

ADVERTIMENT. La consulta d'aquesta tesi queda condicionada a l'acceptació de les següents condicions d'ús: La difusió d'aquesta tesi per mitjà del servei TDX (www.tesisenxarxa.net) ha estat autoritzada pels titulars dels drets de propietat intel·lectual únicament per a usos privats emmarcats en activitats d'investigació i docència. No s'autoritza la seva reproducció amb finalitats de lucre ni la seva difusió i posada a disposició des d'un lloc aliè al servei TDX. No s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant al resum de presentació de la tesi com als seus continguts. En la utilització o cita de parts de la tesi és obligat indicar el nom de la persona autora.

ADVERTENCIA. La consulta de esta tesis queda condicionada a la aceptación de las siguientes condiciones de uso: La difusión de esta tesis por medio del servicio TDR (www.tesisenred.net) ha sido autorizada por los titulares de los derechos de propiedad intelectual únicamente para usos privados enmarcados en actividades de investigación y docencia. No se autoriza su reproducción con finalidades de lucro ni su difusión y puesta a disposición desde un sitio ajeno al servicio TDR. No se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al resumen de presentación de la tesis como a sus contenidos. En la utilización o cita de partes de la tesis es obligado indicar el nombre de la persona autora.

WARNING. On having consulted this thesis you're accepting the following use conditions: Spreading this thesis by the TDX (www.tesisenxarxa.net) service has been authorized by the titular of the intellectual property rights only for private uses placed in investigation and teaching activities. Reproduction with lucrative aims is not authorized neither its spreading and availability from a site foreign to the TDX service. Introducing its content in a window or frame foreign to the TDX service is not authorized (framing). This rights affect to the presentation summary of the thesis as well as to its contents. In the using or citation of parts of the thesis it's obliged to indicate the name of the author

El rol del diseño en el desarrollo de objetos para el uso público: innovación en el concepto y prácticas del mobiliario urbano y microarquitecturas.

Tesis Presentada para Obtener el Grado de Doctor

Universidad Politécnica de Cataluña
Programa: Innovación Tecnológica en la
Ingeniería de Producto y Proceso.
Departamento de Proyectos de Ingeniería

Doctoranda: Pilar del Real Westphal
Director: Dr. Joaquim Lloveras Macià

Barcelona diciembre 2009

**el rol del diseño
en el desarrollo de objetos
para el uso público:**

Tesis doctoral desarrollada gracias al apoyo del proyecto Mejoramiento de la Calidad y Equidad de la Educación Superior del Ministerio de Educación (Chile) adjudicado por el Departamento de Diseño de la Universidad Tecnológica Metropolitana del Estado de Chile (UTEM) "*Desarrollo de la Carrera de Diseño Industrial: calidad e innovación tecnológica como aporte al entorno productivo nacional*". (.Mecesup UTM0201)

innovación en el concepto y
prácticas del mobiliario
urbano y microarquitecturas.

**El rol del diseño en el desarrollo de objetos
para el uso público:**
innovación en el concepto y prácticas
del mobiliario urbano y microarquitecturas.

Universidad Politécnica de Cataluña

Programa: Innovación Tecnológica en la Ingeniería
de Producto y Proceso.

Departamento de Proyectos de Ingeniería

Doctoranda: Pilar del Real Westphal

Director: Dr. Joaquim Lloveras Macià

Barcelona diciembre 2009

contenidos

	Agradecimientos	29
	Resumen	31
	Glosario	37
Capítulo 1:	Introducción: <i>motivación</i>	47
1.1.	Presentación	51
1.2.	El problema de investigación	57
1.3.	Hipótesis y objetivos	67
1.4.	Metodología de la investigación	71
1.5.	Estructura de la disertación	77
Capítulo 2:	El Objeto de Estudio: <i>El Mobiliario Urbano – Objetos de Uso Público</i>	83
2.1.	Nociones de base	87
2.2.	Redefinición del concepto	95
2.3.	Selección y clasificación	99
2.4.	Decálogos de los expertos	111
Capítulo 3:	El Objeto y su Contexto: <i>Planteamientos teóricos y aportaciones disciplinarias para la definición de los Objetos de Uso Público</i>	125
3.1.	Los objetos del diseño	129
3.2.	La apropiación como fenómeno	137
3.3.	Los OUP: la percepción y aceptación de los usuarios	151
3.4.	El diseño de los <i>Objetos de Uso Público</i>	157
3.5.	La economía de los bienes públicos	175

3.6.	El espacio público desde la perspectiva del urbanismo	185
3.7.	La psicología ambiental y las relaciones sociales en el entorno urbano	195
Capítulo 4:	Contrastación Empírica: <i>La importancia de integrar en el diseño de los Objetos de Uso Público las necesidades y aspiraciones de los ciudadanos</i>	211
4.1.	Desarrollo de la investigación de campo	215
4.2.	Unidades de análisis y observación	221
4.3.	Técnicas e instrumentos utilizados	225
4.4.	Herramientas de análisis de resultado	237
Capítulo 5:	Análisis de Resultados: <i>Prácticas de uso y percepción de los usuarios sobre los Objetos de Uso Público</i>	243
5.1.	Consideraciones generales del análisis	247
5.2.	Resultados de aspectos no variables	249
5.3.	Resultados de aspectos variables	313
Capítulo 6:	Conclusiones e Implicaciones de la Tesis: <i>Desenlace</i>	449
6.1.	Sobre las aportaciones teóricas	453
6.2.	Sobre la investigación de campo	459
6.3.	Finales y valor práctico de la investigación	467
6.4.	Futuras investigaciones	477
	Bibliografía	483
	Anexos (disponibles en cd)	509
a.	Fichas	Cd
b.	Encuestas	Cd
c.	Documentos	Cd
d.	Datos y Gráficas	Cd

