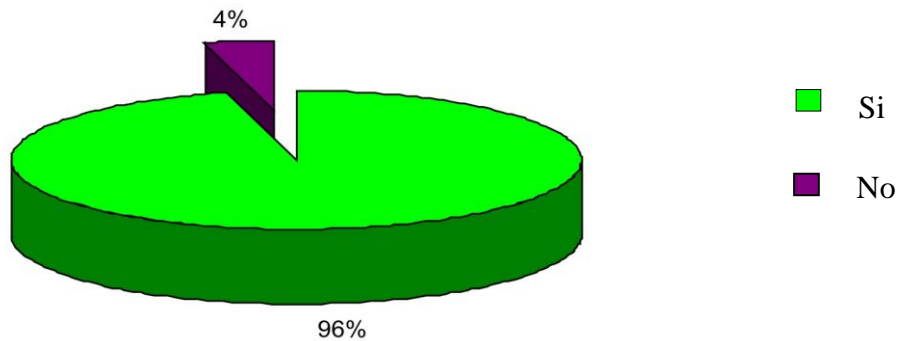
Con respecto a la pregunta numero dos la gente considera que para pintar sus casas la mejor opción es el gusto personal con un sesenta y tres por ciento, no dejando de lado la influencia que el entorno puede producir, y por ultimo con un siete por ciento deja la opción de la fachada e sus casa a recomendaciones.

Pregunta N° 3 ¿Que tonos prefiere al momento de pintar su casa?



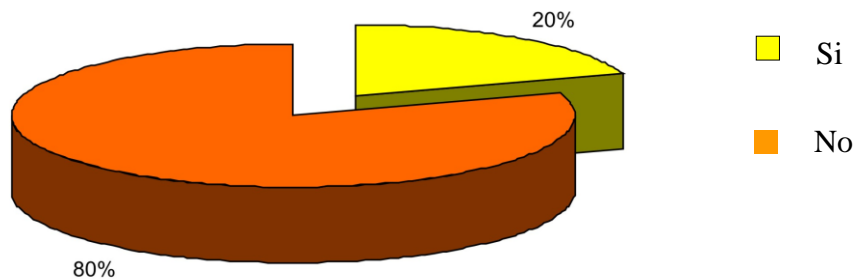
Según los encuestados, los tonos preferidos por ellos son en un cuarenta y tres por ciento los colores calidos, seguido por los fríos con un treinta por ciento y en muy baja preferencia los mates y brillantes con diecisiete y diez por ciento respectivamente.

Pregunta N° 4 ¿Usted apoyaría una propuesta de color para su barrio y aportaría con capital para ello?



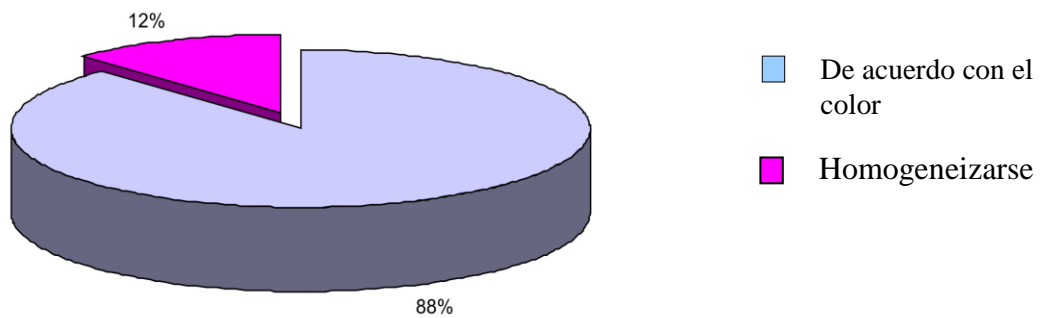
Las personas de ambos sectores están de acuerdo en que el tema del color y de cómo se percibe el entorno en la ciudad es de importancia. Por lo que ellos apoyarían en casi su totalidad intervenciones en sus fachadas además de aporte monetario para estos fines.

Pregunta N° 5 ¿Usted esta en conocimiento de la carta cromática que el municipio tiene para el plan de Valparaíso?



La mayoría de las personas encuestadas no están en conocimiento de la carta cromática para el plan de Valparaíso y de muchos de los proyectos de intervención patrimonial como el remodelamiento de fachadas y recuperación de inmuebles, solo el veinte por ciento de ellos asegura tener alguna idea de estos planes.

