



**IMAGEN PÚBLICA**

**LICENCIATURA EN  
IMAGOLOGÍA®**

**Fundamentos de Imagología®**

**Cátedra 12**

# IMAGEN AMBIENTAL



# DEFINICIÓN DE IMAGEN AMBIENTAL

La percepción que se tiene de una persona o institución por parte de sus grupos objetivo como consecuencia del uso de estímulos emanados de sus **escenarios**

# AMBIENTE

Entenderemos por ambiente toda la serie de estímulos que impactarán los sentidos de la audiencia al estar presente en un **espacio funcional**

# LA PERCEPCIÓN AMBIENTAL

Es un proceso activo, complejo y dinámico que exige la coherencia en los estímulos para que se produzca en el individuo la sensación de **integración** que arrojará la **aceptación** del entorno.

# ELEMENTOS DE IMAGEN AMBIENTAL

- COLOR
- ILUMINACIÓN
- MÚSICA
- AROMA
- ESPACIO
- TEMPERATURA

- MOBILIARIO
- ELEMENTOS DE DECORACIÓN; SUS FORMAS, COLORES, TEXTURAS Y PATRONES

# EL COLOR

- EL COLOR ES LUZ
- EL COLOR ES PIGMENTO
- EL COLOR ES UNA SENSACIÓN
- EL COLOR ES INFORMACIÓN
- EL COLOR ES ENERGÍA
- EL COLOR ES PODEROSO

# CUALIDADES PSICOLÓGICAS DE LOS COLORES BÁSICOS

- ROJO:

- SIMBOLIZA LA **SANGRE**

- SU PERCEPCIÓN SENSORIAL ES EL  
**APETITO**

- SU CONTENIDO EMOCIONAL: EL **DESEO**



# CUALIDADES PSICOLÓGICAS DE LOS COLORES BÁSICOS

- **VERDE:**

- **SIMBOLIZA LOS ÁRBOLES**

- **SU PERCEPCIÓN SENSORIAL ES LA  
ASTRINGENCIA, LA FRESCURA**

- **SU CONTENIDO EMOCIONAL: EL  
ORGULLO, LA FIRMEZA**

# CUALIDADES PSICOLÓGICAS DE LOS COLORES BÁSICOS

- AZUL:
- SIMBOLIZA EL CIELO Y EL MAR
- SU PERCEPCIÓN SENSORIAL ES LA DULZURA
- SU CONTENIDO EMOCIONAL: LA TERNURA, LA TRANQUILIDAD

# CUALIDADES PSICOLÓGICAS DE LOS COLORES BÁSICOS

- AMARILLO:

- SIMBOLIZA EL SOL

- SU PERCEPCIÓN SENSORIAL ES EL  
SABOR CONDIMENTADO (SPICY)

- SU CONTENIDO EMOCIONAL: LA  
ALEGRÍA, LA ESPERANZA, LA CONFIANZA

# LA ILUMINACIÓN

- Uso funcional: favorece el **rendimiento** humano
- Uso estético: favorece la **apariencia** de las cosas o personas:
- Cualidades de la Luz: **apariencia cromática** y **efecto cromático**

# ...LA ILUMINACIÓN

- Luz Fría
- De apariencia cromática **blanca**
- Produce un efecto cromático **claro y plano**, sin sombras
- **Detalla**, es uniforme, **barata** y limpia.

# ...LA ILUMINACIÓN

## Luz Cálida

- De apariencia cromática **amarilla**
- Produce un efecto cromático **natural** con volumen y sombras
- **Disimula**, contrasta, crea **intimidad** y **privacía**. Es más **cara** que la blanca.

# LA MÚSICA

- Medio de **comunicación**
- Productora de **emociones**, las libera o domina
- Despierta **instintos primitivos**.

# LA MÚSICA

- Produce respuestas en la audiencia tanto **fisiológicas** como **psicológicas**
- Para producir efecto en la audiencia intervienen:

**Melodía, Armonía, Ritmo, Tono de ejecución y texturas de sonido**



# LA MÚSICA

- Provoca asociaciones con **experiencias reales**
- Mucho de su poder evocativo es **imaginario**, creando fantasías mentales, medios de escape o encuentro
- Tiene multiplicidad de aplicaciones: descansar, comer, dormir, orar, amar, etc.

# LA MÚSICA

- El secreto para producir una emoción determinada en la audiencia será el conocer cuáles son las **características musicales** ligadas con la **emoción** que se desea producir y de ahí pasar a elegir el estímulo musical que, cumpliendo con dichas características, se deberá usar.

# EL AROMA

- El sentido del olfato es diez mil veces más **agudo** que otros sentidos
- El estímulo del olor viaja **más rápidamente** al cerebro que la vista o el sonido
- El olfato posee **gran memoria** y evoca con facilidad situaciones y **sentimientos**
- Produce respuestas en la audiencia tanto **fisiológicas** como **psicológicas**

# EL AROMA

- Ejerce una gran **influencia invisible** en la toma de decisiones
- El olfato es el único sentido que posee acceso directo al **sistema límbico** del cerebro (central de control que coordina la información que envían los estímulos sensoriales)

# EL AROMA

- El secreto para producir una emoción determinada en la audiencia será el conocer cuáles son los **aromas** ligados con la **emoción** que se desea producir y de ahí pasar a elegir el estímulo olfativo que, cumpliendo con dichas características, se deberá usar.