lista de figuras/imágenes

Capítulo 1: **Introducción:** *motivación*

figura 1.1	Plaza de Armas, Santiago Centro, Chile.	48
figura 1.2	Diversidad de usos y diversidad de usuarios. Plaza Cataluña, Barcelona.	53
figura 1.3	La Rambla a principios del siglo XX, Barcelona y del siglo	54
figura 1.4	XXI, Barcelona.	
figura 1.5	Búsqueda de confort por parte de los usuarios de las paradas de autobús, en la espera de tiempos variables. Santiago de Chile	60
figura 1.6	Ubicación y diseño de puntos de parada v/s accesibilidad al	61
figura 1.7	sistema de transporte público: prácticas de uso y confort de los usuarios de las paradas de autobús para la espera de tiempos variables. Santiago de Chile.	

Capítulo 2: **El Objeto de Estudio:** *El Mobiliario Urbano – Objetos de Uso Público*

figura 2.1	Parada de autobús. Barcelona, España	84
figura 2.2	Campaña de recuperación de los edificios. Barcelona, España.	93
figura 2.3	Dispensador de periódicos, <i>Objeto de Uso Público</i> de propiedad privada.	93
figura 2.4	Espacio de actuación del mobiliario urbano.	96
figura 2.5	La diversidad es la principal característica del espacio público.	96
figura 2.6	Punto de parada – acceso al transporte público (permanente)	97
figura 2.7	Las Fallas, fiesta de la comunidad Valenciana (temporal)	97
figura 2.8	Usos del objeto (<i>OUP</i>) y su relación con el contexto.	108
figura 2.9	Barcelona, España	
figura 2.10		
figura 2.11	El objeto y su relación con las actividades que promueve.	108
figura 2.12	Barcelona, España	
figura 2.13		

figura 2.14	Banco como complemento a la parada de autobús. París, Francia.	108
figura 2.15	Plaza L'Olivereta. Barcelona, España.	109
figura 2.16	Vado V-60 (Rafael Cáceres). Barcelona, España.	114
figura 2.17	V-120 (Servicio de elementos del Ayuntamiento de BCN). Barcelona, España.	114
figura 2.18	Usos y funcionalidades de espacios y objetos. Av. Diagonal Barcelona y Jardines de Luxemburgo. París, Francia.	115
Capítulo 3:	El Objeto y su Contexto: Planteamientos teóricos y aportaciones disciplinarias para la definición de los Objetos de Uso Público	
figura 3.1	Campaña del Ayuntamiento de Barcelona: Mou-te B (<i>Muévete bien</i>). Promoción al uso de los transportes públicos, la bicicleta e ir a pie por la ciudad. Barcelona, España 2005.	126
figura 3.2	Parada de Autobús utilizada para denunciar y recordar personas desaparecidas.	131
figura 3.3	Banco en uso, plaza L'Olivereta, Barcelona	133
figura 3.4	Buzón para correos, fácil identificación por tamaño y color. Adicionalmente entrega información sobre destinos. Sants, Barcelona.	133
figura 3.5	Uso diferenciado de vías (peatones y ciclistas)	134
figura 3.6	Pavimento, símbolo Barcelona – Gaudi, en Paseo de Gracia, Barcelona.	134
figura 3.7	Signos sociales	135
figura 3.8	Signos mediante escarificaciones, deformaciones y tatuajes.	135
figura 3.9		
figura 3.10	Parada de autobús cambio de uso - Apropiación.	139
figura 3.11	Intervención en armario de servicios. Carcassonne, Francia.	141
figura 3.12	Apropiación del espacio público, el espacio de los sin casa.	142
figura 3.13	Símbolos de Barcelona del S. XXI La Torre Agbar y el	145
figura 3.14	Fórum de Barcelona. Arquitecturas que han generado polémica.	
figura 3.15	Adaptación por demandas funcionales insatisfechas en los	146
figura 3.16	OUP (accesibilidad e información). Barcelona, España.	
figura 3.17		

figura 3.18	Prácticas de uso en bancos de Barcelona: empotrados y direccionados.	149
figura 3.19 figura 3.20	Soluciones v/s prácticas de uso. Bancos en plazas de Barcelona.	149
figura 3.21	Apropiación por parte de los usuarios. Intervención en la plaza L'Olivereta, Barcelona.	149
figura 3.22	Intervención del espacio por parte de los usuarios., <i>Acción denuncia, Propuesta e Intervención</i> . Graffiti en fachada, Valencia, España.	152
figura 3.23 figura 3.24	Campañas para la conservación del espacio público y <i>OUP</i> : Barcelona y Santiago de Chile.	154
figura 3.25	Obstáculos en la acera. Aguadulce - Almería, España.	158
figura 3.26	Parada de autobús, problemas de visibilidad, falta de protección, información y mantenimiento. Comuna de Pudahuel, Santiago de Chile.	158
figura 3.27	La eliminación de desniveles facilita la movilidad y ayuda a la limpieza. Calle Sants, Barcelona.	159
figura 3.28	Modelo exitoso de estación para el transporte público. Estación "tubo", Curitiba, Brasil.	160
figura 3.29	Atributos particulares de los <i>OUP</i> ; Usuarios, relaciones, criterios de orden, cantidad v/s uso. Vista del mobiliario instalado, Calle Sants, Barcelona. Elaboración propia.	161
figura 3.30	Parada de autobús en suburbio de una ciudad norteamericana.	167
figura 3.31	Fuente de agua, adaptación como bebedero para palomas. Plaza de L'Olivereta en Sants, Barcelona.	168
figura 3.32 figura 3.33	Adaptación del contenedor de basura en Barcelona y diseño del contenedor en París.	168
figura 3.34	Limpieza de cabina telefónica, Barcelona.	168
figura 3.35	Las paradas de autobús suelen albergar a los sin casa por la noche.	168
figura 3.36	Familias de objetos por tipo de función. El conjunto de los elementos y sus relaciones configuran la plaza como lugar (relaciones sistémicas). Plaza de L'Olivereta, Sants Barcelona.	172
figura 3.37	Obstáculos para peatones. Barquisimeto, Venezuela.	174
figura 3.38	Parada de autobús suprimida. Santiago, Chile.	174