Pregunta N° 6 ¿Le gusta el color en la ciudad o cree que debería homogeneizarse para que se vea más parejo?



Del total de los encuestados el ochenta y ocho por ciento de ellos están de acuerdo con el tema del color en Valparaíso, creen que este da identidad a la ciudad y solo el doce por ciento restantes opina que un color más homogéneo daría uniformidad a su entorno.

CAPITULO VI

SUGERENCIAS

El color es identidad, esta frase ya es conocida pero se debe tener en cuenta para preservar la identidad colectiva cultural de Valparaíso, en vista a la elaboración de planes de urbanismo, tanto de rehabilitación como de expansión, sería de una gran ayuda y eficacia la realización de estudios previos puntuales, dentro de contextos más amplios: el barrio, la ciudad, la región. En este sentido es positivo elaborar catálogos si bien es un buen aporte que ya se haya elaborado una paletas de colores para el plan de la ciudad, también es pertinente que se haga a todos los niveles basados en análisis rigurosos de los barrios y sólo aplicables puntualmente en esos mismos lugares; catálogos de materiales de los centros históricos, que influyen en la visión de conjunto, como por ejemplo, el color de los techos, de estucos tradicionales, materiales de construcción, etc.

Los arquitectos al momento de proyectar las ciudades deben tener presente la identidad de estas y de la existencia de códigos cromáticos. Estos códigos podrían tomarse en cuenta para poder diferenciar los edificios-hito (iglesias, edificios administrativos, museos, castillos, palacios) y otro código para edificios vivienda.

También sería pertinente que los municipios organizaran un comité del color como un medio para contribuir a que el ciudadano participe en la aventura creativa de su casa y de su barrio así se contribuiría a la identidad individual del porteño, además de informar a la ciudadanía de los proyectos y los beneficios a los que ellos pueden acceder.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES

Se debe tomar conciencia del rol del color en la ciudad, comprender el alcance del mismo y asumir el compromiso que le compete a todos los que intervienen en el proceso de construcción del ambiente urbano. Se debe entender que el color en la ciudad implica mucho más que la simple aplicación del mismo en la fisonomía urbana y que al hacerlo estamos contribuyendo en la definición del espacio vital urbano. Los especialistas en el diseño del entorno urbano no han incluido el color con toda su potencialidad como variable de diseño. Este no se percibe solo con los ojos, sino con todo el pasado, la historia y la concepción que se tenga del mundo. El color es un hecho cultural, y lo percibimos con toda la cultura.

A partir de la influencia de las culturas los materiales disponibles dieron forma a estilos arquitectónicos muy diferentes, produciendo ambientes urbanos de gran armonía visual, unificados por escala, materiales, y fundamentalmente por su color, lo que generó estructuras urbanas con identidades cromáticas inmutables. En la actualidad utilizamos los colores como apoyo de la forma, para estructurar, subrayar, realzar, estimular o revalorizar una fachada o inmueble, sin tener absoluta conciencia del fenómeno ambiental que esta actuación produce.

El efecto colorista de un ambiente urbano no se basa solo en los tonos de color en sí mismos que cubren las superficies, sino también en la importancia de la luz, ya que a través de su naturaleza se ponen en total armonía con el lugar. El color es determinante de la identidad urbana que colabora en la determinación de una imagen urbana.

Se debe plantear el uso del color en el medio urbano, empleado con un criterio no de acuerdo a las modas ni con el propósito de llamar la atención sino siguiendo la idea de hallar un lenguaje no agresivo y concibiendo a las obra arquitectónicas con las sutilezas de color que posee una obra de arte. Se debe procurar resaltar los elementos constitutivos, subrayar unidades decorativas, crear un clima, destacar un valor histórico y social o expresar una función. En las referencias urbanas más importantes entendemos que debe respetarse la ciudad y tomar en cuenta el gusto de la gente aunque no lo compartamos en su totalidad como individuos. Podemos ser más libres en la arquitectura privada, hacer uso del color con más extravagancia, porque en estos casos es para satisfacer un gusto personal

como por ejemplo el de las viviendas del cerro Bellavista que son el reflejo de la creatividad de sus habitantes la cual desbordan mas allá de sus casa se traspasa a las calle a sus terrazas sus recovecos y escaleras pero también en otras ocasiones se debe respetarse al conjunto de la comunidad (municipio, templo, biblioteca, etc.) y que debe ser expresión del gusto colectivo como lo son las casa de la subida Carampangue, que si bien es un aporte del municipio y la carta de colores es dada por ellos las personas están en su completo derecho de escoger el color y las combinaciones tonales que deseen para estas sin perjuicio de los que escojan sus vecinos.

