

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

**Floriografía, origen, significado, aportaciones
y su uso en la cultura mexicana**

Autor: Lidia Karina Meza Sánchez

**Tesis presentada para obtener el título de:
Lic. En Diseño gráfico**

**Nombre del asesor:
Gerardo Vinicio Rochín Lámbarry**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





FACULTAD DE DISEÑO GRÁFICO

Floriografía

Origen, significado, aportaciones y
su uso en la cultura mexicana



TESIS

Que para obtener el grado de

LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

Presenta

Lidia Karina Meza Sánchez

Asesor

M en CyAD Gerardo Vinicio Rochín Lámbarry

CLAVE: 16PSU0010U

ACUERDO N° LIC100842

UVAQ
UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

Morelia, Michoacán

Octubre 2013



FACULTAD DE DISEÑO GRÁFICO

Floriografía

Origen, significado, aportaciones y
su uso en la cultura mexicana



TESIS

Que para obtener el grado de

LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

Presenta

Lidia Karina Meza Sánchez

Asesor

M en CyAD Gerardo Vinicio Rochín Lámbarry

CLAVE: 16PSU0010U

ACUERDO N° LIC100842

UVAQ
UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

Morelia, Michoacán

Octubre 2013

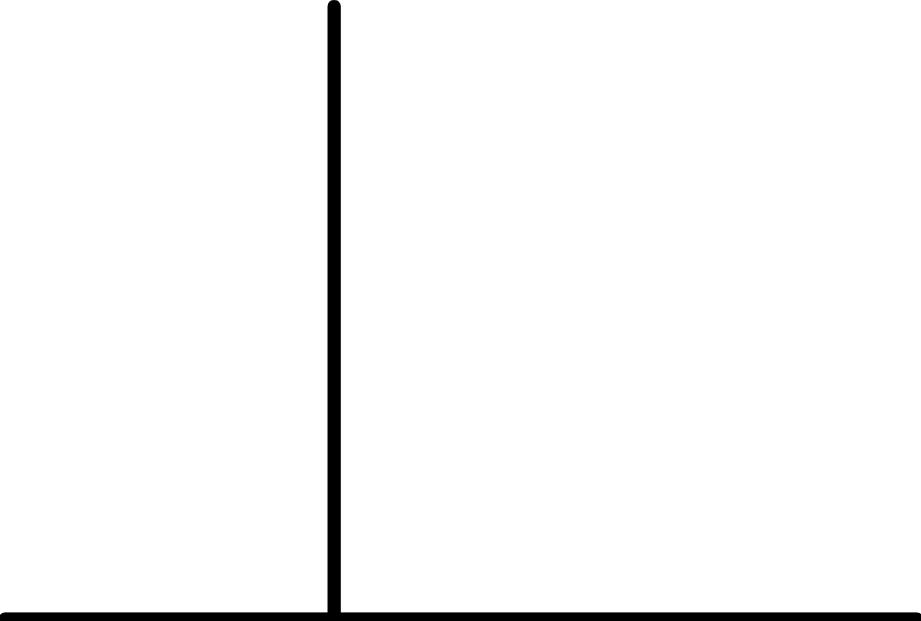
Agradecimientos



El ser humano es aquel que se deriva de la especie animal, pero gracias a la evolución desarrolló características que lo distinguen y diferencian de las otras especies; el ser humano tiene la habilidad de hablar, pensar e ir más allá de la comunicación, se caracteriza por su gran imaginación; es un ser racional, conceptual, su habilidad y adaptabilidad hacen de él un ser complejo y un ser realmente sofisticado.

Debido al desarrollo neurológico y al aumento del cerebro el ser humano posee un nivel alto de complejidad, este desarrollo también se vio reflejado en el cuerpo, haciéndolo más hábil en sus movimientos y locomoción; estas capacidades ayudaron a extender sus actividades, como los deportes, la danza y el arte.





F Floriografía

Origen, significado, aportaciones y
su uso en la cultura mexicana



Introducción

| | |
|----------------------------|----|
| Presentación | 11 |
| Justificación | 11 |
| Antecedentes | |
| Planteamiento del problema | |
| Supuesto | |
| Preguntas directrices | |
| Objetivo general | |
| Objetivos particulares | |

Capítulo I Marco conceptual

Mapa conceptual

1.1 Antropología

- 1.1.1 Adaptabilidad humana
- 1.1.2 Antropología cultural y lingüística
- 1.1.3 Cultura
- 1.1.4 Lenguaje y comunicación en la antropología
- 1.1.5 Adaptabilidad cultural

1.2 Psicología

- 1.2.1 Percepción y sensación
- 1.2.2 Aprendizaje constructivista
- 1.2.3 Emociones y sentimientos
- 1.2.4 Color y emociones

1.3 Comunicación

- 1.3.1 El proceso de la comunicación
- 1.3.2 Efectos de la comunicación
- 1.3.2 Teoría de la penetración social
- 1.3.3 Semiología y significado

1.4 Floriografía

1.4.1 Mitología y simbolismos

1.4.2 Las flores de México

Capítulo II Proceso metodológico

2.1 Metodología

2.2 Diseño de instrumento

2.3 Investigación de mercado

2.4 Recopilación de datos

2.5 Presentación de resultados

2.5.1 Mensajes de las flores

2.5.2 Mensajes de los colores

2.5.3 Comparación de resultados

Capítulo III Desarrollo de proyecto

Presentación del proyecto

Retícula de trabajo

Registro y suaje

Medidas

Imágenes de muestra

Conclusiones

Bibliografía

Relación de imágenes



Introducción



Presentación
Justificación
Antecedentes
Planteamiento del problema
Supuesto
Preguntas directrices
Objetivo general
Objetivos particulares



Presentación

Las plantas son organismos que se originaron entre los primeros seres vivos de nuestro planeta, en estas primeras manifestaciones de vida se encuentran las algas y durante la etapa de la evolución desarrollaron hojas. Estos seres autosuficientes comienzan a desarrollarse en la vida terrestre en el mundo vegetal. Hoy en día existen más de 300.000 especies de plantas, de las cuales, 250.000 producen flor.

La flor tiene como función natural la reproducción de la planta por medio de semillas y de la fotosíntesis. Además de la función natural, el ser humano a dado una mayor usabilidad a este ser vivo. La comunicación es un proceso que va de la mano con el ser humano, como una actividad cotidiana; este documento muestra cómo la comunicación puede desarrollarse, es decir, cómo pasa de ser un proceso a ser un hecho sociocultural en el que por medio de la psicología, la antropología, la semiótica y la comunicación las flores puede comunicar, realizar percepciones e interpretaciones en las personas.

Justificación

Este análisis está orientado a profesionistas en la comunicación gráfica, es decir, comunicólogos, diseñadores gráficos, entre ellos también entra el área de psicología y semiótica. El documento indagará temas referentes al ser vivo llamado flor, se pretende adentrar en las aplicaciones culturales históricas, hasta las modernas, ampliar la información sobre su lenguaje visual, simbólico y sociocultural. Por medio de elementos naturales como son las flores podemos encontrar variantes de comunicación dependiendo de su aplicación y origen cultural, explicar como funcionan e incorporar este conocimiento en las bases del diseño es la razón de la observación.



Antecedentes

Es la expresión o lenguaje de las flores; Durante la época victoriana la floriografía fue un medio de comunicación a base de la combinación de flores, por medio de estos arreglos las personas enviaban mensajes en forma de códigos, especialmente con el fin de comunicar sentimientos, esto surge por la falta de contacto personal y costumbres de ese tiempo.

La floriografía llega a Inglaterra por medio del rey Carlos II, recopiló el arte en Persia en el siglo XVII. Actualmente no existe una traducción exacta en base a los sentimientos victorianos en el lenguaje de las flores, aún así estas pueden transmitir, significar y simbolizar. En la literatura se puede encontrar libros sobre la floriografía, uno de ellos se titula "The language of flower: a histroy", escrito por B. Seatón, donde cuenta la historia y relación de la vida victoriana con la de las flores.

Un ejemplo de la floriografía en el séptimo arte es la película "Kate & Leopold", una comedia romántica, en la cual un Duque del siglo XIX y una ejecutiva del siglo XXI se enamoran a pesar de sus vidas y sociedad.

En el film se encuentra una escena donde el "Duque Leopold" le explica a "Charlie" un neoyorquino del siglo XXI cómo escoger un ramo de flores para una dama, le dice que cada flor tiene un significado y le recomienda el más apropiado para la ocasión, pero sobre todo para la intención.

En aquel tiempo ya existía un lenguaje anterior a la floriografía, ubicado en Japón, esta expresión llevaba el nombre de Hanakotoba (花言葉, flor-lengua) que quiere decir lengua de flores.



El Hanakotoba es una manera de expresar los pensamientos influenciados por el occidente, hoy en día los jóvenes japoneses siguen automáticamente estas tradiciones sobre los significados y códigos de las flores.

Este lenguaje o medio de comunicación surge en el oriente específicamente en Japón, llevando el nombre de “Hanakotoba” y desde entonces se expandió por el mundo variando su significado, dependiendo del ambiente cultural. Japón se caracteriza por ser un país rico en simbolismo, se cree que el “Hanakotoba” surge del arte floral “Ikebana”.

Ikebana (生け花 ó いけばな) que significa, “flor viva colocada”, se comprende de una composición decorativa por medio de flores, hojas, ramas y frutos, entre sus usabilidades están la decoración y método de meditación, en Japón lo identifican junto con el ciclo de vida o las estaciones.

Este arte tiene su historia desde hace más de 500 años y con el transcurso del tiempo la sociedad lo ha adaptado como pasatiempo. Los primeros arreglos en el Ikebana fueron hechos por los monjes budistas (siglo VI D.C.) con motivos de decoración de templos.

Estos arreglos florales junto con velas fueron usados también en festivales del siglo XIV en celebraciones de templos y santuarios; más tarde se crean los concursos de flores junto con el diseño de vasijas o floreros.

En la literatura existe el libro “Kaoirai no Kadensho”, el cual se dice ser el libro más antiguo del Ikebana; Este hermoso arte tenía la tradición de brindar ofrendas florales a Buda, se basaba en la armonía y en una simple y sencilla construcción lineal junto con los elementos de la naturaleza. Otra característica era su diseño, como el color, la forma, la textura y la línea.



Color y forma: Determinados por la naturaleza, aunque con el paso de los tiempos las escuelas podían modificarlas a formas más modernas.

Textura: Superficie de los materiales en la composición.

Todos estos elementos forman a detalle una buena obra de Ikebana.

Existen distintos estilos de Ikebana, Shoka, Rikka, Moribana, entre otros que forman parte de diferentes siglos, con el paso del tiempo las tradiciones se expanden y adquieren otros simbolismos y significados.

Algunas escuelas de Ikebana son:

Koryu: Fundada en 1603, sus composiciones fueron conocidas como "Nageire" y caracterizadas por la espontaneidad estética.

Ohara: Fundada a principios del siglo XX, sus estilo de composición es conocido como "Moribana" y se caracteriza por la libertad artística, junto con el uso de jarrones de cuello estrecho.

Sogetsu: Creada en el siglo XXI, determinada por el estilo "Zenéi", se hace llamar también como el Ikebana vanguardista por su rechazo a los estilos clásicos.



J. González comparte referencias sobre el arte Ikebana en su obra titulada Filosofía de las artes japonesas. Artes de guerra y caminos de paz, capítulo 4 “Camino de las flores”.

En la obra de G. Casasola titulada “Seis siglos de historia gráfica de México” hace mención sobre el lenguaje de las flores, ya que por medio del color de las hojas y pétalos pueden lograr una comunicación visual, en la antigüedad los primeros hombres pintaban y grababan imágenes, entre ellas las flores, plantas y animales, él comenta que los moros desarrollaron este lenguaje así como los significados y la gramática.

Como antecedente natural la botánica es la rama de la biología, la cual se considera ciencia y que se ocupa del estudio de las plantas.

La botánica también cuenta con diversas disciplinas, entre ellas la etnobotánica, la cual tiene como estudio la relación del entorno vegetal entre los seres humanos, es decir, su uso para fabricar instrumentos, herramientas, comunicación, cultura o vida social, es así como surgen jardines etnobotánicos como disciplina que tiene como objetivo reconocer las plantas que se relacionan con el hombre, por medio de estos jardines surge la horticultura la cual entre sus áreas está la floricultura, orientada al cultivo de las plantas ornamentales y flores, estos vegetales forman parte de la industria y en el mercado.



Planteamiento del problema

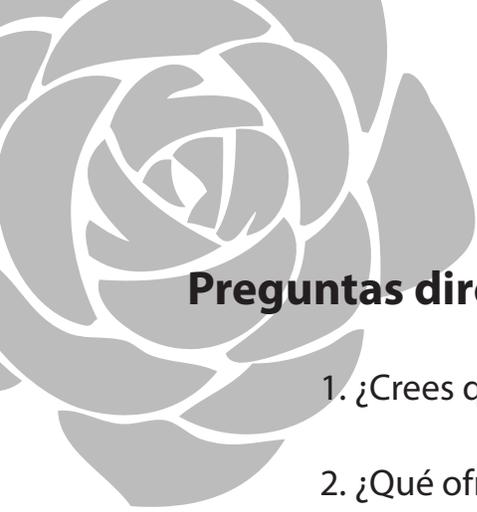
Para lograr una buena comunicación es necesario conocer la función del mensaje y sus posibles codificaciones.

En el caso del lenguaje de las flores la comunicación se da por el medio visual y muchas veces las personas no logran comprender el impacto psicológico y semiótico que les proyecta.

El proyecto tiene como función proporcionar a las áreas de la comunicación y entre ellos a la sociedad gráfica aquellos significados y decodificaciones del lenguaje de las flores.