figura 3.39	Parada de autobús deteriorada. Santiago, Chile.	174
figura 3.40	¿Falta de cultura cívica, frecuencia de recogida o capacidad y diseño de contenedores?. ¿Barcelona, Salamanca o Madrid? España.	174
figura 3.41	Espacio de la cultura, de la diversidad, de la convivencia y	176
figura 3.42	simultaneidad de usos y. Venecia, Santiago de Chile y	
figura 3.43	Barcelona respectivamente.	
figura 3.44	Actividades paralelas, no exclusión. Buenos Aires.	177
figura 3.45	Simultaneidad de usuarios, no rivalidad.	177
figura 3.46	Disfrute público y colectivo. Desfile en fallas. Valencia, España	178
figura 3.47	Escultura humana en la Rambla de Barcelona, España	178
figura 3.48	Plaza de Can Mantega. Barcelona. España	178
figura 3.49	Usos del mobiliario urbano, claro reflejo de la cultura cívica que poseen las personas de un lugar con lo colectivo. Santiago, Chile.	180
figura 3.50	Degradación y restauración de <i>Objetos de Uso Público</i> . Sevilla, España.	180
figura 3.51	El éxito de las regulaciones en el espacio y bienes públicos	181
figura 3.52	viene acompañado de un exhaustivo control, es decir, no es suficiente normar para que ciertas conductas se manifiesten.	
figura 3.53	La pobreza, complemento a la degradación del espacio público. Santiago, Chile.	181
figura 3.54	Restauración de fachada, Plaza de San Marco Venecia.	182
figura 3.55	Transmilenio, estaciones de transferencia del sistema de transporte público. Bogotá, Colombia.	182
figura 3.56	Los recursos con que disponga cada distrito o comuna no	183
figura 3.57	deberían afectar la calidad del espacio público. Oferta	
figura 3.58	desigual en espacios públicos de comunas periféricas. Lo Espejo, Santiago de Chile.	
figura 3.59	El paisaje urbano es producto de todos los objetos presentes, independiente de su propiedad. Plaza España, Barcelona.	184
figura 3.60	Parque Bustamante, Santiago de Chile.	184
figura 3.61	Sistema de información sobre el transporte público de superficie disponible en todas las paradas con y sin marquesina. Barcelona, España	184
figura 3.62	MACBA de Barcelona, España.	187

figura 3.63	España. Estación de metro Universidad de Chile.	187
figura 3.64	Parque en L'Hospitalet, España	187
figura 3.65	Mileto: una de las primeras ciudades griegas: Acrópolis, B) Bahía, C) Agora, D) Edificios culturales.	188
figura 3.66	La Rambla y la Plaza Real. Barcelona, España.	189
figura 3.67	Desfile de Carnaval en las ciudades de: Barcelona. Venecia. Río de Janeiro y Oruro.	189
figura 3.68	La Sagrada familia. Barcelona, España.	190
figura 3.69	Un reparto más equitativo del espacio entre peatones,	191
figura 3.70	ciclistas, transporte público y automóviles, puede contribuir a revitalizar el espacio y dotar de mayor calidad de vida a todos los usuarios del entorno.	
figura 3.71	Manifestaciones en el Espacio público contra la ocupación	191
figura 3.72	de Irak. Barcelona, Los Ángeles y Buenos Aires.	
figura 3.73		
figura 3.74	El no uso también degrada el espacio público.	192
figura 3.75		
figura 3.76	Instalación de rejas en bloques de vivienda social como medida de seguridad. Entorno abandonado. Villa Lo Sierra 2 y Valenzuela Llanos. Santiago de Chile.	193
figura 3.77	Parque Güell. Barcelona, España.	194
figura 3.78	El lugar (físico) donde se desarrollan las experiencias es significativo para el futuro de las personas. Plaza Padre Letelier, Santiago de Chile.	196
figura 3.79	Fiestas patrias, traje típico comunidad Mapuche. Santiago de Chile.	196
figura 3.80	El papel que juega el ambiente (físico) y los estímulos que	196
figura 3.81	entrega el medio ambiente son significativos en la experiencia y el comportamiento humano.	
figura 3.82	Plaza San Marco. Venecia, Italia.	201
figura 3.83	Espacio público y objetos de uso público: Funicular de	202
figura 3.84	Barcelona, España y Teleférico en Santiago de Chile.	
figura 3.85	Expresión dinámica del objeto, "el banco en su condición de <i>Objeto de Uso Público</i> ".	203
figura 3.86	Luminaria pública diseñada por Pere Falqués, adaptada a las nuevas tecnologías de ahorro y consumo de energía. Paseo de Gracia. Barcelona, España.	206