Teniendo en cuenta todos estos factores podemos resaltar que el tema del color ya es algo que esta de manifiesto en nuestra cultura de puerto que nos mueve y nos identifica, no importa que este sea espontáneo, propio o recomendado por el municipio o un amigo el color ya está, forma parte de la identidad colectiva cultural de los habitantes de Valparaíso por lo que se puede deducir que la ciudad si tiene una carta cromática que lo identifica y esta dada y creada por sus habitantes esta en los cerros y en las calles y influye y caracteriza a las personas los identifica e individualiza.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Libros

Suzy Chiazzari, color editorial Blume ¿Cómo percibimos el color?, Pág. 134 a190 año 1990Naturcart,S..

El color en la arquitectura, duettmann, M y otros; ed. Gustavo gilí, Barcelona, 1982

Espacios Mexicanos; once casa contemporáneas; Adria Miquel y Saldivar Sebastián; ed. RM, México 2000.

Teoría del color, interpretación psicológica respecto al color, Johannes Pawlik, ed. Paidos, España.

Cultura , la versión de los antropólogos; Adam kupper, editorial Paidos, Barcelona 2002.

Artículos

Las funciones sociales de la cultura; Thiery Verhelst, leader magazine nr.8

Sitios Web

www.Ciudadanosporvalparaiso.cl

www.valparaisopatrimoniodelahumanidad.cl

www.valparaisopatrimonio.com

www.fundacionvalparaiso.cl

www.skyscrapercity.com

www.plataformaurbana.clwww.monografias.com

ANEXOS:

Anexo N° 1:

Entrevista: Esteban Barra Fuentes,
Encargado Sección Técnica Patrimonial
Dirección de Operaciones, Municipalidad de Valparaíso.

Anexo N° 2:

Casos de intervención en las fachadas PRDUV

Anexo N° 3:

Casos del mal uso del color en las fachadas del plan de Valparaíso

Anexo N° 4:

Pantone Sherwin Williams, para sector patrimonial y plan de Valparaíso

Anexo N° 5:

Encuesta participativa: El color en Valparaíso

Anexo N° 1:

Entrevista: **Esteban Barra Fuentes,**

Encargado Sección Técnica Patrimonial

Dirección de Operaciones, Municipalidad de Valparaíso.

¿Que opina del color en Valparaíso?

El color en estos momentos esta como expuesto por la condición de los cerros de Valparaíso a medida que uno va recorriendo los cerros vas cambiando el ángulo de observación y eso como es lo diverso lo recogen los cerros de la ciudad.

El colorido esta como para seguir madurándolo mas, nosotros como administradores queremos que sigan siendo mas coloridos los cerros, es algo que recoge lo diverso, lo propio de las líneas que son muy variadas en los cerros y eso queremos que se cultive mas.

Hay una intención en estos momentos dándose y es como lo pinta cada propietario a su espontaneidad, el colorido refleja lo que la ciudad misma es.

Muchas veces el color proviene de alcances económicos, se consigue a veces un tarro y pintan una parte hasta donde pueden, se consiguen otro tarro y pintan otra parte y de esa forma uno puede ir leyendo los alcances monetarios o de alcance que el propietario consigue, si lo retratamos en la población Marques veríamos una película del paso del tiempo veríamos un cambio de colores continuos en ese edificio y eso ocurre en todos los cerros.

Lo contrario seria si alguien dijera, ¡pintemos la ciudad blanca! seria matar la ciudad. Por que acá existe lo variado y esto significa; formas, morfología de los suelos, materialidades, gente con diferentes pensamientos debido a sus orígenes todo se refleja en lo variado.

Acá no se va a regularizar en torno a los cerros, como en el plan, la idea es que haya cada vez más color, mas variado.

¿Con respecto a la calidad de ciudad patrimonial, hay condicionantes para el color en Valparaíso?