Supuesto

Colocar en el mundo de la comunicación y de la interpretación interpersonal el lenguaje floral ó florigráfica con el fin de que la sociedad lo adopte y utilice, ya que por medio de él las personas encontrarán una forma de comunicación no verbal, emotiva y racional.



Preguntas directrices

1. ¿Crees que la flor puede comunicar?, ¿Cómo?
2. ¿Qué ofrece la florigrafía a la sociedad?
3. ¿Se puede analizar gráficamente a una flor?
4. ¿Existe un mensaje diferente dependiendo del tamaño, color, forma, de las flores?
5. ¿Pueden existir mensajes en un conjunto de flores?
6. ¿Cómo puede la florigrafía tener usabilidad?



Objetivo general

Profundizar en el lenguaje de las flores su origen natural, adaptabilidad socio cultural, psicología y usabilidad en el mundo de la comunicación.

Objetivos particulares

Conocer los orígenes naturales de las flores.

Identificar los antecedentes e historia sobre las técnicas y artes referentes a la florigrafía.

Investigar sus significados en la cultura mexicana

Conocer y distinguir cómo por medio de la semiología surge una interpretación y comunicación.

Conocer cómo actúan las formas, los colores, los sentimientos y emociones por medio de la psicología.

Analizar la antropología cultural y etnología

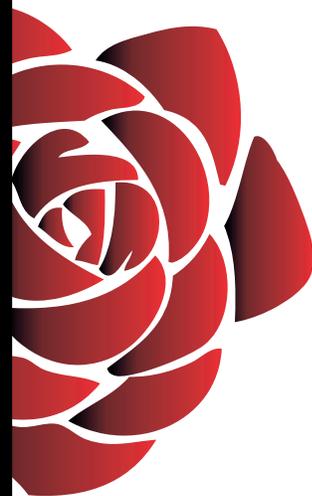
Identificar los principios universales del diseño y su adaptabilidad cultural.

Conocer su usabilidad en la vida social.

Investigar sus significados en la cultura mexicana.

Proponer el empleo de la florigrafía en la sociedad y en la comunicación en general, realizando varios análisis sobre el uso de las flores en el mercado como es la publicidad.

Capítulo 1



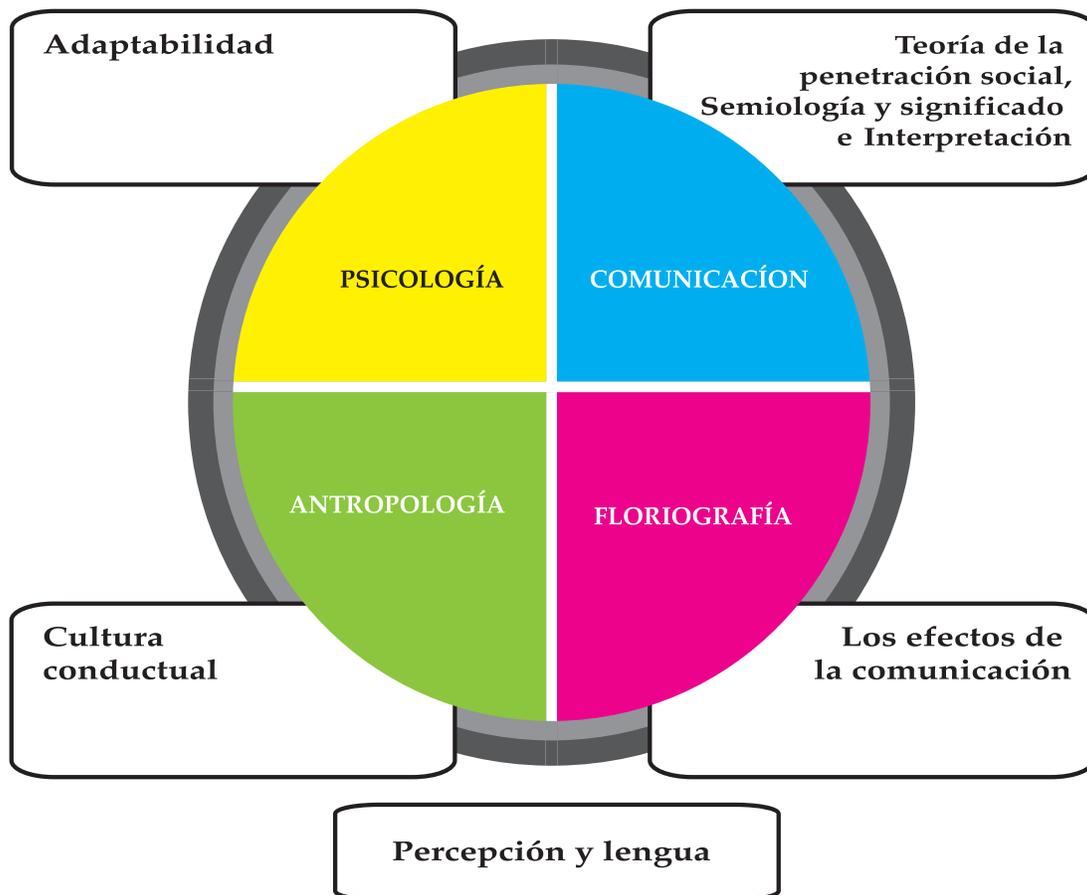
1.1 Antropología

1.2 Psicología

1.3 Comunicación

1.4 Floriografía

Mapa conceptual



1.1 Antropología



El ser humano es aquel que se deriva de la especie animal, pero gracias a la evolución desarrolló características que lo distinguen y diferencian de las otras especies; el ser humano tiene la habilidad de hablar, pensar e ir más allá de la comunicación, se caracteriza por su gran imaginación; es un ser racional, conceptual, su habilidad y adaptabilidad hacen de él un ser complejo y un ser realmente sofisticado.

Debido al desarrollo neurológico y al aumento del cerebro el ser humano posee un nivel alto de complejidad, este desarrollo también se vio reflejado en el cuerpo, haciéndolo más hábil en sus movimientos y locomoción; estas capacidades ayudaron a extender sus actividades, como los deportes, la danza y el arte.



Fig. I-1. Estudio de poblaciones, culturas, sociedades y comunidades

1.1.1 Adaptabilidad humana

La antropología surge como la ciencia especializada en el estudio de la especie humana; explora su existencia basada en el espacio, tiempo, (presente y futuro), sus orígenes, antes, durante y después de los cambios históricos, estudia sus condiciones en la biología, sociedad, lenguaje y cultura.

El objetivo de la antropología es identificar cómo el ser humano se desarrolla en áreas dentro de un ambiente social. La antropología es una ciencia holística, es decir, que analiza diversos eventos desde múltiples puntos de vista; el holismo se refiere a la suma de todos los componentes de o para un sistema.

Los antropólogos estudian a los seres humanos allá donde los encuentran y en cualquier momento, en el interior de Australia, en un café turco, o en un centro comercial de cualquiera de nuestras ciudades. La antropología explora la diversidad humana en el tiempo y espacio en forma completa: pasado, presente, futuro; biología sociedad, lengua, cultura. Le resulta especialmente interesante la diversidad resultante de la adaptabilidad humana. (Kottak, 2006).

La antropología analiza y realiza comparaciones entre las sociedades, ya sean antiguas, modernas, simples o complejas, es así como surgen las perspectivas transculturales debido a las diferencias de costumbres.

La Real Academia Española define la palabra cultura como un conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico; conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.



1.1.2 Antropología cultural y lingüística

La antropología incluye 4 subdisciplinas principales, (sociocultural, arqueológica, biológica, lingüística) la unión de éstas forman una disciplina académica, llamada también antropología general.

Antropología cultura

Se refiere a el estudio de las estructuras en las relaciones, como las sociedad o la cultura, analiza y explica las relaciones o diferencias entre grupos, tiene como características el reconocimiento de factores políticos, económicos dentro de estas sociedades.

Esta relación se refleja como una amplia conexión, por medio de la etnología se interpreta los resultados de las comparaciones (etnografía), identifica, explica y prueba las hipótesis sobre los comportamientos socioculturales.

Etnografía

- Requiere trabajo de campo para recolectar datos
- Suele ser descriptiva
- Específica de un grupo/ciudad

Etnología

- Utiliza datos recogidos por una serie de investigadores
- Suele ser sintética
- Comparativa/transcultural



Antropología lingüística

No se sabe con exactitud sobre el comienzo de la habilidad del habla, pero expertos antropólogos estudiaron los cráneos antiguos de nuestros antepasados y creen que esto inicia en los monos y simios.

La antropología lingüística se enfoca al estudio del contexto social y cultural referente a la lengua a través del espacio y tiempo. La sociolingüística es la que se encarga de investigar las relaciones sociales y variaciones, estas a su vez están asociadas a grupos étnicos y clases sociales como se verá en el punto 1.1.4.

1.1.3 Cultura

Cultura es ese todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualquier otro hábito y capacidades adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad. (Tylor 1871).

El aprendizaje cultural depende del desarrollo de cada humano, al utilizar símbolos, signos; mediante él las personas recuerdan y generan ideas, manejan significados específicos y simbólicos; las personas adoptan gradualmente o de forma indirecta un sistema previamente establecido de significados y símbolos que utilizan para dar una definición al mundo, expresar sus sentimientos y juicios.

En otras ocasiones la cultura se enseña directamente, un ejemplo sería, la educación continua en la casa, cuando nuestros padres nos enseñan lo que está bien y lo que está mal, cuándo decir perdón, gracias, etc. La observación es otro medio de enseñanza, que es cuando el humano aprende por imitación.

Cultura compartida

Por medio de la sociedad los seres humanos transmiten la cultura, la cual aprendemos por observación, conversación, escuchando o imitando, más allá de las creencias, las personas comparten valores, esperanzas y recuerdos.

Las personas enculturadoras se dan cuando los hijos de una cultura crecen en lugares distintos al ambiente natural, estas personas absorberán ciertos valores distintos y los adoptarán. Al seguir cambiando constantemente su cultura también será difundida pero seguirán las aportaciones. La etnicidad significa identificación con, y sentirte parte de, un grupo étnico. El sentimiento étnico y el comportamiento puede variar en intensidad por el paso del tiempo, dependiendo de los grupos o país.

1.1.4 Lenguaje y comunicación en la antropología

En la antigüedad los primeros seres humanos se encontraban limitados y carentes de una buena comunicación. Con el paso del tiempo esto provocaba problemas entre los grupos, internos o externos, era necesario desarrollar un lenguaje.

La sociolingüística es la ciencia que investiga las relaciones entre las sociedades y la lingüística, existe una gran diversidad lingüística dependiendo de factores como la religión, el género, clase social, ocupación, etnicidad y otras. Las personas pueden introducir variaciones a sus lenguajes o formas de comunicación, cambian los estilos, dialectos y significados.

El rasgo clave del lenguaje es que este se encuentra en constante cambio, el origen del lenguaje no se da de forma milagrosa, esto se desarrolló y continúa en desarrollo.



Lenguaje humano

Desplazamiento: Tiene la capacidad de hablar de cosas y de hechos que no están presentes.

Productividad: Tiene la capacidad de generar nuevas expresiones mediante la combinación de otras.

Es específico de un grupo de humanos tener la capacidad para el lenguaje, pero cada comunidad lingüística tiene uno propio, que se transmite culturalmente.

Los términos y contrastes lingüísticos tienen códigos y significados, los cuales las personas perciben, estos sistemas de clasificación son los que estudia la etnosemántica.



1.1.5 Adaptabilidad cultural

Los principios de universales del diseño

El ser humano tiene capacidad de adaptación, ya que durante su evolución se sabe que vivió en migraciones y entornos distintos de aprendizaje, trasmite y adopta habilidades culturales. Actualmente la adaptación cultural se observa en las redes sociales; políticas, geográficas y económicas. (SIDAR, 2007).

En 1997 un grupo de profesionistas entre ellos, arquitectos, diseñadores, ingenieros e investigadores desarrollaron los 7 principios universales del diseño.

El objetivo de estos principios es el diseño para todos, un diseño utilizable, pero tomando siempre en cuenta los factores como la cultura, el costo, el ambiente, etc.

Seminario Iberoamericano sobre Discapacidad y Accesibilidad en la Red
SIDAR 1998 <http://www.sidar.org/>



Principio 1 Uso equitativo

El diseño es útil y vendible a personas con diversas capacidades.

Directrices:

- Proporcionar los mismos medios de uso para todos los usuarios idéntico siempre que sea posible, equivalentes cuando no.
- Evite segregar o estigmatizar a cualquier usuario.
- Las provisiones para privacidad y seguridad deben estar igualmente disponibles para todos los usuarios.
- Que el diseño sea atractivo para todos los usuarios.

Principio 2 Flexibilidad en el uso

El diseño se adapta a una amplia gama de preferencias y habilidades individuales.

Directrices:

- Proporcionar la elección de los métodos de uso.
- Acomoda la derecha-o el acceso zurdo y uso.
- Facilitar al usuario la exactitud y la precisión.
- Proporcionar la capacidad de adaptación al ritmo del usuario.



Principio 3 Uso simple e intuitivo

El uso del diseño es fácil de entender, independientemente de la experiencia del usuario, los conocimientos, habilidades lingüísticas o nivel de concentración actual.

Directrices:

- Eliminar la complejidad innecesaria.
- Sea consistente con las expectativas de los usuarios y la intuición.
- Cabida a una amplia gama de habilidades de alfabetización y el lenguaje.
- Organizar la información en consonancia con su importancia.
- Proporcionar provocando eficaz y comentarios durante y después de la finalización de tareas.

Principio 4 Información perceptible

El diseño comunica la información necesaria efectivamente al usuario, independientemente de las condiciones ambientales o las capacidades sensoriales del usuario.