Capítulo 4:	Contrastación Empírica: <i>La importancia de integrar en el diseño de los Objetos de Uso Público las necesidades y aspiraciones de los ciudadanos</i>	
figura 4.1	Actividades y usos en la Plaza de L'Olivereta. Barcelona, España.	212
figura 4.2	Modelo de la encuesta utilizada, disponible en anexo b.	229
Capítulo 5:	Análisis de Resultados: <i>Prácticas de uso y percepción de los usuarios sobre los Objetos de Uso Público</i>	
figura 5.1	Experiencias de usos en los Jardines de Luxemburgo. París, Francia 2006.	244
figura 5.2	Ubicación de las plazas utilizadas en el estudio.	319
Capítulo 6:	Conclusiones e Implicaciones de la Tesis: <i>Desenlace</i>	
figura 6.1	Celebración pública para la finalización de la fiesta de la Merced. Barcelona, España 2005	450

Si bien la mayoría de las imágenes utilizadas en este trabajo provienen de fuentes propias, algunas de ellas han sido obtenidas desde Internet, de páginas Web que han sido consultadas sólo con la finalidad de apoyar gráficamente el contenido del texto. Debido a que el tema central de las páginas en cuestión no tiene necesariamente relación directa con el tema investigado, y además, a lo extenso de las referencias, se ha decidido no incluir las fuentes al interior del trabajo. Las referencias se encuentran disponibles en la bibliografía.

lista de cuadros

Capítulo 1: **Introducción:** *motivación*

cuadro 1.1	Principales elementos que condicionan el diseño de objetos para el uso público. Elaboración propia.	55
cuadro 1.2	Enfoque de la investigación. Elaboración propia.	56
cuadro 1.3	Relaciones de los entes involucrados en la gestión y el desarrollo de <i>OUP</i> . Elaboración propia.	64
cuadro 1.4	Lo que afecta al diseño y lo que el diseño genera como resultado, es producto de una relación iterativa con cada uno de los factores que están en juego. Elaboración propia.	66

Capítulo 2: **El Objeto de Estudio:** *El Mobiliario Urbano – Objetos de Uso Público*

cuadro 2.1	Resumen y clasificación de las definiciones sobre mobiliario urbano encontradas en diferentes fuentes de carácter técnico. Elaboración propia (*) las fuentes consultadas se encuentran disponibles en el apartado de bibliografía.	91
-------------------	---	-----------

Capítulo 3: **El Objeto y su Contexto:** *Planteamientos teóricos y aportaciones disciplinarias para la definición de los Objetos de Uso Público*

cuadro 3.1	Modelo de Comunicación según Meyer-Eppler en Bürdeck (1994:132). Elaboración propia.	131
cuadro 3.2	Funciones del Producto Fuente: [Bürdeck, 1994:179].	132
cuadro 3.3:	Diferentes tipos de relaciones: intersubjetivas y objetuales. Elaboración propia, basado en Dussel (1985).	138
cuadro 3.4:	Aportaciones al concepto de apropiación. Elaboración propia basado en Pol (1996), Valera (1996) y Vidal (2000)	140
cuadro 3.5:	Apropiación y ciclo de vida. Fuente: [Pol, 1996].	143
cuadro 3.6:	Ciclo del proceso de apropiación: relaciones con el espacio y los objetos son bidireccionales y cíclicas. Elaboración propia.	144
cuadro 3.7:	Representación de la apropiación del espacio. Fuente: [Vidal, Pol, Guàrdia y Però, 2004].	145

cuadro 3.8	Factores básicos involucrados en el desarrollo de objetos. Elaboración propia.	150
cuadro 3.9	Dimensiones del diseño para todos. Elaboración propia basado en Design for all Foundation (s.f.: 22).	165
cuadro 3.10	Distancia funcional entre el entorno y las capacidades humanas. Fuente: [Aragall, s.f.:22]	166
cuadro 3.11	Multiplicidad de usuarios en los objetos de uso público. Adaptación de figura nº 1. Fuente: [Mondelo, Gregori y Sevillano, 1993]	167
cuadro 3.12	Criterios de análisis propuestos por IDEO para el estudio de usuarios. Elaboración propia basado en IDEO, 2003.	169
cuadro 3.13	Factores implicados en el estudio de usuarios. Fuente: [Cuni y Morros, 2002 en Vinjet, 2003]	170
cuadro 3.14	Modelo AEIOU. Permite planificar un estudio centrado en la experiencia de uso (actividades, relaciones con objetos y usuarios. Elaboración propia basado en Cuni, s.f.	171
cuadro 3.15	Actores que intervienen en cada etapa del ciclo de vida de parques infantiles. Fuente: [Grup de Recerca en Ecodisseny ELISAVA, 2002]	173
cuadro 3.16	Análisis del ciclo de vida de un producto. Fuente: [Grup de Recerca en Ecodisseny ELISAVA, 2002]	173
cuadro 3.17	Definición del concepto espacio público. Elaboración propia basado en Cobo Fray, (2004).	187
cuadro 3.18	Conjunto de disciplinas relacionadas con el tema del simbolismo espacial y la identidad. Fuente: [Valera, s.f.]	198
cuadro 3.19	Aspectos físicos y sociales de los diferentes niveles del ambiente. Fuente: [Moser, 2003]	198
cuadro 3.20	Actividades exteriores y requerimientos al entorno físico. Elaboración propia basado en Gehl (2006)	200
cuadro 3.21	Relación entre la calidad de los espacios exteriores y el índice de aparición de las actividades exteriores. Elaboración propia basado en Gehl (2006)	202
Capítulo 4:	Contrastación Empírica: <i>La importancia de integrar en el diseño de los Objetos de Uso Público las necesidades y aspiraciones de los ciudadanos</i>	
cuadro 4.1	Proceso de desarrollo de la investigación de campo. Elaboración propia.	220