Hay una diferenciación de plan en dos lugares que es el casco histórico y el plan de la ciudad, y el cerro con otra libertad de colorido, más restringido en el plan. Esta propuesta se realizó bajo un estudio de la condición de Valparaíso de su arquitectura y de sus habitantes en un principio extranjeros venidos especialmente de Europa.

¿Las otras entidades dedicadas a la cultura como Fundación Valparaíso o ciudadanos por Valparaíso trabajan en conjunto con la municipalidad?

Yo creo que cada entidad tira la ciudad hacia su horizonte; ciudadanos por Valparaíso tiene un planteamiento casi muy estricto de la conservación de lo que hubo, pero la ciudad también necesita la renovación de lo antiguo y eso no lo permiten ellos, ellos no quieren, ni color ni nuevos pavimentos ni otra iluminación, quieren que la ciudad se mantenga como en otra época, eso es utópico ya que los materiales se van desgastando.

Creo que el alcalde Cornejo lo expresó muy bien en una frase refiriéndose a Valparaíso como: *“la moderna ciudad antigua”*.

Eso permite que en una ciudad como esta ocurra algo violento y contrario como por ejemplo la pirámide frente al Louvre, y París sigue siendo una ciudad antigua con algo moderno.

Ahora la Fundación Valparaíso vela por otro planteamiento, ellos ven la ciudad más poéticamente, un poco pensando en el quehacer, en el placer ciudadano en una mejor sobrevivencia de los problemas que pueda haber a nivel de usuario, y ellos han hecho algunos aportes en su entorno, como el museo a cielo abierto, están interviniendo con algunas pinturas, han arreglado algunos edificios.

Es otro planteamiento diferente al del municipio, pero se tiene que pedir la autorización a la municipalidad para toda obra de cualquier entidad que quiera ayudar al estado.

¿En que grado la gente se involucra con la ciudad?

A nivel de fondos BID que estamos usando, la participación de la ciudad también tiene que ser considerada por temas de la UNESCO que es un buen decir que ellos también hayan aportado algo para su propio beneficio para estos trabajos se requieren de tres elementos que son: pintura, mano de obra, andamios; la municipalidad pone dos: andamios y mano de obra y la ciudadanía los propietarios ponen la pintura, en el caso de la población Marques son trece millones y medio de pesos en materiales, en pintura específicamente, esta iniciativa hace que las personas lo sientan propio que es de ellos, que proviene de sus bolsillos y lo cuidan mas, además esto incentiva a otras poblaciones y comunidades.

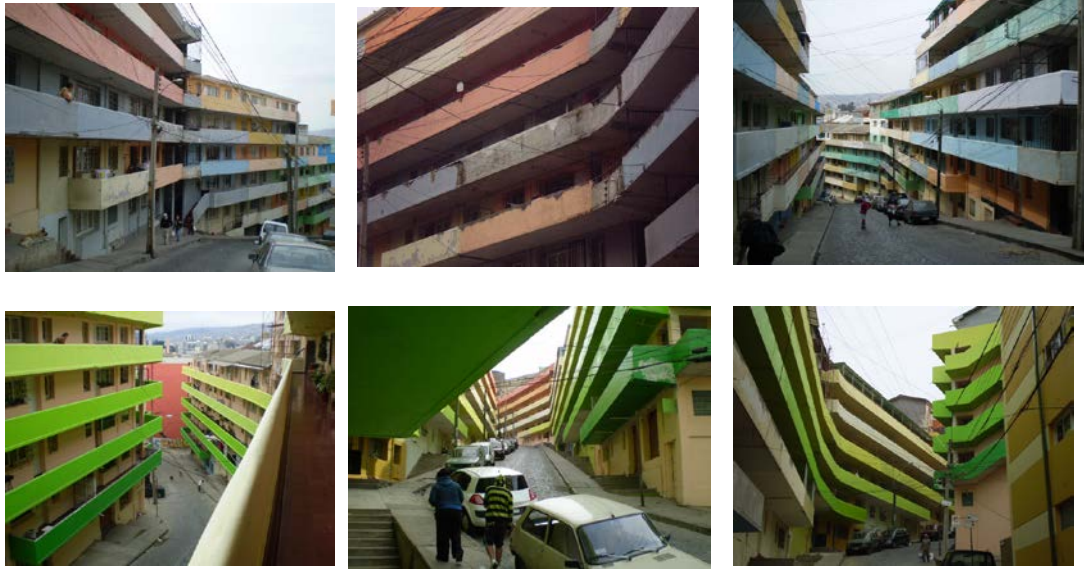
Anexo N° 2:

Casos de intervención en las fachadas PRDUV

La iniciativa es del Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso (PRDUV) que busca realzar el valor del patrimonio como capital de nuevas actividades económicas y sociales

Esta entidad se respalda a través de un crédito del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y de recursos de la Subsecretaría de Desarrollo Regional del Ministerio del Interior. El vitrinaje y las fachadas de barrios completos han sido repintadas con alegres tonalidades, entre ellos, las poblaciones Empart, en Playa Ancha y Márquez en el sector puerto, que alcanzan sobre 500 familias. Desde el 2008 hasta el momento, se han invertido 500 millones de pesos al intervenir en seis poblaciones y en el Teatro Municipal.

Población Márquez: antes y después de la intervención Municipal



Márquez block 3: antes y después



La explanada block 4: antes y después



Anexo N° 3:

Casos del mal uso de la pintura en fachadas del plan



Fachada con extrema contaminación visual



Fachada que irrumpe luminicamente, desequilibra la armonía de su entorno.



Inmueble pintado parcial, es una obra alterada.



Jardín infantil, llevan la fantasía interior a una imagen exterior



Edificio de alta calidad arquitectónica en sus fachadas, se desvaloriza por colorido inadecuado



Inmueble pintado de colores atentatorios a valores del edificio.

Anexo N° 4:

Pantone Sherwin Williams, para sector patrimonial

Sherwin Williams - Exterior ColorAnswers

SW2316 Cavalier Copper	SW2323 Majorca Melon	SW2330 Honeybee	SW2337 Beacon Yellow	SW2344 Cupola Yellow	SW2351 Noble Brass	SW2358 Lemon Grass
SW2317 Orange Tree	SW2324 Orange Blossom	SW2331 Golden Bluff	SW2338 Maize	SW2345 Biltmore Buff	SW2352 Brassine	SW2359 Sugar Cane
SW2318 Promenade Peach	SW2325 Striking Peach	SW2332 Gentry Cream	SW2339 Concord Buff	SW2346 Heraldic Ivory	SW2353 Sundrop	SW2360 Hampton Green
SW2319 Magnolia Bud	SW2326 Indonesian Ivor	SW2333 Impressive Ivor	SW2340 Buff	SW2347 Cottage Cream	SW2354 Ceylon Cream	SW2361 Springlike
SW2320 Kypros	SW2327 Street Fair	SW2334 Luxuriant Gold	SW2341 Mustard Field	SW2348 Yellow Corn	SW2355 Honey Gold	SW2362 Dried Grasses
SW2321 Bonfire	SW2328 Monte Carlo	SW2335 Golden Needle	SW2342 Ornamental Gold	SW2349 Gaugin Yellow	SW2356 Regency Gold	SW2363 Hinterland
SW2322 Fox Run	SW2329 Brandywine	SW2336 Pyramid Gold	SW2343 Grillework Gold	SW2350 Gold Dome	SW2357 Goldmine	SW2364 Mossy Bank
SW2183 Yearling	SW2190 Lanyard	SW2197 Yellow Stone	SW2204 Oakledge	SW2211 Bidbath Tan	SW2218 Prickly Pear	
SW2184 Deer Valley	SW2191 Ligonier Tan	SW2198 Splendor Gold	SW2205 Townhall Tan	SW2212 Headlands	SW2219 Wild Rice	
SW2185 Tower Tan	SW2192 Sunporch	SW2199 August Moon	SW2206 Row House Tan	SW2213 Sahara Sand	SW2220 Mellowed Ivory	
SW2186 Townhouse Tan	SW2193 Eaglet Beige	SW2200 Travertine	SW2207 Colony Buff	SW2214 Tradition Ivory	SW2221 Gazebo White	
SW2187 Quail Brown	SW2194 Prairie Sand	SW2201 Golden Gate	SW2208 Mesa Tan	SW2215 San Antonio Sag	SW2222 Sassafras Tea	
SW2188 Shingle Brown	SW2195 Roadside	SW2202 Outrigger	SW2209 Tycoon Brown	SW2216 Adano Bronze	SW2223 Natchez Moss	
SW2189 Loq Cabin	SW2196 Burl Brown	SW2203 Bird House	SW2210 Split Rail	SW2217 Age Bronze	SW2224 Caper	
SW2141 Autum Dusk	SW2148 Badlands Mauve	SW2155 Georgetown	SW2162 Pottery Urn	SW2169 Sombrero	SW2176 Oak Creek	
SW2142 Venice Lavendar	SW2149 Motif Mauve	SW2156 Fauna	SW2163 Gothic Rose	SW2170 Atelier Tan	SW2177 Terrain Tan	
SW2143 Melodius Mauve	SW2150 Etude Lilac	SW2157 Nomad	SW2164 Plaza Buff	SW2171 Trek Tan	SW2178 Carefree Coral	
SW2144 Bohemian Tint	SW2151 Chinaberry	SW2158 Arabesque Beige	SW2165 Rococo Beige	SW2172 Condo Coral	SW2179 Pueblo	
SW2145 Medieval Mauve	SW2152 Anastasia Plum	SW2159 Sonora Rose	SW2166 Coffee House	SW2173 Shaker Red	SW2180 Chaps	
SW2146 Grapy	SW2153 Painted Desert	SW2160 Horse Chestnut	SW2167 Canyon Wall	SW2174 Down-to-Earth	SW2181 Cattail Brown	
SW2147 Plum Perfect	SW2154 Cranbrook	SW2161 Mesquite Wood	SW2168 Barnstable Brow	SW2175 Plantation Brow	SW2182 Briar Patch	