Directrices:

- Usa diferentes modos (gráfica, verbal, táctil) para la presentación redundante de la información esencial.
- Proporcionar un contraste adecuado entre la información esencial y sus alrededores.
- Maximizar la legibilidad de la información esencial.
- Diferenciar los elementos en formas que puedan ser descritas (por ejemplo, hacen que sea fácil dar instrucciones o direcciones).
- Proporcionar compatibilidad con una variedad de técnicas o dispositivos usados por personas con limitaciones sensoriales.



Principio 5 Tolerancia para el error

El diseño minimiza los riesgos y las consecuencias adversas de acciones involuntarias o accidentales.

Directrices:

- Elementos para minimizar los riesgos y errores: elementos más usados, más accesibles, elementos peligrosos eliminados, aislados o protegidos.
- Colocar señales de advertencia de los peligros y errores.
- Proporcionar no cuenta con seguro.
- Desalentar acciones inconscientes en tareas que requieren vigilancia.

Principio 6 Esfuerzo físico bajo

El diseño se puede utilizar de manera eficiente y cómoda y con un mínimo de fatiga.

Directrices:

- Permitir al usuario mantener una posición corporal neutral.
- Utilizar las fuerzas de operación razonables.
- Minimizar las acciones repetitivas.
- Reducir al mínimo el esfuerzo físico.



Principio 7 **Tamaño y espacio para el acceso y uso**

El tamaño apropiado y el espacio se proporciona para el acceso, alcance, manipulación y uso, independientemente del tamaño corporal del usuario, la postura o la movilidad.

Conducta humana

El comportamiento se refiere a la manera en que las personas proceden, es decir, como se relacionan en su entorno, cultura o grupos. Estos comportamientos son estudiados por la etología. El comportamiento se da de manera voluntaria o involuntaria, consciente o inconsciente, según las condiciones que lo afecten.

Las ciencias sociales, conjunto de disciplinas académicas que estudian el origen y el desarrollo de la sociedad, de las instituciones y de las relaciones e ideas que configuran la vida social. Las ciencias sociales están formadas por: antropología, arqueología, sociología, las ciencias políticas, economía, geografía, historia e historiografía, derecho, psicología, criminología y psicología social.

El comportamiento está relacionado con las ciencias sociales, las cuales incluyen aspectos sociológicos, culturales, genéticos y sociológicos. El comportamiento es evaluado por normas y estudiado por varias disciplinas:

- Antropología
- Sociología
- Psicología

La psicología cognitiva es el estudio de los fenómenos mentales que causa por defecto la conducta humana y cognición, (facultad de procesar información a partir de la percepción.

1.2 Psicología



La psicología es una ciencia basada en la metodología que estudia los procesos mentales y la conducta humana, busca explicar los aspectos de los pensamientos, percepciones, acciones y sentimientos.

Definición etimológica : Psique: alma, logos: estudio

Otras conceptualizaciones contemporáneas son:

- El comportamiento de los organismos individuales en interacción con su ambiente.
- Los procesos mentales de los individuos.
- Los procesos de comunicación desde lo individual a lo micro social.



1.2.1 Percepción y sensación

La sensación se refiere a experiencias inmediatas básicas, generadas por estímulos aislados simples y se define en términos de la respuesta de los órganos de los sentidos frente a un estímulo. La percepción, por su parte, incluye la interpretación, análisis e integración de esas sensaciones, dándoles significado y organización. (Machaca, 2005).

El estímulo pertenece al mundo exterior y produce un primer efecto o sensación en la cadena del conocimiento; es de orden cualitativo como el frío, el calor, lo duro, lo gelatinoso, lo rojo, lo blanco... Es toda energía física, mecánica, térmica, química o electromagnética que excita o activa a un receptor sensorial. La percepción pertenece al mundo individual interior, al proceso psicológico de la interpretación y al conocimiento de las cosas y los hechos. (Cordero, S.D.)

1.2.2. Aprendizaje constructivista

El constructivismo es una área de la psicología y de la educación moderna, este termino fue utilizado por planeadores educativos, docentes y filósofos, otros lo enfatizan como: "la contribución del aprendiz al significado y al aprendizaje, mediante la actividad individual y social".

El término constructivismo puede referirse a cuestiones diferentes ya que existen diversos modelos. Una forma de identificar las perspectivas es refiriéndose a el constructivismo como: psicológica y social.

Constructivismo social de Vigotsky

Vygotsky dice que los procesos de aprendizaje se concretan dependiendo de la cultura, sociedad y ambiente en el que nacen y crecen las personas; La cultura juega un papel importante en la inteligencia, esto puede influir potentemente en las personas. Las relaciones sociales influyen también en el crecimiento cognoscitivo.



Vygotsky resalta la importancia de los procesos sociales y culturales, en el libro *Psicología educativa* de Anita E. Woolfolk dice que Vygotsky explica que la interacción social, las herramientas y la actividad cultural modelan el desarrollo del aprendizaje individual. Las personas están provistas a ciertas "funciones mentales" (percepción, memoria, atención y lenguaje) que se transforman en funciones mentales superiores a través de la interacción.

La teoría de Vygotsky pone en relieve las relaciones del individuo con la sociedad. Afirmó que no es posible entender el desarrollo de la persona si no se conoce la cultura donde se cría. Pensaba que los patrones de pensamiento del individuo no se deben a factores innatos, sino que son producto de las instituciones culturales y de las actividades sociales. La sociedad de los adultos tienen la responsabilidad de compartir su conocimiento colectivo a los integrantes más jóvenes y menos avanzados para estimular el desarrollo intelectual. Desarrollo del niño y del adolescente para educadores (Judith, 2000).

1.2.3 Emociones y sentimientos

Emociones

El término emoción significa una respuesta afectiva. Las emociones son en sus estados más desarrollados respuestas psicofísicas a estímulos o situaciones significativas. Las emociones se van transformando con la edad o, mejor dicho con el clima emocional varía de año en año, de acuerdo con el ascenso del nivel de madurez general de la personalidad. (Duque, S.D.).

Duque al igual de Vygotsky hacen referencia a que la cultura es una clave importante, pero en el caso de las emociones influye en el tipo de situaciones en las que se debe manifestar las emociones ya que por medio de ella se podrá dominar las emociones y a cómo expresar los sentimientos de forma socialmente adaptable.

La emoción es un estado afectivo que reaccionan ante los estímulos, influye en el equilibrio psicológico y fisiológico de las personas.

Las emociones se componen de:

- Comportamientos fisiológicos y cognitivos.
- Funciones de acción, comportamientos futuros e interacción social.
- Intensidad: aceleración respiratoria, cardíaca, sequedad, sudoración.

Las emociones se pueden clasificar en 3 :

Emociones básicas primarias: Todo ser humano posee emociones que son innatas y codificadas por nuestro cuerpo, son de corta duración e involuntarias.

- **Amor:** una de las más importantes en la continuidad de la raza humana, ya que por medio del amor pueden llegar a la procreación, además cumple con las necesidades afectivas y posibilita el logro de metas.
- **Miedo:** Su función es la protección ya que se aparta del peligro, esta emoción puede ser muy nerviosa y tensiva.
- **Tristeza:** La tristeza busca generar nuevos vínculos, sus estímulos con la separación o ruptura, fracaso o enfermedad.
- **Ira:** Busca recuperar el control, se caracteriza por ser defensiva con fuerza y es estimulada por la pérdida de espacio físico o psicológico.
- **Alegría:** es una emoción positiva, busca la satisfacción y el triunfo, se activa por medio del alivio, logros, etc.



Emociones secundarias: estas emociones no son innatas, estas son aprendidas por la persona por medio de la interacción con su entorno. Son de larga duración y son resultado de las E. Primarias. En el caso de las secundarias se da primero la cognición y posteriormente la emoción.

- Dependencia
- Ansiedad
- Depresión
- Rencor
- Euforia
- Manías
- Etc.

Emociones terciarias: Las utilizan las personas como ensayos erróneos, especialmente usadas para las situaciones de pérdida de control, son creadas para obtener beneficios personales.

- Celos
- Venganza
- Malestar
- Nostalgia
- Culpabilidad

Sentimientos

Los sentimientos conforman un lenguaje propio, ellos nos expresan lo que experimentamos, ya sea de manera amenazadora, dolorosa, triste o regocijante.

Los sentimientos hacen una conexión de persona a persona, ellos reaccionan mediante lo que percibimos por medio de los sentidos y estímulos.

Se dice que cuando aceptamos nuestros sentimientos nos aceptamos a nosotros mismos, si comprendemos nuestros sentimientos tenemos el dominio de nosotros mismos.

Puntos a pensar

- Los sentimientos son la forma en que nos percibimos.
- Sin sentimientos no hay existencia, no hay vida.
- Los sentimientos crean un vínculo común entre todos los seres humanos.
- Cuando vivimos con nuestros sentimientos, no vivimos en un mundo real.
- Los sentimientos son la verdad.

Tipos de sentimientos

- Personales: amor a si mismo, sus formas son, el orgullo, la vanidad, la ambición, la superación, el dominio, entre otros.
- Sociales: relación con otros, sus formas son, la amistad, la familia, se manifiesta por medio de la estima, empatía, bondad, gratitud, benevolencia, caridad, compasión, solidaridad, etc.
- Antisociales: envidia, desdén antipatía, indiferencia, etc.

(Duque, S.D.)

1.2.4 Color y emociones

Psicología y creencias del color

La relación de los colores con los sentimientos, muestran cómo ambos no se combinan de manera accidental, sus asociaciones no son meras cuestiones de gusto, sino experiencias universales que están profundamente enfatizadas en nuestro lenguaje y nuestro pensamiento. (Heller, 2004)

Heller muestra en su libro información sobre los colores y como actúan nuestros sentimientos.

Los colores más apreciados según Eva Heller



Azul: 45 %
Verde: 15%
Rojo: 12%
Negro: 10%
Amarillo: 6%
Violeta: 3%
Naranja: 3%
Blanco: 2%
Rosa: 2%
Marrón: 1%
Oro: 1%

- **Azul:** frío, pasividad, descanso, confianza, independencia, inteligencia, ciencia, deportividad, simpatía, amistad, armonía, fantasía, masculino.
- **Rojo:** calor, cercanía, alegría, atractivo, fuerza, pasión, sexualidad, erotismo, odio, fuerza, atractivo, deseo, calor, excitación, peligro.
- **Amarillo:** divertido, amabilidad, optimismo, envidia, avaricia, celos, mentira, infidelidad, egoísmo.
- **Verde:** tranquilizador, natural, esperanza, refrescante, agradable, juventud, sano, venenoso, tolerancia, agradable, veneno, vivacidad.
- **Blanco:** ideal, verdad, objetividad, nuevo, ligero, inseguridad, modestia, insensibilidad, comienzo, verdad, exactitud, objetividad, ligero, inocencia.
- **Violeta:** extravagante, artificial, vanidad, original, frívolo, singular, secreto, devoción, vanidad, fantasía, magia, ambigüedad.
- **Rosa:** delicadeza, femenino, encanto, benigno, pequeño, cortesía, sensibilidad, barato, cortesía, encanto, delicadeza, dulce, ilusión.
- **Naranja:** diversión, sociabilidad, inadecuado, aromático, acogedor, otoño, aroma, actividad, frívolo, llamativo.
- **Negro:** final, infidelidad, misterio, elegancia, poder.

| VELAS | GEMAS | AMULETOS | MAGIA | |
|--|--|------------------------------|---|-----------------|
| AMOR SEXUALIDAD FUERZA VIGOR DESEO | VIOLENCIA ESTIMILACIÓN INTELLECTUAL CORAJE ACTIVIDAD | FUERZA VIGOR | PROTECCIÓN PODER AMOR PROTECCIÓN | ROJO |
| | VITALIDAD CREATIVIDAD TEMOR AMBICION | | DINERO IDEALISMO ORGULLO NEGOCIO | NARANJA |
| PERFECCIÓN PODER GLORIA SABIDURÍA IMAGINACÓN | EQUILIBRIO ALEGRÍA INTELIGENCIA | HORROR RIQUEZA APRECIO | FORTUNA DINERO SUERTE DESPRECIO | AMARILLO |
| DOLOR SOLEDAD PERDIDA | MUERTE | | PROTECCIÓN MUERTE LUTO DEMONIO | NEGRO |
| | | PROTECCIÓN | | |
| PUREZA INOCENCIA FERTILIDAD JUVENTUD | MEDITACIÓN MATERNIDAD CARIÑO | | PROTECCIÓN PAZ PUREZA SUERTE | BLANCO |



1.3 Comunicación



1.3.1. El proceso de la comunicación

La palabra comunicación proviene del latín *communis*, común. Cuando las personas se comunican establecen algo en común con otro y comparten un momento, información, idea o actitud.

En la comunicación siempre se requiere por lo menos tres elementos

La fuente

El mensaje

El destino

La fuente puede ser un individuo que habla, escribe, dibuja o gestiona, una organización de comunicación, un periódico, una agencia publicitaria, una estación de televisión o un estudio cinematográfico.

El mensaje puede presentarse con la tinta impresa en el papel, las ondas de sonido en el aire o cualquier otra señal capaz de ser interpretada o significativamente.