cuadro 4.2	Utilidades y modelos de fichas empleados en las diferentes etapas del proceso (Matriz de fichas n°1, n°2, n°3 y n°4 disponibles en anexos a.).	226
cuadro 4.3	Estructura del cuestionario, variables según apartado y tipo de preguntas según objetivos.	230
cuadro 4.4	Parte del cuestionario destinada al Diferencial Semántico. Elaboración propia.	234
Capítulo 5:	Análisis de Resultados: <i>Prácticas de uso y percepción de los usuarios sobre los Objetos de Uso Público</i>	
cuadro 5.1	Experiencias identificadas, analizadas y desarrollada. Elaboración propia.	265
cuadro 5.2	Síntesis de las fichas N°3 y N°4. Elaboración propia.	275
cuadro 5.3	Valoración de las experiencias por medio de adjetivos opuestos propuestos por los usuarios.	397
cuadro 5.4	Definición de las etapas de desarrollo de un proyecto y su temporalidad.	406
Capítulo 6:	Conclusiones e Implicaciones de la Tesis: <i>Desenlace</i>	
cuadro 6.1	Intervención de las disciplinas estudiadas en el Diseño de <i>Objetos de Uso Público</i> . Elaboración propia.	455
cuadro 6.2	Articulación de las disciplinas involucradas. Elaboración propia.	457
cuadro 6.3	Conclusiones y su vinculación con las hipótesis, los objetivos generales y específicos y los resultados. Elaboración propia.	471
cuadro 6.4	Resumen de la investigación. Fases del proceso de diseño de <i>OUP</i> . Elaboración propia.	475
cuadro 6.5	Influencia del entorno sobre la valoración de los usuarios y sus experiencias. Elaboración propia.	478
cuadro 6.6	Propuesta de gestión para el diseño y desarrollo de los <i>OUP</i> . Elaboración propia.	479
cuadro 6.7	Consideración para el diseño y apropiación de los <i>OUP</i> . Elaboración propia.	480

lista de gráficos

Capítulo 5:	1er. Barrido: Análisis Global + Análisis Pormenorizado	
	A. Datos Generales / Perfil del Usuario	314
gráfico 5.1	Distribución de Edad por Lugar (total muestra)	314
gráfico 5.2	Distribución del Género por Lugar (total muestra)	315
gráfico 5.3	Comparativa por lugar de distribución por Sexo y Edad (total lugar)	315
gráfico 5.4	Distribución por Actividad o Profesión (total muestra)	316
gráfico 5.5	Distribución por Actividad o Profesión (total grupo)	317
gráfico 5.6	Distribución de Actividad Exterior por Género (total muestra)	317
gráfico 5.7	Distribución de la Nacionalidad (total muestra)	318
gráfico 5.8	Distribución de Nacionalidad (total lugares)	319
gráfico 5.9	Zonas Verdes y de Esparcimiento "Barrio" (total muestra)	320
gráfico 5.10	Zonas Verdes y de Esparcimiento "Barrio" (total lugares)	320
gráfico 5.11	Zonas Verdes y de Esparcimiento "Barrio" por Grupo de Edad (total muestra)	321
gráfico 5.12	Zonas Verdes y de Esparcimiento "Barrio" por Grupo de Edad (total grupo)	321
gráfico 5.13	Comparativa "Barrio" y "Ciudad" (total muestra)	322
gráfico 5.14	Zonas Verdes y de Esparcimiento "Ciudad" (total muestra)	323
gráfico 5.15	Comparativa "Barrio" y "Ciudad" por Grupo de Edad (total muestra)	323
gráfico 5.16	Zonas Verdes y de Esparcimiento "Ciudad" por Grupos de Edad (total grupos)	324
gráfico 5.17	Tiempo empleado en llegar a la Plaza por Lugar (total muestra)	325
gráfico 5.18	Tiempo empleado en llegar a la Plaza por Lugar (total muestra)	326
gráfico 5.19	Tiempo empleado en llegar a la Plaza por Grupo (total	326

	grupo)	
gráfico 5.20	Antigüedad en el Uso de la Plaza (total muestra)	327
gráfico 5.21	Antigüedad en el Uso de la Plaza (total lugar)	328
gráfico 5.22	Frecuencia de Acudida a la Plaza por Lugar (total muestra)	329
gráfico 5.23	Frecuencia de acudida a la Plaza por Grupo de Edad (del 81,6% más frecuente)	330
gráfico 5.24	Frecuencia de Acudida a la Plaza por Género (total muestra)	331
gráfico 5.25	Rutinas en el Horario de Visitar la Plaza por Grupo de Edad (total muestra)	331
gráfico 5.26	Rutinas en el Horario de Visitar la Plaza (total grupo)	332
gráfico 5.27	Periodos de acudida a la Plaza (total muestra)	333
gráfico 5.28	Periodos de acudida a la Plaza por Grupos de Edad (total muestra)	333
gráfico 5.29	Periodo de acudida a la Plaza (total grupos)	334
gráfico 5.30	Periodos de acudida a la Plaza (total género)	334
gráfico 5.31	Duración de la estancia (total muestra)	335
gráfico 5.32	Duración de la estancia por Grupos de Edad (total muestra)	336
gráfico 5.33	Duración de la estancia por Género (total muestra)	336
gráfico 5.34	Hábitos y preferencias sobre las plazas que visita (total muestra)	337
gráfico 5.35	Plazas y/o Parques Frecuentados (total muestra)	338
gráfico 5.36	Viene solo a la plaza por Grupo de Edad (total muestra)	339
gráfico 5.37	Viene solo a la plaza por Género (total muestra)	340
gráfico 5.38	Distribución de con quién viene a la Plaza (total acompañados 82 pers.)	340
gráfico 5.39	Carácter social de la Plaza por Grupo de Edad (total muestra)	341
gráfico 5.40	Carácter social de la Plaza por Género (total muestra)	342
gráfico 5.41	Carácter social de la Plaza (total de los que se reúnen con alguien 79 pers.)	342
gráfico 5.42	Distribución por Cantidad de actividades (total de los que realizan actividades)	343
gráfico 5.43	Distribución de actividades durante la estancia en la plaza (total muestra)	344