gantone Sherwin Williams para sector del plan

SW2218 Prickly Pear	SW2225 Willowbrook	SW2246 Victoria Falls	SW2253 Floating Garden	SW2260 Scottish Loch	SW2267 Charlet Blue	SW2274 Cosmopolitan Or	SW2281 Reddish Dusk	SW2288 Treliss Rose	SW2295 Pink Prelude
SW2219 Wild Rice	SW2226 Shore Green	SW2247 Mayfarer Gray	SW2254 Wilmington	SW2261 Canal Blue	SW2268 Scandinavian Sk	SW2275 Romanesque	SW2282 Kashmir Sand	SW2289 Ole Pink	SW2296 Strawberry Hill
SW2220 Malloved Ivory	SW2227 Wild Sage	SW2248 April Showers	SW2255 Shoreline	SW2262 Portal Blue	SW2269 Domicile Blue	SW2276 Billowy Gray	SW2283 Minstral Rose	SW2290 Pinkwater	SW2297 Patio Pink
SW2221 Gazabo White	SW2228 Mistletoe	SW2249 Glass Black	SW2256 Aqua Breeze	SW2263 Skyway Blue	SW2270 Stargate	SW2277 Cumulus	SW2284 Dusty Pink	SW2291 Hacienda	SW2298 Pinkster Flower
SW2222 Sassafras Tea	SW2229 Audubon Green	SW2250 Pjord	SW2257 Blue Ridge	SW2264 Newport Blue	SW2271 Uniform Blue	SW2278 Town Square	SW2285 Marron	SW2292 Wild Rose	SW2299 Tangier
SW2223 Natchez Moss	SW2230 Harvibore	SW2251 Charcoal Green	SW2258 Ivy Wall	SW2265 Boathouse	SW2272 Bar Harbor	SW2279 Saltbox Blue	SW2286 Barbeque Brown	SW2293 Bryce Rose	SW2300 Forest Berry
SW2224 Caper	SW2231 Wilderness Green	SW2252 Cypress Black	SW2259 Dense Forest	SW2266 Brisbane Blue	SW2273 Black Sable	SW2280 Gatepost Gray	SW2287 Pioneer Brown	SW2294 Carriage Door	SW2301 Farmhouse
SW2071 Studio Taupe	SW2078 Fenland	SW2085 Zeus	SW2092 Mountain Road	SW2099 Cornerstone	SW2106 London Fog	SW2113 Earl Gray	SW2120 Stealy Gray	SW2127 Summit Gray	SW2134 Pavestone
SW2072 Partico	SW2079 Avenue Tan	SW2086 Gateway Gray	SW2093 Rushing River	SW2100 Stormy Night	SW2107 Province Blue	SW2114 Gris	SW2121 Monoral Silver	SW2128 March Wind	SW2135 Pussywillow
SW2073 Sandbar	SW2080 Natural	SW2087 Jogging Path	SW2094 Niagra Mist	SW2101 Whitewater	SW2108 Galleria	SW2115 Tinsmith	SW2122 Reflection	SW2129 Zircon	SW2136 Collonade Gray
SW2074 Fencepost White	SW2081 Grecian Ivory	SW2088 Paris White	SW2095 Oriol Gray	SW2102 Lattice	SW2109 Silverpoints	SW2116 Falling Star	SW2123 White	SW2130 Parma White	SW2137 Everest White
SW2075 Backpack Tan	SW2082 Rugged Crag	SW2089 Sleeping Stone	SW2096 Graylock	SW2103 Stonewalk	SW2110 Winward	SW2117 Touchstone	SW2124 Stonecutter	SW2131 Staple Gray	SW2138 Stonecreek
SW2076 Stonington	SW2083 Gristmill	SW2090 Yuma Green	SW2097 Tram Gray	SW2104 Pebble Path	SW2111 Homburg Gray	SW2118 Gunmetal Gray	SW2125 Wallstreet	SW2132 Gray Bridge	SW2139 Shipyard Gray