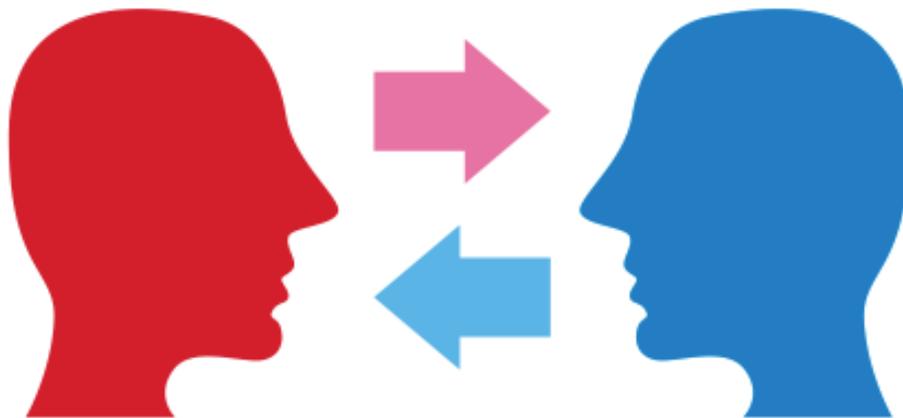


Fig. I-3 "El destino puede ser un individuo que escucha, ve o lee, el miembro de un grupo, como un grupo de discusión, el público de una conferencia, los asistentes a un encuentro deportivo o un concierto, un individuo perteneciente a un grupo en particular al que llamamos público másico, por ejemplo un lector del periódico o televidente." (Fernández, 1995).

1.3.2 Efectos de la comunicación

Los expertos estudian cómo se logran los efectos , es decir, saber qué produce en las personas la comunicación establecida, saber con qué tipo de mensaje precedir el efecto o reacción de los receptores.

Actualmente las comunidades cuentan con una gran variedad de medios, publicaciones de prensa, televisión, radio, internet, etc. Diariamente recibimos mensajes: de amigos, parientes, candidatos políticos, ofertas y todos ellos predicen el efecto sobre nosotros.

Muchas veces cuando se realiza un mensaje el receptor ha predicho la acción que tomará una vez que llegue a su destino.

Condiciones de éxito en la comunicación

- 1.- El mensaje debe diseñar y transmitir de tal forma que se logre la atención del destinatario escogido.
- 2.- En el mensaje se debe emplear signos que hagan referencias comunes de la fuente y el destinatario, de tal forma que logre transmitir el significado.
- 3.- El mensaje debe evocar necesidades de personalidad en el destinatario y a la vez sugerir algunas formas de satisfacer esas necesidades.
- 4.- El mensaje debe sugerir una manera de satisfacer esas necesidades, de tal forma que ésta sea apropiada a la situación del grupo en la que se encuentra el destinatario cuando se le incita a dar respuesta deseada.



Aunque parece obvio que la aptitud para lograr la comunicación debe incluir otros elementos que el cero conocimiento de un código lingüístico, el considerable hincapié que los teóricos contemporáneos han concedido al proceso y a la adquisición del lenguaje, independientemente del contexto de interacción. (Fernández, 1995).

1.3.3. Teoría de la penetración social

Irwin Altman y Dalmas Taylor conceptualizaron la teoría de la penetración social en el año de 1973.

La penetración social alude a un tipo de relación afectiva en el cual los individuos pasan de una comunicación superficial a una comunicación más íntima. Esta teoría se preocupa principalmente de las relaciones amorosas, sin embargo también se puede aplicar a las no amorosas.

Las 4 etapas del proceso

- 1.- Orientación: Esta etapa contiene muy poca información, las personas se comportan socialmente deseable y no contradecible al otro.
- 2.- Intercambio afectivo exploratorio: Comienza la relación común e intercambio, pero con cautela y regularidad.
- 3.- Intercambio afectivo: Intercambio abierto, el momento de la formación, se crea la relación de amigos o romántica.
- 4.- Intercambio estable: La interacción es constante, rica y muy bien comprendida entre ellos, surge la comunicación no verbal como medio para mensajes personales.



Las relaciones se desarrollan por medio de los comportamientos y por medio de la comunicación, estos pasan de una fase profunda a una íntima.

La teoría de la penetración social fue desarrollada en el campo de la psicología social. Knapp, quien manifestó la influencia de Atman y Taylor en sus obras argumentó sobre la relevancia de la comunicación en el desarrollo relacional y manifestó que "las relaciones son creadas, sustentadas, movidas y eliminadas a través de mensajes". (Villanueva, 1995).

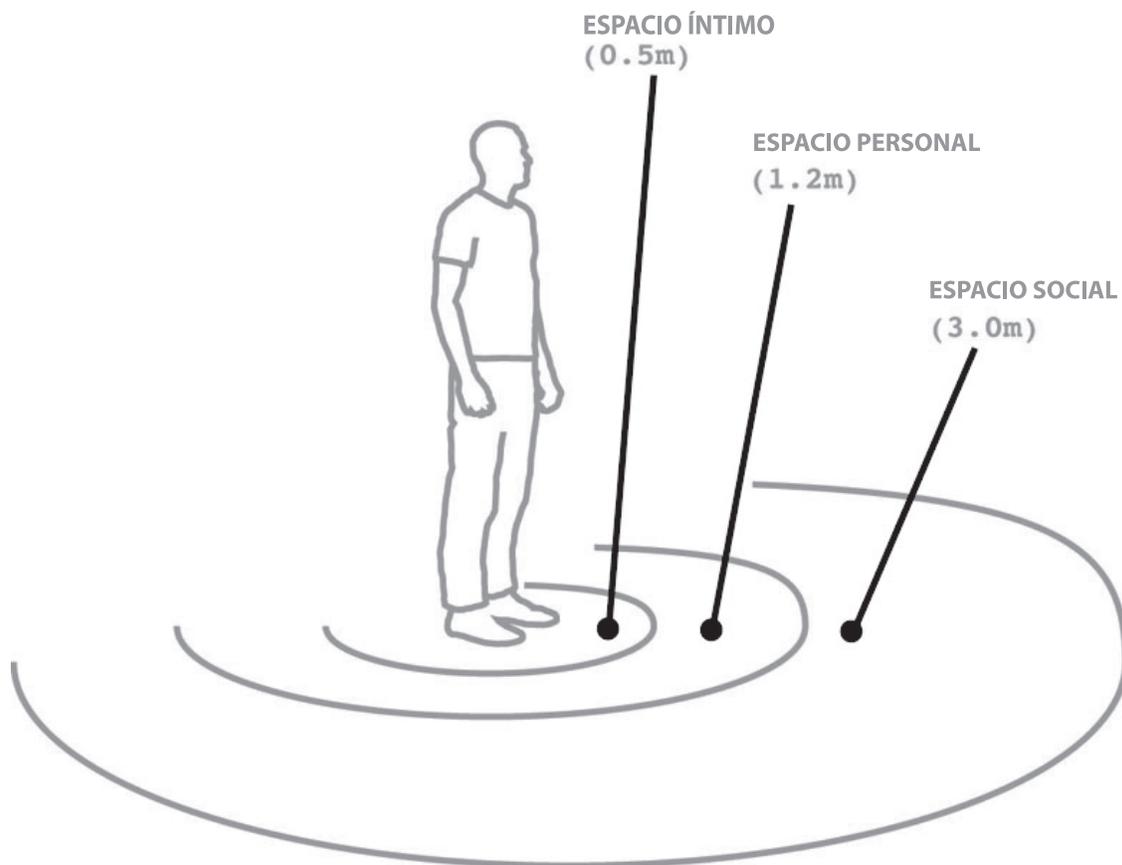


Fig 1.4 Atman y Taylor proponen el modelo de la "cebolla", en la que explican las etapas de las relaciones y sus movimientos. Destaca cuando las relaciones cambian la amplitud y profundidad de la comunicación.

1.3.3 Semiología y significado

Al estudio de los sistemas de signos, lenguas, códigos y señalizaciones se le denomina semiología.

“El estudio de los sistemas de signos no lingüísticos”

Rama de la comunicación que estudia aquellas formas de la comunicación que no se forma por palabras, oral o escrita. Esta se basa en los fundamentos de los filósofos Pierce y Saussure, a quienes se les debe la distinción entre significante y significado.

Ferdinand de Saussure define a la semiología como:

“La ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”

Esta disciplina se denomina y vincula de los terminos semiología y semiótica donde Saussure la determina como función social del signo y Pierce como función lógica.

Comunicar por medio de mensajes las ideas es la función principal del signo.

Significación

Un signo es una asociación mental con el fin de establecer una comunicación inconsciente o perceptiva.

La significación es un proceso por medio del cual las cosas se convierten en signos. Convencionalmente, se les confiere un significado que originalmente no tenían. Ahora bien la significación entendida como producción o construcción de sentido, permite que las palabras que ya son signos desde su creación u aceptación, adquieran un significado más concreto distintivo al que originalmente tenían, llamado sentido. (Comparan, 2002).

Funciones del signo

Jackobson teórico de la comunicación define sus funciones lingüísticas donde vincula el medio y el mensaje.

1.- Referencial : Función que relaciona el mensaje con el objeto, formula un propósito referente, verdadero y lógico. Evita la confusión entre el mensaje y realidad codificada.

2.- Emotiva: Define la relación emisor y mensaje es complementaria a la referencial. Esta función se basa en las ideas relativas emitidas cuando expresamos nuestras actitudes.

3.- Connotativa: Hace referencia a la relación receptor y mensaje. Se dirige a obtener una reacción por medio de la inteligencia o la afectividad del receptor

Inteligencia: Códigos de señalización y operativos.

Afectividad: Códigos sociales y estéticos .

4.- Poética: Relación del mensaje consigo mismo, refiriéndose a su estética es decir que para de ser un mensaje a convertirse en objeto.

5.- Fática: Se basa en la afirmación, mantiene o detiene el circuito de la comunicación. Esta función es muy importante, da menos importancia al contenido que de la presencia.

6.-Metalingüística: Ayuda a definir el sentido del signo incomprendido por el receptor. Extrae la significación del código que remite el signo.



Tipos de código

1.- Función diacrítica o distintiva: Encierra la información pero sin sentido entre sí, ya que resulta de una relación. El sistema encierra el máximo de información pero en él, los signos no tienen sentido, pues este resulta de una relación.

2.- Función tazonómica o clasificatoria: Relaciona e integra los signos, en un sistema unívoco. Ej. Mamífero implica invertebrado, pero este no agrega información al primero.

3.- Función semántica o significativa: Los signos se relacionan por intersección, por sentido e información. Ejemplo: Las hojas son por lo general verdes (lo que constituye su sentido) pero todas las hojas no son verdes y todos los objetos verdes no son hojas (lo que define la información).

| | SER | ACTUAR | SABER | |
|------------------------------|----------------------------|-------------------------|--------------------|---------------------------|
| Códigos lógicos objetivos | Insignias | Señales | Ciencias | Denotación atención |
| Códigos estéticos subjetivos | Modos usos comportamientos | Ritos, fiestas y juegos | Artes y literatura | Connotación participación |

Denotación y connotación

Denotación, se construye por el significado objetivo. Connotación, expresa valores subjetivos derivados de su forma o función.

La denotación está en función del significado lingüístico que es objetivo y fijo y común a todos los hablantes. Procede de la relación emisor-signo-objeto (referente). En cambio, la connotación se da cuando se adhieren otros significados que tienen que ver con la actitud, la relación afectiva o sugestiva del hablante al emitir o descifrar un mensaje. En síntesis, la denotación comunica información, la connotación sugiere, evoca. (Comparán, 2002).

1.4 Floriografía



1.4.1 Mitología y simbolismos

Las flores como expresión fundamental de la naturaleza estuvieron impregnadas de distintos significados. Se presenta aquí un panorama de su importancia en el México antiguo, la cual prevalece en gran parte de las comunidades que han participado en la tradición mesoamericana. (Heyden, 1985).



Fig. I-5. Existen variedad de motivos, sentimientos, colores, así como flores, una forma de expresar lo que sentimos, pensamos, anelamos y deseamos es por medio de la floriografía.

Las flores pueden tener significados diversos, dependiendo de su cultura, sus colores, formas etc., aún así la combinación de estas también pueden variar el mensaje, la complejidad de la estructura, su ubicación en el arreglo y hasta cantidad de ellas.

Los pueblos mesoamericanos han reflejado y expresado al mundo su historia sus creencias y modos de vida por medio del arte, literatura, ciencias, etc, la mayoría de estos aportes se relacionan con el mundo natural y sobrenatural.

En estas relaciones encontramos a las plantas, el territorio mexicano se caracteriza por tener una de cada diez especies de plantas de las 250,000 del mundo, de las cuales el 50 % solo existe en nuestra república, es decir que se denomina endémica.

Algunos de los usos principales de las plantas en nuestro país son medicinales, artesanales, alimenticios, decorativos, sagrados, energéticos, simbólicos y adivinativos, entre otros.

La diversidad étnica y la ecológica se combinaron y dió por resultado una riqueza cultural, esto se refleja en los usos y creencias que prevalecen en la memoria histórico.

Las flores ofrecen un amplio panorama de significados que fueron adoptados y representados en gran variedad de materiales, formaban parte de un simbolismo basado en el respeto y preocupación por el bienestar de los dioses. Uno de los simbolismos es el que se encuentra bajo la Pirámide del Sol en Teotihuacan, la cueva fue modificada en forma de flor, funcionando como lugar sacro y punto de llegada. En esta misma ciudad se encuentran murales con iconografía de flores.



1.4.2. Las flores de México

La cultura mexicana se caracteriza por su cultura colorida, por sus plazas y jardinerías, por sus bordados floreados, cantos de alegría y bella historia.

México es un país de flores, florece cada día su exuberante vegetación, en cualquier rincón en la casa más humilde, en el jardín más elegante, en el pueblo más apartado, en una puerta vieja, en una ventana descolorida, en cualquier lugar hay una flor, por que el mexicano no puede vivir sin sus flores y allí por donde vas y encuentras grandes variedades y te quedas sorprendido ante su belleza. (Sopetrán, S.D.)

Xicamiti es la flor nacional de México, nombrada así por los aztecas, hoy en día la encontramos con el nombre de dalia, otras flores originarias de México son el nardo, orquídea la cual proviene de Chiapas con más de setecientas especies diferentes.