	B. Calidad del Parque / Valoración general de la Plaza (emociones que provoca)	345
gráfico 5.44	Distribución de aspectos más valorados (total mencionados)	345
gráfico 5.45	Existencia de zonas de difícil acceso en la Plaza por Grupo de Edad (total muestra)	347
gráfico 5.46	Existencia de zonas inseguras en la Plaza por Lugar (total muestra)	347
gráfico 5.47	Existencia de elementos y/o espacios para su edad por Grupo de Edad (total muestra)	349
gráfico 5.48	Elementos y espacios de entretenimiento para su edad por Lugar (total identificado - 79 resp.)	350
gráfico 5.49	Interés por nuevas actividades (total muestra)	351
gráfico 5.50	Uso de las fuentes por Grupo de Edad (total muestra)	352
gráfico 5.51	Uso de las papeleras por Grupo de Edad (total muestra)	353
gráfico 5.52	Uso de los bancos por Grupo de Edad (total muestra)	354
gráfico 5.53	Uso de las instalaciones de juegos según Grupo de Edad (total muestra)	355
gráfico 5.54	Uso de las instalaciones deportivas por Grupo de Edad (total muestra)	356
gráfico 5.55	Uso de los servicios higiénicos en caso de haberlos (total muestra)	357
gráfico 5.56	Frecuencia de uso de los elementos y servicios disponibles (total muestra)	357
gráfico 5.57	Valoración de la calidad de las instalaciones (total muestra)	359
gráfico 5.58	Valoración de la calidad de las "Farolas" (total muestra)	360
gráfico 5.59	Valoración de la calidad de los "Bancos" (total muestra)	360
gráfico 5.60	Valoración de la calidad de las "Papeleras" (total muestra)	361
gráfico 5.61	Valoración de la calidad de las "Fuentes" (total muestra)	362
gráfico 5.62	Valoración "Equipamiento" infantiles - deportivas - áreas para adultos (total muestra)	362
	C. Valoración Subjetiva de la Plaza	364
gráfico 5.63	Gráfico semántico diferencial "total muestra"	365
gráfico 5.64	Gráfico semántico diferencial "media total"	366
gráfico 5.65	Gráfico semántico diferencial "media total plazas"	367
gráfico 5.66	Gráfico semántico diferencial "media total etárea" por Edad	368

gráfico 5.67	Gráfico semántico diferencial “media Can Mantega” por Edad	369
gráficos 5.68	Gráficos semántico diferencial “total Can Mantega” por Edad	370
gráfico 5.69	Gráfico semántico diferencial “media Sol de Baix” por Edad	371
gráficos 5.70	Gráficos semántico diferencial “total Sol de Baix” por Edad	372
gráfico 5.71	Gráfico semántico diferencial “media L’Olivereta” por Edad	373
gráficos 5.72	Gráfico semántico diferencial “total L’Olivereta” por Edad	374
gráfico 5.73	Gráfico semántico diferencial “media Etárea - Plaza”	375
gráfico 5.74	Gráfico semántico diferencial “media Jóvenes Plazas”	376
gráficos 5.75	Gráfico semántico diferencial “total Jóvenes - Plazas”	377
gráfico 5.76	Gráfico semántico diferencial “media Adulto Plazas”	378
gráficos 5.77	Gráfico semántico diferencial “total Adulto Plazas”	379
gráfico 5.78	Gráfico semántico diferencial “media Adulto Plazas”	380
gráficos 5.79	Gráfico semántico diferencial “total Mayores Plazas”	381
	D. Emociones y Significados con la Plaza / Sentido de pertenencia	382
gráfico 5.80	Emociones y significado de la "Plaza para el Barrio" por Edad (total muestra)	382
gráfico 5.81	Emociones y significados de la "Plaza para el Barrio" por Género (total muestra)	383
gráfico 5.82	Emociones y significados de la "Plaza para el Barrio" (total género)	383
gráfico 5.83	Plaza - Usuario / Implicación (total muestra)	384
gráfico 5.84	Plaza - Usuario / Implicación (total grupo)	384
gráfico 5.85	Plaza - usuario / Implicación (total género)	385
gráfico 5.86	Usuario - Plaza / Interés por Grupo de Edad (total muestra)	386
gráfico 5.87	Usuario - Plaza / Interés por Género (total muestra)	386
gráfico 5.88	Usuario - Plaza / Responsabilidad y Compromiso por Edad (total muestra)	387
gráfico 5.89	Usuario - Plaza / Responsabilidad y Compromiso por Género (total muestra)	387
gráfico 5.90	Usuario - Plaza / Responsabilidad y Compromiso (total género)	388

