



Prensas Universitarias
Universidad Zaragoza

Novedades

Estética del producto industrial y su representación gráfica

Ana Serrano Tierz

M.^a Pilar Biel Ibáñez

Prensas de la Universidad de Zaragoza

Textos Docentes, 216

2012, 90 pp., 17 x 23 cm

978-84-15538-77-6

18,50 euros



El contenido de este texto docente responde al programa de las asignaturas Estética e Historia del Diseño y Expresión Artística impartidas en el grado en Diseño Industrial y Desarrollo de Producto, Dotar al alumno de los elementos esenciales que le sirvan tanto para analizar el producto industrial desde un punto de vista estético como para poder representar un concepto de producto mediante estrategias gráficas son los dos objetivos principales de esta publicación. El contenido del libro ha sido estructurado en seis capítulos: Forma del producto. Proporción. Iluminación y presentación del producto. El color del producto. Paneles de presentación. La estética de los productos industriales.

ÍNDICE

PREÁMBULO	7
1. FORMA	13
1.1. Objetivos del capítulo	13
1.2. Introducción al capítulo.....	13
1.3. Elementos del lenguaje visual en la representación de productos industriales.....	15
1.3.1. El lenguaje visual.....	15
1.3.2. Interpretación del lenguaje visual	16
1.4. Comprensión de la forma del producto	18
1.5. Representación gráfica de la forma y de la estructura del producto	21
1.5.1. Concepto de forma del producto	21
1.5.2. Concepto de estructura del producto	22
1.6. Cambios estructurales en las formas del producto	23
1.7. El lenguaje metafórico de las formas	24
1.8. Niveles de acabado del producto.....	26
1.9. Apoyo perspectivo en la representación formal del producto	27
2. PROPORCIÓN	31
2.1. Objetivos del capítulo	31
2.2. Introducción al capítulo.....	31
2.3. Análisis de la proporción del producto industrial	32
2.4. Encajado y proporción en la representación del producto industrial	33
2.5. Cálculo mental de proporciones para trazar	34

2.6. La proporción áurea	35
3. ILUMINACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	39
3.1. Objetivos del capítulo	39
3.2. Introducción al capítulo.....	39
3.3. Iluminar objetos	40
3.4. Principios fundamentales de la luz.....	43
3.5. Incidencias de la luz en la representación.....	43
4. COLOR	45
4.1. Objetivos del capítulo	45
4.2. Introducción al capítulo.....	45
4.3. ¿Qué es el color?	46
4.4. Vocabulario del color	47
4.5. La sensación cromática	48
4.6. Elementos básicos del color.....	49
4.6.1. La luz	49
4.6.2. El objeto.....	50
4.6.3. El observador.....	51
4.7. Relaciones del color	51
4.7.1. Mezcla de colores. Síntesis aditiva	51
4.7.2. Mezcla de colores. Síntesis sustractiva. Colores de pigmentos	52
4.8. Escalas cromáticas y acromáticas.....	53
4.9. Definición y naturaleza del color	53
4.10. Cuadro de la denominación del color	55
4.10.1. Modelos de color	55

4.11. Sistemas de ordenación del color	57
4.12. Psicología y percepción.....	57
4.13. Percepción de los contrastes simultáneos	58
4.14. Funciones comunicativas del color	59
4.14.1. Propiedades físicas	61
4.14.2. Propiedades psicológicas	62
4.14.3. Propiedades simbólicas.....	63
4.15. Presencia del color en el producto industrial.....	65
5. PANELES DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO INDUSTRIAL.....	67
5.1. Objetivos del capítulo.....	67
5.2. Concepto de panel.....	67
5.3. Tipos de paneles.....	67
5.3.1. Panel de influencias.....	68
5.3.2. Identificación de valores para el diseño de un nuevo producto.....	68
5.4. Paneles de presentación: paneles de conceptos, paneles de uso- funcionales, paneles técnicos	70
5.5. Uso de retículas para el diseño de paneles de presentación.....	72
5.5.1. Retícula de manuscrito.....	74
5.5.2. Retícula de columnas.....	75
5.5.3. Retícula modular.....	75
5.5.4. Retícula jerárquica.....	76
5.6. Elementos del panel de presentación	76
5.7. Empleo de fondos de resalte.....	78
6. ANÁLISIS ESTÉTICO DEL PRODUCTO INDUSTRIAL.....	81
6.1. Objetivos del capítulo.....	81

6.2. Metodología para el análisis estético del producto industrial	81
Bibliografía.....	85