Nuestro pueblo conserva y mantiene variedad de conocimientos, entre ellos la flora desde hace 14 mil años, esto nos da una idea de los que son y significan las flores en México.

Tlaloc, el dios azteca del agua y de la lluvia inspira las flores nuevas que renacen en primavera, Chac dios de la lluvia maya, reconocido por su diadema de flores, Coatlicue diosa de la tierra y de la fecundidad, Cozijo al cual brindaban tributos con flores, Moctezuma el cual inicia la guerra al cacique Tlachquiauco por negarle una flor de tlalixquixóchi al monarca mexicana un gran enamorado de las flores. Diversidad de dioses se creían nacidos de las flores, así como los mayas dan por nombre Xochipilli a uno de sus 20 días del calendario.



Cada flor de México tiene su leyenda, su historia, su perfume, su significado. Con las flores se dice todo, en un cumpleaños, en una boda, la muerte, la amistad, la religión, el amor, agradecimientos, etc.

Sopetrán menciona el siguiente poema:

“Termino este artículo de las flores de México con una leyenda de la región tarasca, donde Tezpi, un personaje parecido a Noé, logró salvarse del diluvio con su familia y varias especies de animales. Cuando dejó de llover envió un zopilote para saber si ya había tierra firme, pero el ave no regresó, después soltó un tzintzuni, (colibrí) que volvió con un pétalo de flor, así pudo desembarcar y poblar nuevamente la tierra y nombró al colibrí como mensajero del sol. Por que si algún amigo tiene las flores en México, es sin duda el colibrí.”

Con la llegada de los españoles, la conquista y la introducción de una nueva cultura a nuestro país se enriquece la comunicación floral o floriografía.

La historia y orígenes de la floriografía se mencionan ya en los antecedentes de este documento el cual hace algunas referencias sobre el código victoriano para expresar sentimientos a través de las flores.

Vanessa Diffenbaugh se refiere en su obra titulada “El lenguaje de las flores” como un curioso lenguaje utilizado como medio para recuperar su capacidad de confiar y amar a sus semejantes. La sociedad victoriana se encontraba en un estado de reprobación a la exhibición de las emociones es así como una forma discreta y eficaz de expresarse.



El lenguaje de las flores se desarrolla mediante una meticulosa selección de estas y por este medio enviar mensajes codificados.



Clavel: llamados también "suspiros del corazón". Los blancos hablan de una amistad que se transforma en pasión, en cambio los rojos "estoy loco por ti", rosas "amor tierno". En china se utilizan para pedir matrimonio.



Girasol: "te quiero y deseo tal como eres"



Margarina: dependiendo de sus colores es el mensaje, blancas "eres la más bella", azules "creo en ti", violetas "eres a quien más he amado", amarillas ¿me quieres?, ¿te gusto?.



Rosas: utilizadas principalmente en temas románticos, pero también cambian los mensajes por el color, blanco es puerza e inocencia, en una relación estas flores simbolizan un futuro sólido y feliz, amarillo puede ser utilizado como un sentimiento de desprecio, azules "gracias por creer en mi".



Violetas: "amor oculto pero verdadero"

Capítulo 2



2.1 Metodología

2.2 Diseño de instrumento

2.3 Investigación de mercado

2.4 Recopilación de datos

2.5 Presentación de resultados

2.5.1 Mensajes de las flores

2.5.2 Mensajes de los colores

2.5.3 Comparación de resultados

2. Proceso metodológico



2.1 Metodología

Recolección de datos y diseño de instrumentos

Para la recolección de datos en esta investigación se realizará un sondeo sobre el manejo de los significados de las flores y los colores, se pretende saber cuantas florerías manejan o no manejan esto en sus servicios a los clientes, además se realizará una recolección para saber si las personas están identificadas con estos significados, realizando comparaciones con factores como la edad y sexo.

2.2 Diseño de instrumento

| | | | |
|---|--|---|--|
| Fecha: _____ | Edad: _____ | Sexo: _____ | |
| Ocupación: _____ | | | |
| A) Selecciona 1 emoción por color y evalúa su función del 1 al 10, valorando que el 1 es menos intenso y el 10 más. | | B) ¿SABIAS QUÉ A LAS FLORES SE LE HAN ATRIBUIDO CODIGOS O MENSAJES? NO ____ SI ____ | |
| ROJO | BLANCO | MARGARITA | NARCISO |
| <input type="checkbox"/> _____ odio | <input type="checkbox"/> _____ comienzo | <input type="checkbox"/> te adoro | <input type="checkbox"/> eres humilde |
| <input type="checkbox"/> _____ calor | <input type="checkbox"/> _____ inocencia | <input type="checkbox"/> ¿me amas? | <input type="checkbox"/> belleza única |
| <input type="checkbox"/> _____ deseo | <input type="checkbox"/> _____ verdad | <input type="checkbox"/> eres tierna | <input type="checkbox"/> eres egoista |
| AMARILLO | AZUL | CLAVEL | ROSA BLANCA |
| <input type="checkbox"/> _____ espontaneo | <input type="checkbox"/> _____ confianza | <input type="checkbox"/> te amo con pasión | <input type="checkbox"/> amo tu inocencia |
| <input type="checkbox"/> _____ divertido | <input type="checkbox"/> _____ fidelidad | <input type="checkbox"/> eres mi capricho | <input type="checkbox"/> eres alegre |
| <input type="checkbox"/> _____ celos | <input type="checkbox"/> _____ eternidad | <input type="checkbox"/> olvidame | <input type="checkbox"/> eres egoista |
| ROSA | NARANJA | TULIPAN AMARILLO | TULIPAN ROJO |
| <input type="checkbox"/> _____ dulce | <input type="checkbox"/> _____ aroma | <input type="checkbox"/> no puedo amarte | <input type="checkbox"/> eres egoista |
| <input type="checkbox"/> _____ encato | <input type="checkbox"/> _____ actividad | <input type="checkbox"/> te amo en secreto | <input type="checkbox"/> declaración de amor |
| <input type="checkbox"/> _____ ilusión | <input type="checkbox"/> _____ frívolo | <input type="checkbox"/> mi amor es sincero | <input type="checkbox"/> belleza única |

2.3 Aplicación de instrumento

Identificación del Universo

521,170 personas ciudadanos de la ciudad de Morelia (jóvenes, adultos y adultos mayores) se cree que las edades en que los jóvenes (14 años en adelante) comienzan a enamorarse y a regalar detalles florales, los adultos también utilizan este medio, los adultos mayores fueron jóvenes y adultos, es por ello que pueden proporcionar también información sobre sus conocimientos. Se realizarán únicamente en la ciudad de Morelia por las limitantes del tiempo y geografía.

Identificación de la Muestra

$$n = (Z^2 pqN) / (Ne^2 + Z^2 pq)$$

* Nivel de confianza (Z) = 1.96

* Grado de error (e) = 0.05

* Universo (N) = 521,170

* Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5

* Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

$$n = ((1.96)^2 (0.5) (0.5) (521,170)) / ((521,170) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5))$$

$$n = ((3.84) (0.25) (521,170)) / ((521,170) (0.0025) + (3.84) (0.25))$$

$$n = 500323.2 / 1302.92 + 0.96$$

$$n = 500323.2 / 1303.8$$

$$n = 383.7$$

La muestra será de 383 encuestados, pero por cuestiones de practicidad se aplica la ley de la permanencia de los números pequeños:

si una muestra suficientemente grande es representativa de la población, una segunda muestra de igual magnitud deberá ser semejante a la primera; y, si en la primera muestra se encuentran pocos individuos con características raras, es de esperar encontrar igual proporción en la segunda muestra.

Lo anterior queda representado de la siguiente forma:

Total de la muestra 383.7

10% de la muestra: 38.3 (muestra en base a la ley de los números pequeños)

Total de encuestas a aplicar: 38

Perfil de las personas: Personas entre los 16 y 70 (jóvenes en preparatoria, jóvenes adultos en Universidades, adultos mayores en plazas o áreas públicas).

Probabilística

Tamaño:

Metodología

Tipo de investigación: Cualitativa

Realizar las impresiones para las encuestas.

Localizar lugares estratégicos ubicados en el centro de la ciudad de Morelia, (Cafés, plazas, áreas públicas, secundarias, prepas, universidades, entre otros).

Que a continuación se explican:

Cafés: (frente a catedral) Se realizarán encuestas preferentemente en horarios de 9:00am a 12:00pm, donde se podrán localizar personas adultas y mayores.

Plazas: en el centro histórico de Morelia (Plaza de armas, Plaza Melchor Ocampo, Plaza de San Francisco y calzada Fray Antonio de San Miguel), entre los horarios de 9:00 am a 12:pm, donde los señores se encuentran con los boleros y pueden contestar las encuestas.

Áreas públicas: específicamente en las calles y avenida de la ciudad, en las paradas del autobús. (Acueducto, Lázaro Cárdenas, Bulevar G. León)

Secundarias y prepas : las salida, 1:20 pm y 8:00 pm.

(SEC. FED. N°1, CONALEP 2)

Universidades: UVAQ, MICHOACANA, LATINA

2.4 Recopilación de datos

La observación en las encuestas expresa:

61 % de la muestra dice que si sabe que las flores pueden atribuirse en mensaje, lo cual puede facilitar el uso de estos y un 39% dice que no lo sabía.

En las emociones por color los resultados mayores son:

Rojo: deseo 55 %
Blanco: inocencia 58 %
Amarillo divertido 55 %
Azul: confianza 53 %
Rosa: dulce 58 %
Naranja: aroma 47 %

En los mensajes de las flores las personas interpretan lo siguiente:

Margarita: eres tierna 55 %
Clavel: eres mi capricho %
Narciso: belleza única 50 %
Rosa blanca: amo tu inocencia 74 %
Tulipán rojo: declaración de amor 64 %
Tulipán amarillo: te amo en secreto 64 %

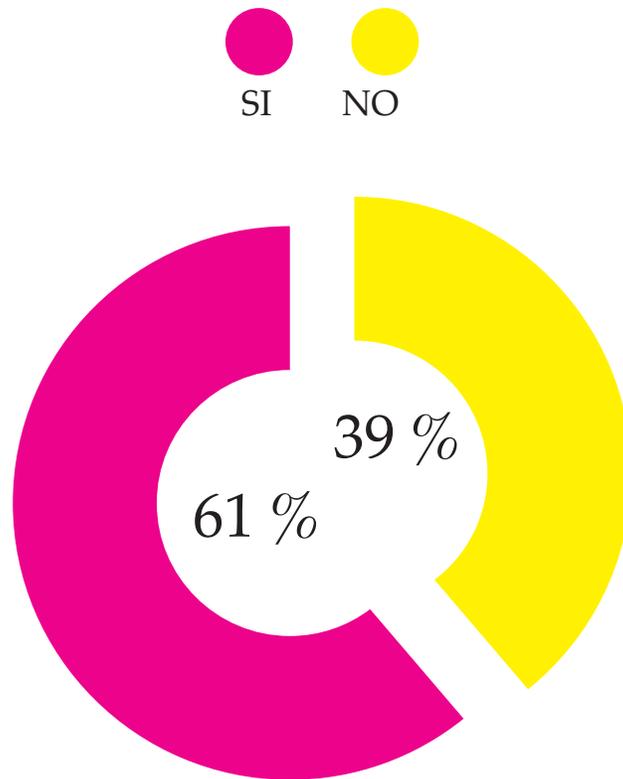
Actualmente las personas únicamente saben sobre la existencia de los códigos y mensajes por medio de las flores pero claro está que desde la época victoriana este metodo a sido modificado y poco a poco olvidado.

Aun asi los colores siguen siendo un elemento influyente y que por medio de la comunicación visual expresan esos sentimientos y emociones que muchas personas comparten con otros.



2.5 Presentación de resultados

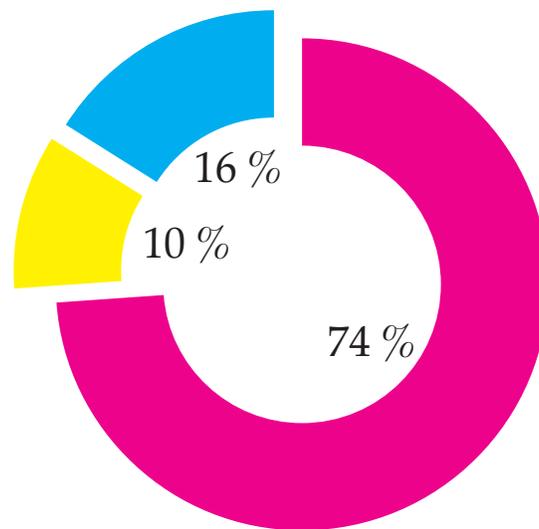
¿Sabías qué a las flores se les han atribuido códigos o mensajes?



Los datos de la gráfica muestran que un 61% de la población encuestada tiene conocimiento sobre la atribución de códigos o mensajes por medio de las flores, lo cual indica que existe una mayor probabilidad de que la sociedad adopte y utilice este lenguaje.