SW2077 Tudor House Bro	SW2084 Potting Shed	SW2091 Seal Beach Green	SW2098 Thunder Gray	SW2105 Wrought Iron	SW2112 Black Sea	SW2119 Umbrella Black	SW2126 Tricorn Black	SW2133 Dramatic Black	SW2140 Sealskin
SW2302 Carisbah Coral	SW2309 Minaret Melon	SW2316 Cavalier Copper	SW2323 Majerca Melon	SW2330 Honeybee	SW2337 Beacon Yellow	SW2344 Cupola Yellow	SW2351 Noble Brass	SW2358 Lemon Grass	SW2365 Turtle Creek
SW2303 Kissing Gate	SW2310 Flora	SW2317 Orange Tree	SW2324 Orange Blossom	SW2331 Golden Bluff	SW2338 Maize	SW2345 Biltmore Buff	SW2352 Brazzina	SW2359 Sugar Cane	SW2366 Sea Moss
SW2304 Casbah Coral	SW2311 Provencal Peach	SW2318 Promedade Peach	SW2325 Striking Peach	SW2332 Gentry Cream	SW2339 Concord Buff	SW2346 Heraldic Ivory	SW2353 Sundrop	SW2360 Hampton Green	SW2367 Wintergarden
SW2305 Fiesta Rose	SW2312 Summer Scent	SW2319 Magnolia Bud	SW2326 Indonesian Ivor	SW2333 Impressive Ivor	SW2340 Buff	SW2347 Cottage Cream	SW2354 Ceylon Cream	SW2361 Springlike	SW2368 Carpenter's Lac
SW2306 Cranberry Bog	SW2313 Sedona Clay	SW2320 Kypros	SW2327 Street Fair	SW2334 Luxuriant Gold	SW2341 Mustard Field	SW2348 Yellow Corn	SW2355 Honey Gold	SW2362 Dried Grasses	SW2369 Olive Grove
SW2307 Red Barn	SW2314 Anson Red	SW2321 Bonfire	SW2328 Monte Carlo	SW2335 Golden Needle	SW2342 Ornamental Gold	SW2349 Gugin Yellow	SW2356 Regency Gold	SW2363 Hosterland	SW2370 Tea Garden
SW2308 Riverboat	SW2315 Copper Nail	SW2322 Fox Run	SW2329 Brandyvine	SW2336 Pyramid Gold	SW2343 Gillework Gold	SW2350 Gold Dome	SW2357 Goldmine	SW2364 Mossy Bank	SW2371 Yew Hedge
SW2001 Rocky Coast	SW2008 Palisade	SW2015 Fawn Marble	SW2022 Dry Dock	SW2029 Tavern Taupe	SW2036 Pelican Tan	SW2043 Canoe	SW2050 Dormer Brown	SW2057 Veranda	SW2064 Outerbank
SW2002 Gray Ashlar	SW2009 Sandstone	SW2016 Canberra	SW2023 Threshold Taupe	SW2030 Sanderling	SW2037 Stone Lion	SW2044 Bedouin Beige	SW2051 Beach House	SW2058 Barcelona Beige	SW2065 Windsor Greige
SW2003 Stucco Greige	SW2010 Taupe Tint	SW2017 Victorian Rose	SW2024 Gobi Beige	SW2031 Pavilion Beige	SW2038 Leggia	SW2045 Boulevard Beige	SW2052 Western Reserve	SW2059 Sand	SW2066 Nantucket Dune
SW2004 Egret White	SW2011 Pediment	SW2018 Pink Beige	SW2025 Castle Beige	SW2032 Bungalow Beige	SW2039 Estate Tan	SW2046 Snow Goose	SW2053 Coast Point	SW2060 Casa Blanca	SW2067 Maison Blanche