gráfico 5.91	Satisfacción con los diferentes aspectos de la plaza (total muestra)	390
gráfico 5.92	Satisfacción zonas verdes y de esparcimiento por Edad (total muestra)	391
gráfico 5.93	Satisfacción con las personas que se reúne por Grupo de Edad (total muestra)	391
gráfico 5.94	Satisfacción con las actividades que realiza por Edad (total muestra)	392
gráfico 5.95	Satisfacción con la limpieza del lugar por Edad (total muestra)	392
gráfico 5.96	Satisfacción con el cuidado y mantenimiento por Grupo de Edad (total muestra)	393
gráfico 5.97	Satisfacción con la seguridad del lugar por Grupo de Edad (total muestra)	393
gráfico 5.98	Satisfacción con las zonas de sombra por Grupo de Edad (total muestra)	394
gráfico 5.99	Satisfacción con las zonas de sol por Grupo de Edad (total muestra)	394
gráfico 5.100	Satisfacción con la plaza en su conjunto por Grupo de Edad (total muestra)	395
gráfico 5.101	Satisfacción con la plaza en su conjunto (total grupo)	396
gráfico 5.102	Mejoras propuestas (total muestra respuestas (103))	399
	E. Lealtad al Parque o Plaza	401
gráfico 5.103	Disposición para volver a la plaza por Grupo de Edad (total muestra)	401
gráfico 5.104	Disposición para volver a la plaza (total grupo)	402
gráfico 5.105	Disposición para volver a la plaza por Género (total muestra)	402
gráfico 5.106	Disposición para recomendar la plaza por Grupo de Edad (total muestra)	403
	F. Participación y Apropiación	404
gráfico 5.107	Disposición a participar por Grupo de Edad (total muestra)	404
gráfico 5.108	Distribución de los dispuestos a participar por Grupo de Edad (total Si (70 personas))	404
gráfico 5.109	Disposición a participar por Género (total muestra)	405
gráfico 5.110	Preferencias de participación por Etapas (total muestra)	406

	dispuestos a participar)	
gráfico 5.111	Preferencias de participación por Grupos de Edad (total muestra dispuestos a participar)	407
gráfico 5.112	Participación previa a la encuesta (total muestra)	408
gráfico 5.113	Importancia de la participación en estos asuntos por Grupo de Edad (total muestra)	409
gráfico 5.114	Importancia de la participación en estos asuntos (total grupos)	409
gráfico 5.115	Sobre si su participación es importante por Género (total muestra)	409
gráfico 5.116	Justificación de la importancia de la participación (total por respuesta Si (69) - No (26))	411
	2do Barrido: Análisis de Cruces	413
gráfico 5.117	Tiempo en llegar v/s Frecuencia de acudida (total muestra)	413
gráfico 5.118	Tiempo en llegar v/s Frecuencia de acudida (total menos de 5 minutos)	414
gráfico 5.119	Tiempo en llegar v/s Satisfacción con la plaza en general (total muestra)	415
gráfico 5.120	Antigüedad en el uso v/s Frecuencia de acudida (total muestra)	415
gráfico 5.121	Antigüedad v/s Frecuencia de acudida (total más antiguos)	416
gráfico 5.122	Antigüedad en el uso v/s Cuando viene (total muestra)	416
gráfico 5.123	Antigüedad en el uso v/s Cuando viene (total por antigüedad)	417
gráfico 5.124	Antigüedad en el uso v/s Duración de la estancia (total muestra)	417
gráfico 5.125	Antigüedad v/s Tiempo de permanencia (total más antiguos)	418
gráfico 5.126	Antigüedad en el uso v/s Importancia otorgada a la participación (total muestra)	419
gráfico 5.127	Antigüedad en el uso v/s Importancia otorgada a la participación (total más antiguos)	419
gráfico 5.128	Antigüedad en el uso v/s La plaza como lugar significativo del barrio (total muestra)	420
gráfico 5.129	Antigüedad en el uso v/s La plaza como lugar significativo del barrio (total los que valoran mucho)	421

gráfico 5.130	Antigüedad en el uso v/s Sentirse parte de lo que pasa en la plaza (total los que valoran mucho)	421
gráfico 5.131	Antigüedad en el uso v/s Importa lo que pase en la plaza (total los que valoran mucho)	422
gráfico 5.132	Antigüedad en el uso v/s La plaza como lugar significativo del barrio (total los que vienen hace años)	422
gráfico 5.133	Antigüedad en el uso v/s Importa lo que pase en la plaza (total los que vienen hace años)	422
gráfico 5.134	Antigüedad en el uso v/s Importantes para definir mejoras (total los que vienen hace años)	423
gráfico 5.135	Antigüedad en el uso v/s Importantes para definir mejoras (total muestra)	423
gráfico 5.136	Antigüedad en el uso v/s Emociones y significados que el lugar despierta en los usuarios (total los que vienen hace años)	424
gráfico 5.137	Frecuencia de acudida v/s Periodo del día en que viene (total muestra)	425
gráfico 5.138	Frecuencia de acudida v/s Periodo de acudida (total los que vienen una vez por día)	426
gráfico 5.139	Frecuencia de acudida v/s Periodo por Lugar (total los que vienen una y un par de veces por semana)	426
gráfico 5.140	Frecuencia de acudida v/s Periodo por Lugar (total los que vienen una vez por día o más)	427
gráfico 5.141	Frecuencia de acudida v/s Tiempo de permanencia (total muestra)	427
gráfico 5.142	Frecuencia de acudida v/s La plaza como lugar significativo del barrio (total muestra más frecuente - 80 pers.)	428
gráfico 5.143	Frecuencia de acudida v/s Sentirse parte de lo que pasa en la plaza (total muestra más frecuentes - 80 pers.)	429
gráfico 5.144	Frecuencia de acudida v/s Sentirse parte de lo que pasa en la plaza (total muestra más frecuente - mucho)	429
gráfico 5.145	Frecuencia de acudida v/s Me importa lo que pase con la plaza (total muestra más frecuente - 80 pers.)	430
gráfico 5.146	Frecuencia de acudida v/s Me importa lo que pase con la plaza (total muestra más frecuente - mucho)	430
gráfico 5.147	Frecuencia de acudida v/s Importantes para definir mejoras (total muestra más frecuente - 80 pers.)	431
gráfico 5.148	Frecuencia de acudida v/s Me importa lo que pase con la	432