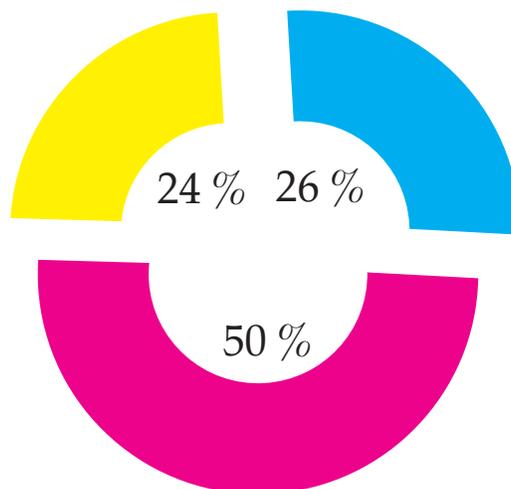
El mensaje de las flores encontradas

Rosa blanca



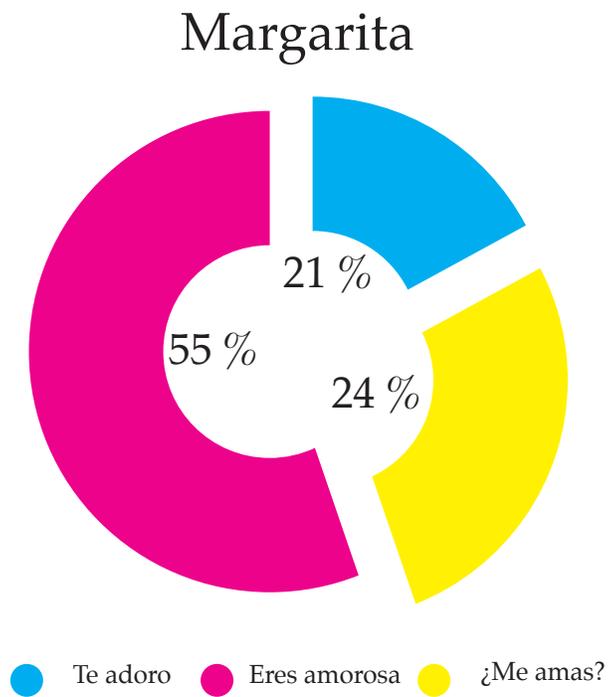
● Eres egoista ● Amo tu inocencia ● Eres alegre

Narciso

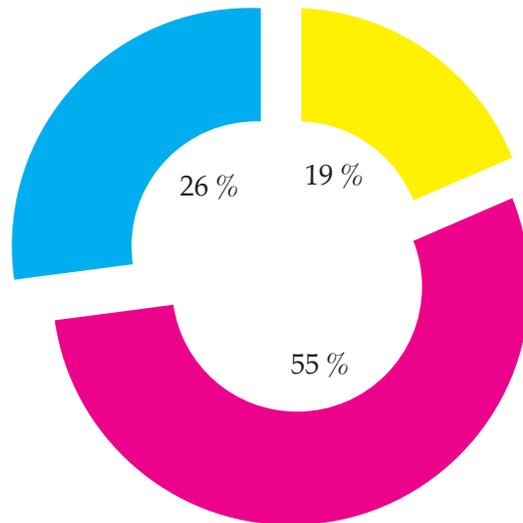


● Eres humilde ● Eres egoista ● Belleza única

El mensaje de las flores encontradas

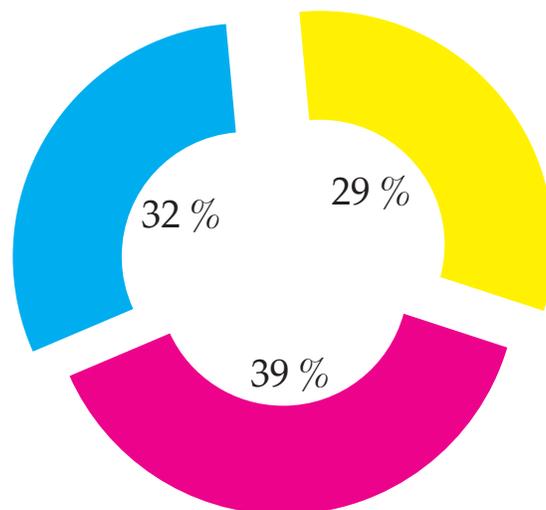


Tulipan amarillo



● Mi amor es sincero ● Te amo en secreto ● No puedo amarte

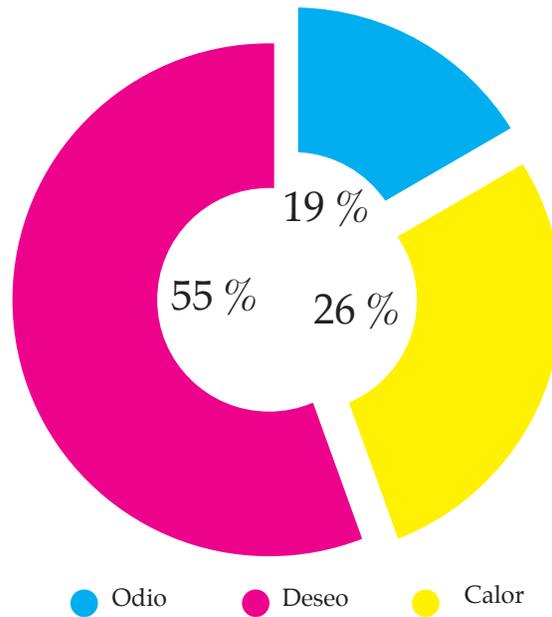
Clavel



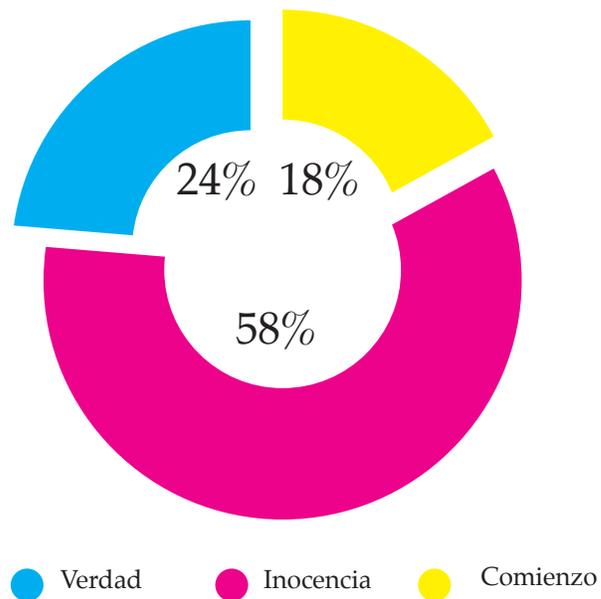
● Olvidame ● Eres mi capricho ● Te amo con pasión

El mensaje de los colores encontrados

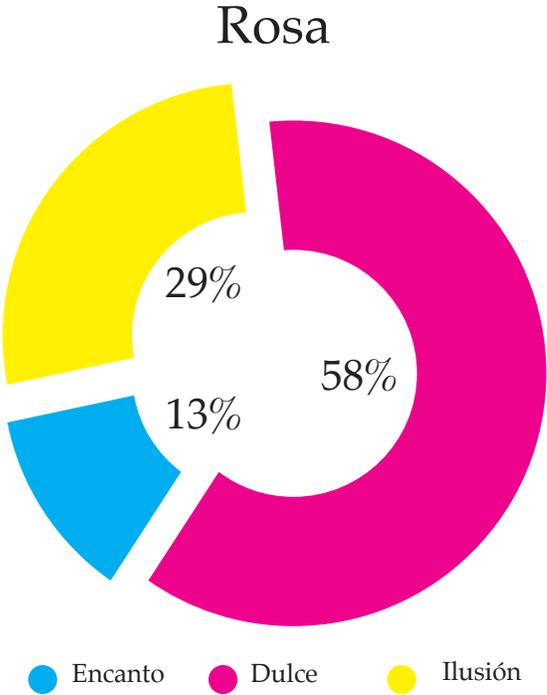
Rojo



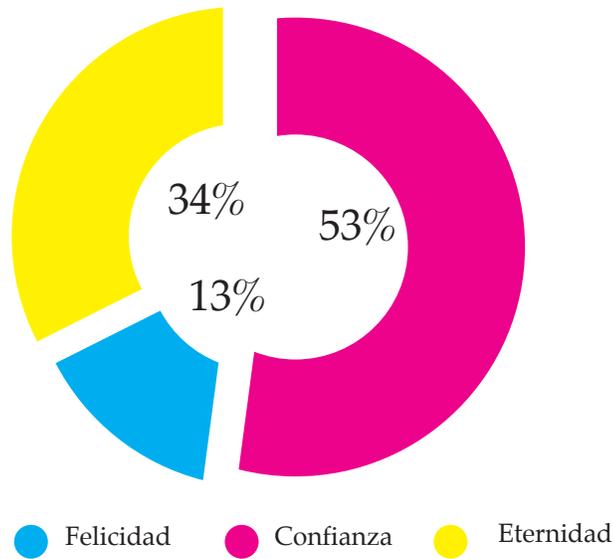
Blanco



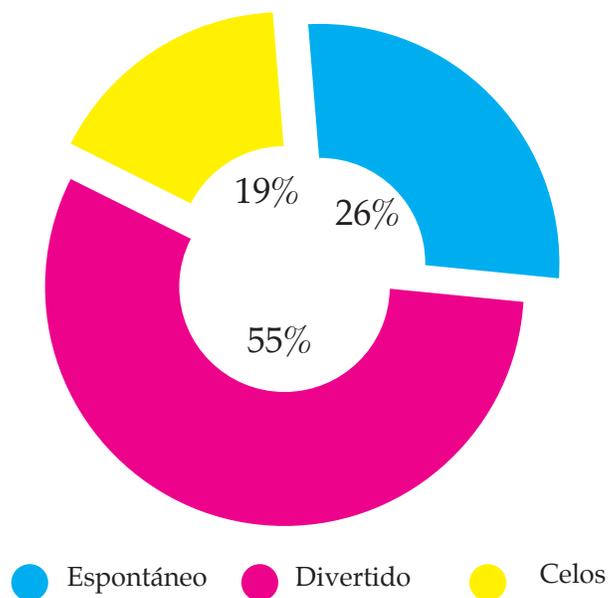
El mensaje de los colores encontrados



Azul



Amarillo



Comparación de datos flores y colores



C lavel

Diccionario del color

Rojo: Calor, cercanía pasión sexualidad, deseo.

Blanco: Ideal, verdad, comienzo, inocencia.

Amarillo: divertido optimismo, celos, egoismo.

Rosa: delicadeza, encanto, dulce, ilusión.

CLAVEL

Diccionario floral

Distincion y nobleza

Atribución

Eres mi capricho

Dulce



Deseo



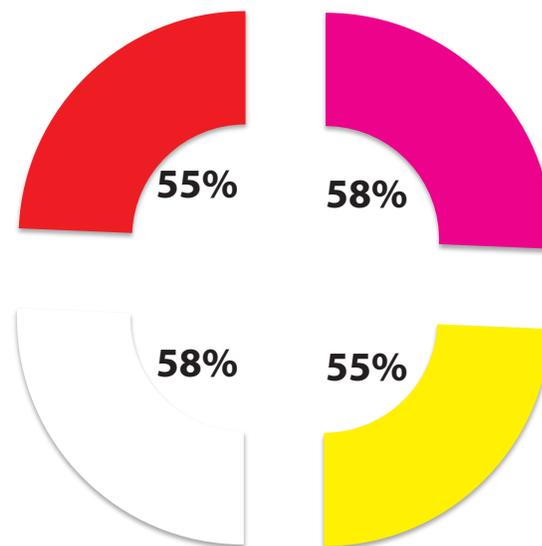
Inocencia



Divertido



Gráfica de atribuciones





Rosa

Diccionario del color

Rojo: Calor, cercanía pasión sexualidad, deseo.

Blanco: Ideal, verdad, comienzo, inocencia.

Amarillo: divertido optimismo, celos, egoismo.

Rosa: Delicadeza, encanto, dulce, ilusión.

Azul: Tranquilidad, estabilidad, sabiduría, confianza, lealtad.

ROSA

Diccionario floral

Amor, magia, pasión y delizadeza.

Atribución

Amor

Dulce



Deseo



Inocencia



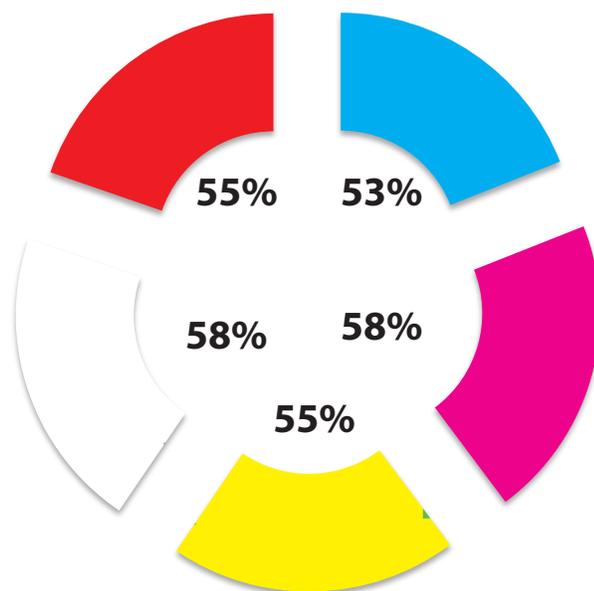
Divertido



Pasión



Gráfica de atribuciones





Margarita

Diccionario del color

Rojo: Calor, cercanía pasión sexualidad, deseo.

Blanco: Ideal, verdad, comienzo, inocencia.

Amarillo: divertido optimismo, celos, egoísmo.

Rosa: delicadeza, encanto, dulce, ilusión.