SW2005 Keystone Gray	SW2012 Warm Shadow	SW2019 June Bug	SW2026 Mushroom Basket	SW2033 Foothills	SW2040 Resort Tan	SW2047 Picnic Table	SW2054 Meadowlark	SW2061 Nightingale	SW2068 Tent Tan
SW2006 Mockingbird	SW2013 Manor House	SW2020 Adirondak	SW2027 Thicket	SW2034 Homestead Brown	SW2041 Aerie Brown	SW2048 Timberidge	SW2055 Outback Brown	SW2062 Campground	SW2069 Falcon Brown
SW2302 Carisbah Coral	SW2309 Minaret Melon	SW2316 Cavalier Copper	SW2323 Majerca Melon	SW2330 Honeybee	SW2337 Beacon Yellow	SW2344 Cupola Yellow	SW2351 Noble Brass	SW2358 Lemon Grass	SW2365 Turtle Creek
SW2303 Kissing Gate	SW2310 Flora	SW2317 Orange Tree	SW2324 Orange Blossom	SW2331 Golden Bluff	SW2338 Maize	SW2345 Biltmore Buff	SW2352 Brazzina	SW2359 Sugar Cane	SW2366 Sea Moss
SW2304 Casbah Coral	SW2311 Provencal Peach	SW2318 Promedade Peach	SW2325 Striking Peach	SW2332 Gentry Cream	SW2339 Concord Buff	SW2346 Heraldic Ivory	SW2353 Sundrop	SW2360 Hampton Green	SW2367 Wintergarden
SW2305 Fiesta Rose	SW2312 Summer Scent	SW2319 Magnolia Bud	SW2326 Indonesian Ivor	SW2333 Impressive Ivor	SW2340 Buff	SW2347 Cottage Cream	SW2354 Ceylon Cream	SW2361 Springlike	SW2368 Carpenter's Lac
SW2306 Cranberry Bog	SW2313 Sedona Clay	SW2320 Kypros	SW2327 Street Fair	SW2334 Luxuriant Gold	SW2341 Mustard Field	SW2348 Yellow Corn	SW2355 Honey Gold	SW2362 Dried Grasses	SW2369 Olive Grove
SW2307 Red Barn	SW2314 Anson Red	SW2321 Bonfire	SW2328 Monte Carlo	SW2335 Golden Needle	SW2342 Ornamental Gold	SW2349 Gugin Yellow	SW2356 Regency Gold	SW2363 Hosterland	SW2370 Tea Garden
SW2308 Riverboat	SW2315 Copper Nail	SW2322 Fox Run	SW2329 Brandyvine	SW2336 Pyramid Gold	SW2343 Gillework Gold	SW2350 Gold Dome	SW2357 Goldmine	SW2364 Mossy Bank	SW2371 Yew Hedge

Anexo N° 5: Encuesta participativa: El color en Valparaíso

Nombre	
Sexo	Femenino: Masculino:
Escolaridad	
Autóctono o afuerino	

1.- ¿Piensa que el color en los espacios públicos influye en las personas?

Si No

2.- ¿Con respecto a las fachadas existe alguna preferencia para determinar el color de los muros?

Gusto personal
Influencia casa exterior
Recomendaciones

3.- ¿Que tonos prefiere al momento de pintar su casa?

Tonos calidos
Fríos, mezclados
Brillantes
Mate.

4.- ¿Usted apoyaría una propuesta de color para su barrio y aportaría con capital para ello?

Si No

5.- ¿Usted esta en conocimiento de la carta cromática que el municipio tiene para el plan de Valparaíso?

Si No

6.- ¿Le gusta el color en la ciudad o cree que debería homogeneizarse para que se vea más parejo?

Si No