MARGARITA

Diccionario floral

Inocencia, pureza
niñez, amistad
esperanza e
ilusiones

Atribución

Declaración de amor
o amistad

Confianza 

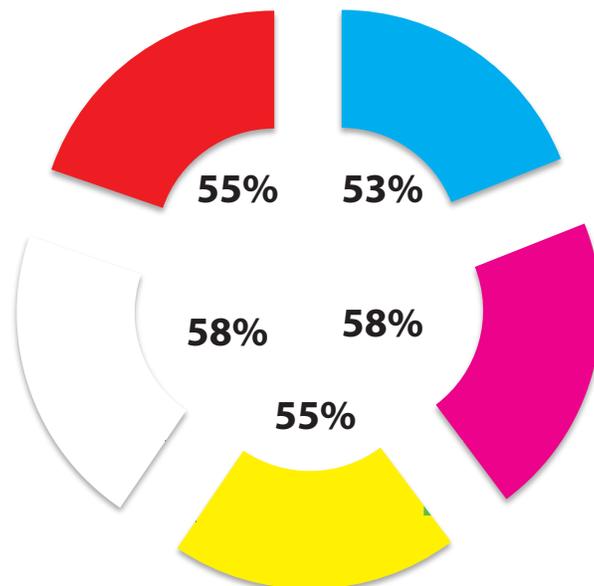
Dulce 

Divertido 

Inocencia 

Deseo 

Gráfica de atribuciones





Gardenia

Diccionario del color

Blanco: luz, la bondad, la inocencia, la pureza y la virginidad

MARGARITA

Diccionario floral

Felicidad, sinceridad, amor verdadero.

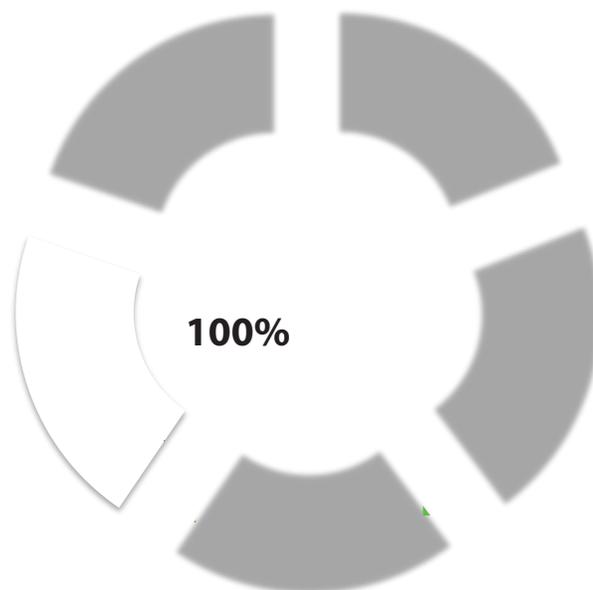
Atribución

Amor secreto, la pureza y la alegría.

Verdad



Gráfica de atribuciones





Tulipan

Diccionario del color

Blanco: luz, la bondad, la inocencia, la pureza y la virginidad

MARGARITA

Diccionario floral

Amor apasionado, dos labios, por los pétalos, amor apasionado y quemante.

Atribución

Amor perfecto.

Dulce



Deseo



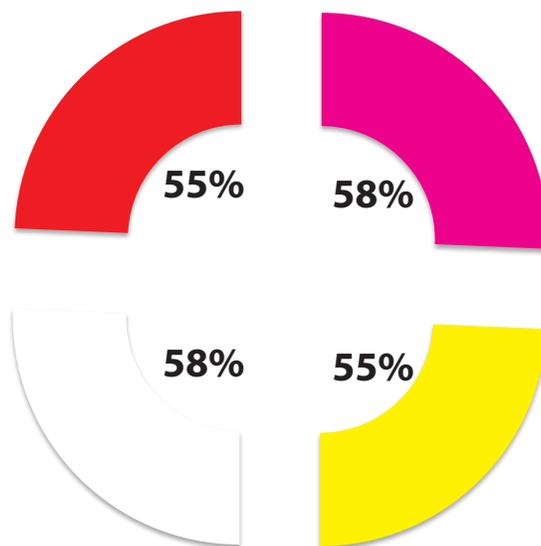
Inocencia



Divertido



Gráfica de atribuciones



Capítulo 3



Presentación del proyecto

Retícula de trabajo

Registro y suaje

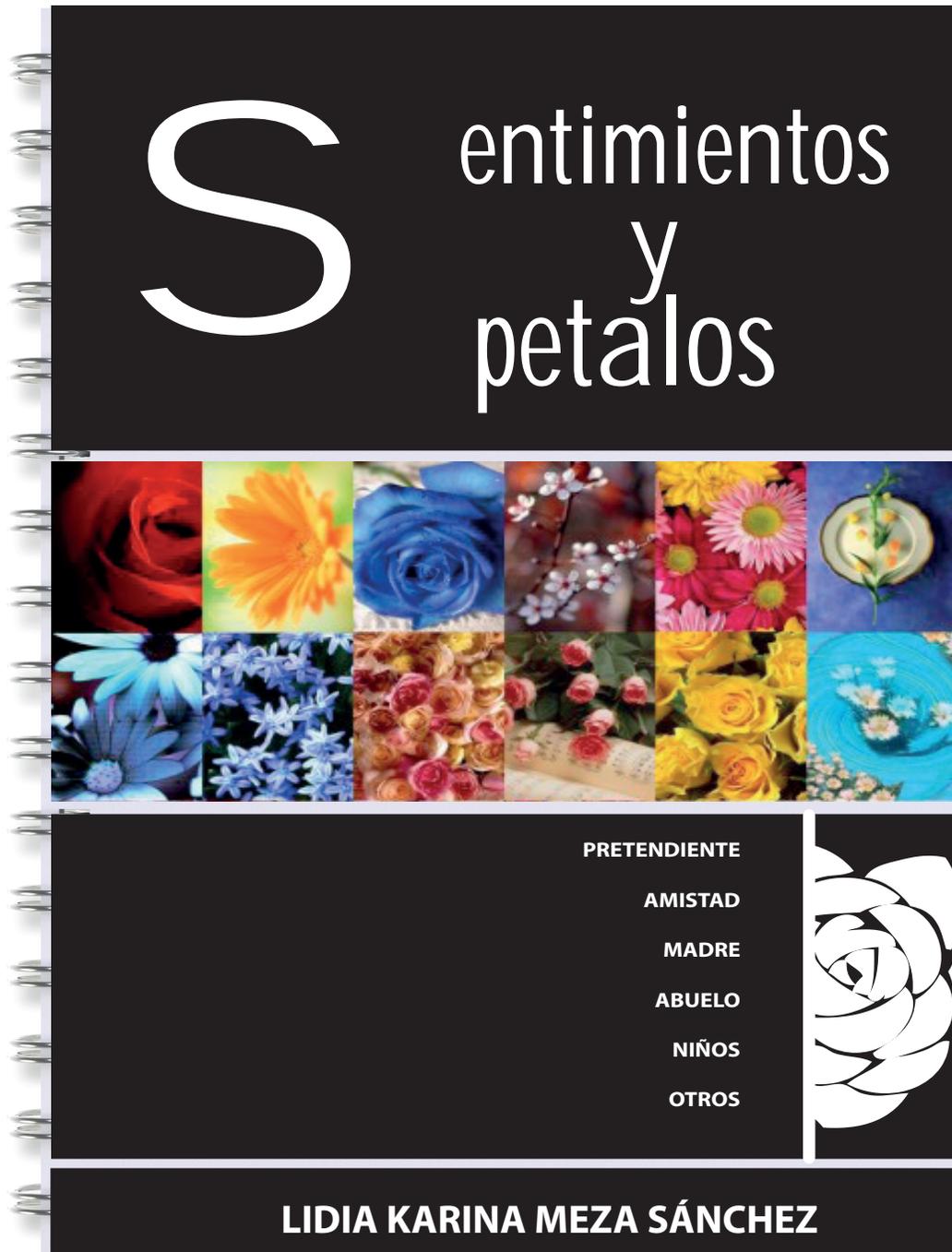
Medidas

Imágenes de muestra

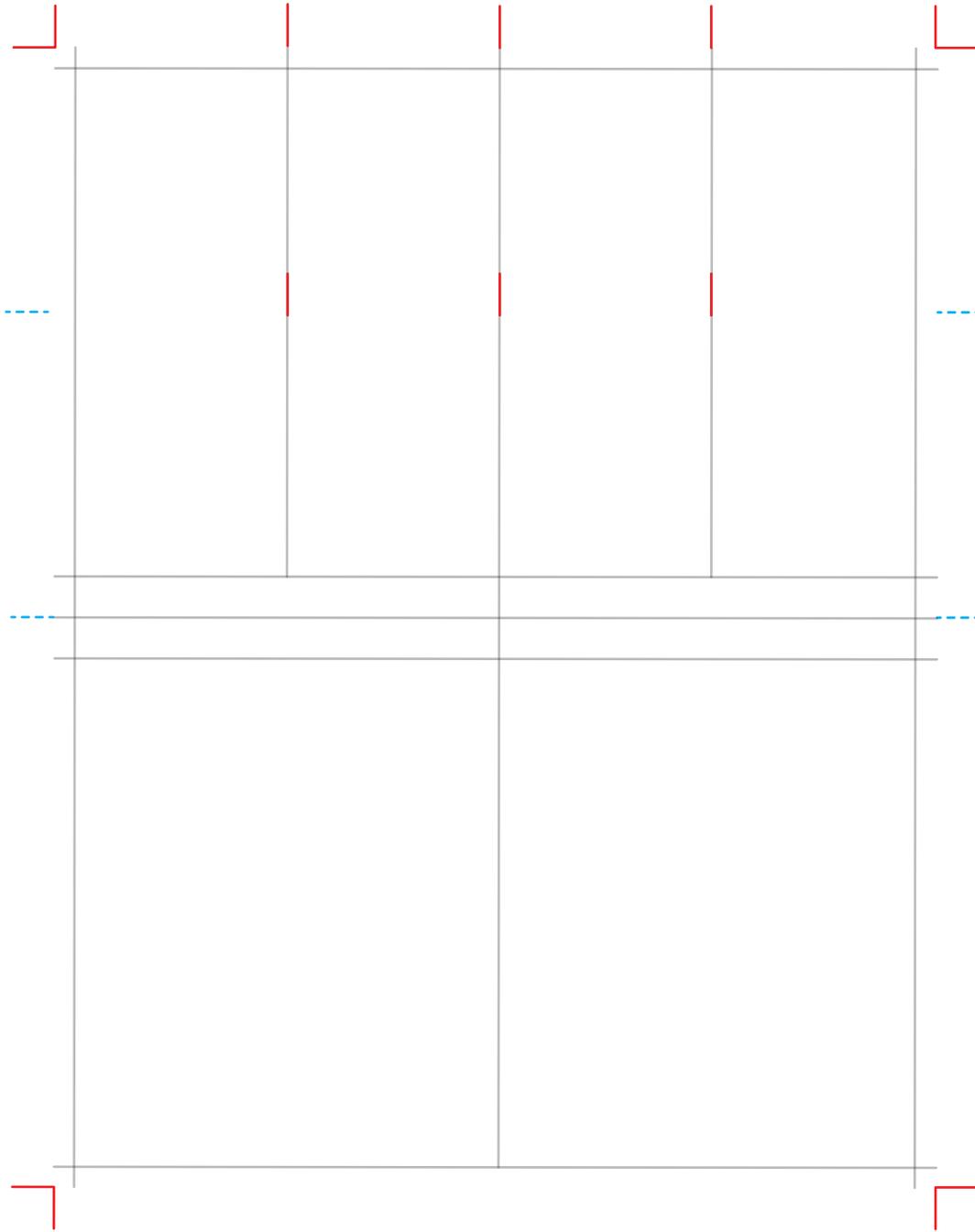
3.1 Desarrollo de proyecto

Manual de mensajes y combinación de flores

Con la información adquirida de este documento se elabora un breve manual como propuesta gráfica, el cual muestra el significado de las flores y mensajes como resultado de la combinación de las mismas.



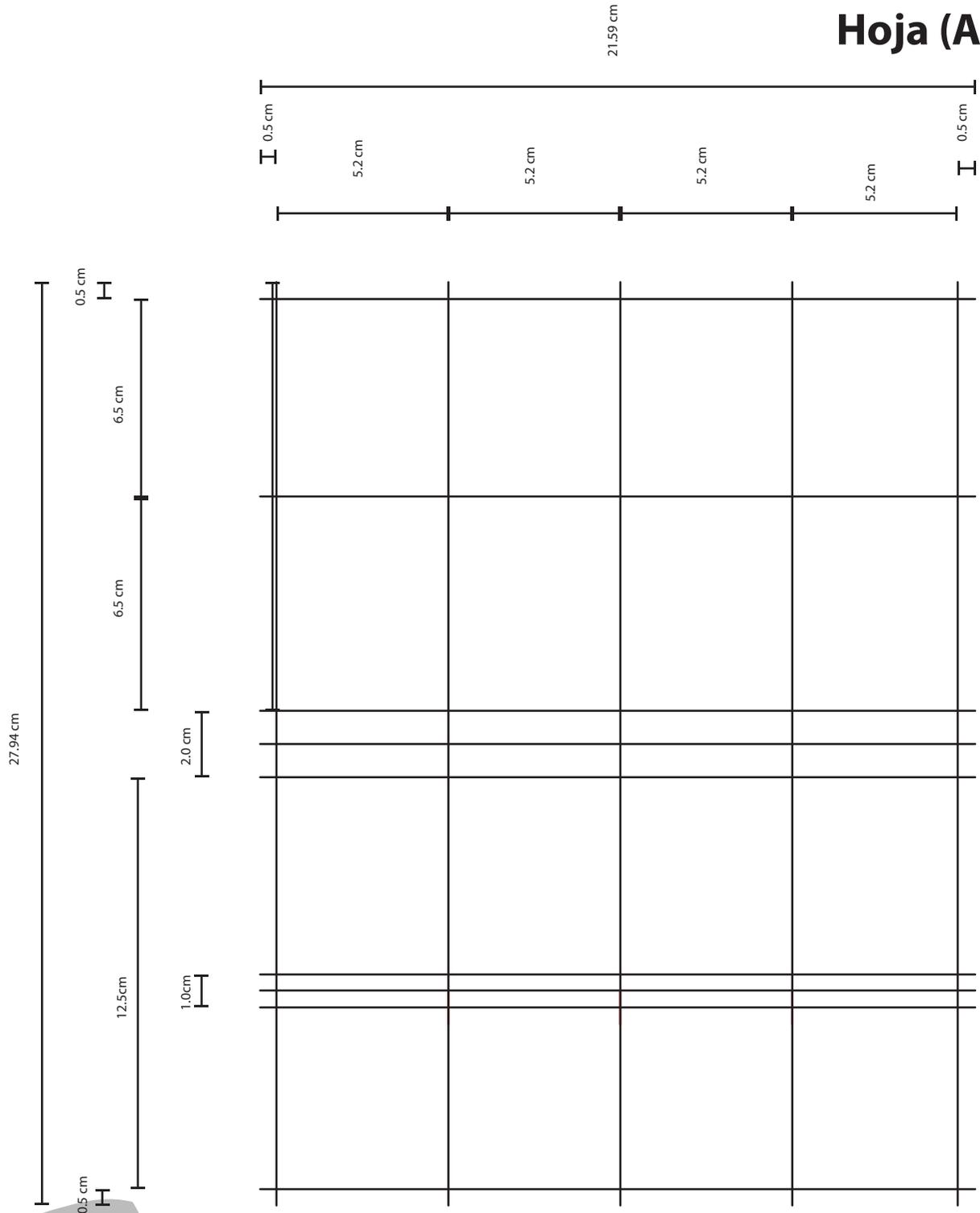
Hoja (A)



REGISTRO DE CORTE Y SUAJE

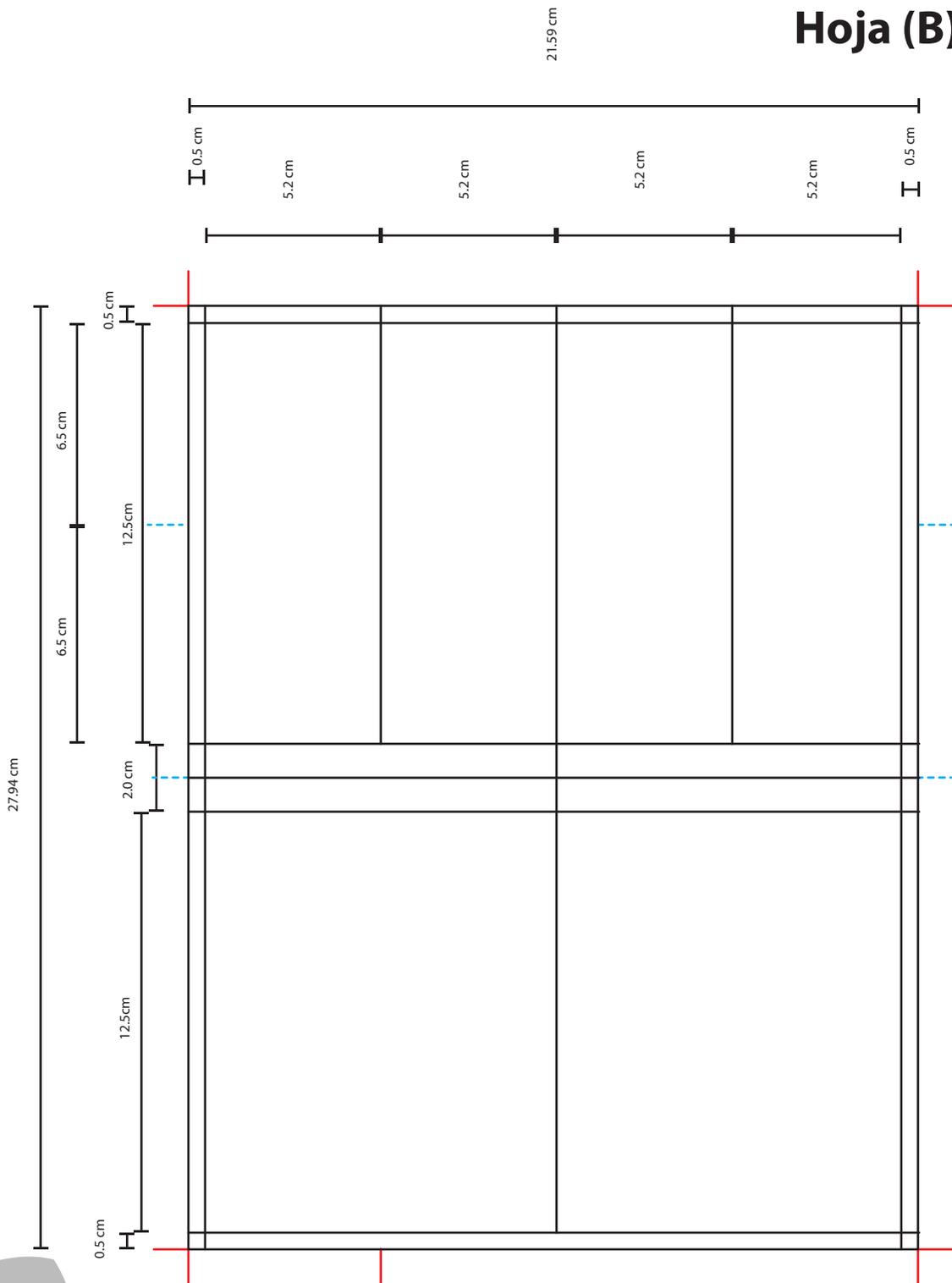


Hoja (A)



MEDIDAS

Hoja (B)



MEDIDAS

Rosa roja

Amor, amor eterno, pasión,
fogosidad, ambición,
declaración de Amor.



Clavel

Amor vivo y puro.



Gardenia

Felicidad, sinceridad,
amor verdadero.



Orquidea

Belleza, estima, amor
sublime, sexualidad.



Rosa roja

Amor, amor eterno, pasión,
fogosidad, ambición,
declaración de Amor.



Rosa - Gardenia

Te pido que seas mi felicidad y yo la tuya.
Te declaro mi amor , mi pasión
por toda la eternidad.
Por siempre seras mi único amor.

Gardenia

Felicidad, sinceridad,
amor verdadero.



Orquidea

Belleza, estima, amor
sublime, sexualidad.





Rosa roja

Amor, amor eterno, pasión, fogsidad, ambición, declaración de Amor.

Clavel

Amor vivo y puro.

Gardenia

Felicidad, sinceridad, amor verdadero.

Orquidea

Belleza, estima, amor sublime, sexualidad.



Clavel - Gardenia

**Te amo con sinceridad.
Tu felicidad es mi felicidad.
Mi verdadero amor eres tú.**

Rosa - Gardenia

**Te pido que seas mi felicidad y yo la tuya.
Te declaro mi amor , mi pasión
por toda la eternidad.
Por siempre seras mi único amor.**

Rosa - Orquidea

**Amo tu pasión, senxualidad y belleza.
Eres la belleza sublime.
Eres mia por siempre.**

Clavel - Rosa

**Vivo gracias a tu amor.
Te amaré por toda la vida por siempre.
Eternamente enamorado de ti.**

Conclusiones



El hombre es un ser maravilloso, complejo, posee capacidades extraordinarias, entre ellas la adaptabilidad y la comunicación.

Es así como durante siglos las poblaciones crecieron hasta formar religiones, símbolos, creencias, mitos, todo esto también se deriva de la comunicación, medios de lenguajes, códigos. Las expresiones del hombre van de la mano con los sentimientos, eso que tenemos dentro que en ocasiones es imposible de expresar con palabras, expresiones como la pintura, música y en este caso por medio de las flores.

Este medio de comunicación se localiza en distintos lugares del mundo, así como en distintos tiempos, nuestros antepasados atribuyeron significados y mensajes a las flores para expresar y comunicar códigos que a simple vista no podían ser legibles a los ojos de otros ya que eran específicos para el receptor.

Esto tipos de mensajes no necesitaban tener una respuesta inmediata o incluso recibirla, mientras el mensaje llegará se completaba su ciclo. Con la psicología se puede estudiar el alma de los hombres, su mente y sus significados, cómo afectan los colores, las formas, las texturas, etc. Las atribuciones de las flores van de la mano con la psicología de los colores, aunque existen casos en los que la cultura, influye y se combinan con esta. Las emociones también se mezclan con los colores y llegan a un mensaje mucho más complejo como amor-rojo, alegría-amarillo, nostalgia-azul por mencionar algunos.

En la actualidad este medio de comunicación se conoce pero no se aplica, los tiempos cambian, la cultura cambia y los medios cambian, nos encontramos en constante movimiento.

Estoy de acuerdo en que la comunicación por medio de las flores se basaban en mensajes indirectos puesto que se necesitaba de un código para expresar y estar o no presente, aún así la relación seguía siendo personal e íntima. En la actualidad la relación personal se pierde día a día, pasando a un espacio social, las redes sociales ayudan al crecimiento de la población o de las personas, pero en el caso de los sentimientos, la sinceridad, incluso el amor se ven afectados. Es aquí donde la penetración social lleva consigo factores negativos al crecimiento sentimental.

Cito una frase para explicar mejor el párrafo anterior:

"No olviden que a pesar de todo lo que les digan, las palabras y las ideas pueden cambiar el mundo (...). Les contaré un secreto: no leemos y escribimos poesía porque es bonita. Leemos y escribimos poesía porque pertenecemos a la raza humana; y la raza humana está llena de pasión. La medicina, el derecho, el comercio, la ingeniería... son carreras nobles y necesarias para dignificar la vida humana. Pero la poesía, la belleza, el romanticismo, el amor son cosas que nos mantienen vivos"(Dead Poets Society, 1989).

El amor nos mantiene vivos, el amor a Dios, a nuestros hijos, hermanos, padres, amigos. Termine así este documento invitando a la sociedad a recordar, adoptar y utilizar este medio racional y emotivo. Seamos seres sentimentales y pasionales por que decimos lo sentimos, hacemos lo que pensamos y damos lo que tenemos.

Lidia Karina Meza Sánchez

LIBROS CONSULTADOS

- Conrad Phillip Kottak, (2006), Antropología Cultural The McGraw-Hill Companies. Madrid España.
- González Valles Jesús, (2007). Filosofía de las artes japonesas. Artes de guerra y caminos de paz
- Eva Heller(2004) Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. Ed G.G.
- Duque Hdo. (S.D.). Conozca sus emociones y sentimientos. Bogotá Colombia. Ed. San Pablo.
- Casasola Gustavo y otros (1978). Seis siglos de historia gráfica de México. Gustavo Casasola.
- Georgina Ortiz.(2004) Usos, aplicaciones y creencias acerca del color Ed. Trillas. México D.F
- Guillermo de la torre (1992) El lenguaje de los símbolos gráfico. Ed. Noriega, México D.F.
- Manuel Arbolí, (1990). La comunicación como proceso social. Ed. Grijalbo, México D.F.
- Pierre Guiraud. (1999). La semiología. Ed. Siglo veintiuno, México.
- Anita E Woolfolk (s.a.). Psicología educativa, Universidad del estado de Ohio. Person Educación.
- Judith L. (2000). Desarrollo del niño y del adolescente para educadores, Ed. Mc Graw Hill. México.

- Blai Guarné Cabello. (1998). Tecnologías sociales de la comunicación Ed. Masson , España.
- Carlos Fernández /Gordon L. (1995). La comunicación humana ciencia social. Ed. McGraw-Hill, México DF.
- Richard West / Lynn H. (2000). Teoría de la Comunicación, Análisis y aplicación. ED. McGraw.Hill, Madrid España.
- Peter Bonnici(1999). Lenguaje visual, el medio oculto de la comunicación. ED. Luis Hernando Ramírez Cortes. México D.F
- Tylor Burnett, Edward (1871). Cultura primitiva. Ed. Ayuso
- Guido C. Machaca Benito (2005). Seis años de EIB en Piusilla: una aproximación cuantitativa y cualitativa. Ed. Plural.
- Comparán Rizo Juan José (2002) Lengua Española 1. Ed. Umbral



Bibliografía



SITIOS CONSULTADOS

- <http://www.udll.com/media-room/articles/the-seven-principles-of-universal-design/> Recuperado el junio de de 2011
- http://www.lasfloresmolán.com/floriografia-las-flores-nos-hablan/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+LasFloresMolan+%28Las+flores+molán%29&utm_content=FaceBook Recuperado el junio de de 2011
- <http://agroshop.blogcindario.com/2009/02/00006-el-lenguaje-de-las-flores-a-veces-llamada-floriografia.html> Recuperado el junio de de 2011
- <http://ikebanasanguepa.blogspot.com/2011/02/hanakotoba-el-lenguaje-de-las-flores.html> Recuperado el junio de de 2011
- <http://investigacion.izt.uam.mx/maph/> (etnobotánica en México) Recuperado el junio de de 2011
- <http://www.flowershopnetwork.com/blog/hanakotoba-japanese-flowers/> Recuperado el junio de de 2011
- http://www.lasfloresmolán.com/floriografia-las-flores-nos-hablan/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign= Recuperado el junio de de 2011
- Julie Sopetrán (2012) Flores de México. Recuperado el Septiembre 10 de 2013, http://magiasdemexico-julie.blogspot.mx/2012_03_01_archive.html
- Cordero, J. (2011). Percepción visual. Recuperado el junio de 2 de 2011, de Juan Cordero Ruiz: <http://personal.us.es/jcordero/PERCEPCION/Cap01.htm>
- Andrea Chapela (2008) Teorías de la Comunicación en el desarrollo de las relaciones Capítulo 10 Recuperado el junio 2 de 2011, <http://andreachapela87.wordpress.com/2008/11/02/capitulo-10-miller/>