	plaza (total muestra más frecuente - mucho)	
gráfico 5.149	Frecuencia de acudida v/s Importancia de dar la opinión (total muestra más frecuente - Si)	433
gráfico 5.150	Influencia de los periodos de acudida a la plaza sobre la duración de las estancias (preg. 11 y 12)	433
gráfico 5.151	Duración de la estancia v/s La plaza como lugar significativo del barrio (total muestra)	434
gráfico 5.152	Duración de la estancia v/s La plaza como lugar significativo del barrio (total muestra valoración mucho)	435
gráfico 5.153	Duración de la estancia v/s Sentirse parte de lo que pasa en la plaza (total muestra)	435
gráfico 5.154	Duración de la estancia v/s Sentirse parte de lo que pasa en la plaza (total muestra valoración mucho)	436
gráfico 5.155	Duración de la estancia v/s Me importa lo que pase con la plaza (total muestra)	436
gráfico 5.156	Duración de la estancia v/s Me importa lo que pase con la plaza (total muestra valoración mucho)	437
gráfico 5.157	Duración de la estancia v/s Sentirse parte de lo que pasa en la plaza (total muestra)	438
gráfico 5.158	Zonas de difícil acceso v/s Satisfacción plaza en general (total muestra Si)	438
gráfico 5.159	Zonas de difícil acceso v/s Satisfacción plaza en general (total muestra No)	439
gráfico 5.160	Zonas de difícil acceso v/s Disposición a recomendar la plaza (total muestra Si)	439
gráfico 5.161	Existencia de zonas inseguras v/s Satisfacción con la seguridad de la plaza (total muestra)	440
gráfico 5.162	Existencia de zonas inseguras v/s Satisfacción con la seguridad de la plaza (total muestra Si)	440
gráfico 5.163	Existencia de zonas inseguras v/s Satisfacción con la seguridad de la plaza (total muestra No)	441
gráfico 5.164	Disposición a participar v/s Tiempo empleado en llegar a la plaza (total muestra dispuestos a participar)	441
gráfico 5.165	Disposición a participar v/s Antigüedad en el Uso de la Plaza (total muestra dispuestos a participar)	442
gráfico 5.166	Disposición a participar v/s Frecuencia de acudida a la Plaza (total muestra dispuestos a participar)	443

gráfico 5.167	Disposición a participar v/s Tiempo de permanencia(total muestra dispuestos a participar)	443
gráfico 5.168	Disposición a participar v/s Importancia de dar la opinión (total muestra dispuestos a participar)	444
gráfico 5.169	Disposición a participar v/s Importancia de dar la opinión(total muestra No importante)	445

agradecimientos

Esta tesis doctoral, ha requerido de esfuerzo y mucha dedicación, pero su finalización no hubiese sido posible sin la cooperación desinteresada de todas y cada una de las personas que a continuación citaré y otras que mi memoria podría involuntariamente omitir en este momento.

Los más sinceros agradecimientos para mis amigos y compañeros Jaime León, Oscar Tomico, Juan Negroni, Jesús Ávila y a los profesores Joan Masarnau y Lluís Pons, por su guía, comentarios, y aportes en este trabajo.

Al Dr. Joaquim Lloveras por su dirección y apoyo durante mi estancia en el Programa de Innovación Tecnológica de la Ingeniería del Producto y Procesos, por creer en mí, e invitarme a trabajar con él en el curso de *Apreciación del Producto y Estética*.

A todos los alumnos del curso de *Apreciación del Producto y Estética* entre el 2004 - 2007, en especial a los del último periodo, que se entusiasmaron con el tema, colaboraron en la búsqueda de información y aportaron por con sus innovadoras ideas.

A Oscar por persuadirme a tomar el reto, acompañarme en el desarrollo y guiarme en todo su proceso.

A mi compañera de expedición, mi hija Mariana, quien me ayudó a descubrir y a enamorarme de Barcelona; Sin ella nada de esto habría ocurrido.

A mis vecinos de la Plaza L'Olivereta, *mi familia*, quienes me adoptaron como uno más de ellos, el Avi, la María José, el David, la Paula y la Carmen.

A mi familia, que a la distancia, fue siempre un estímulo para llegar a este fin.

Finalmente, al Departamento de Diseño de la Universidad Tecnológicas Metropolitana del Estado de Chile, que a través de la adjudicación del Mecesup 0201 depositó su confianza en mí para que realizara este cometido.

resumen

mobiliario urbano, diseño, objetos de uso público, espacio público, habilitación del espacio público.

El uso de los espacios públicos está influido directamente por la calidad de su habilitación, es decir, por la capacidad de responder a necesidades funcionales, físicas, psicológicas y sociales de los usuarios frente a los elementos que lo configuran.

El buen uso y conservación de estos espacios define la aceptación y apropiación de los usuarios. Cuando las personas ven posibilidades de uso y logran intervenir en la creación de lugares de encuentro, los espacios se enriquecen y se realza su contenido funcional, simbólico y social.

El papel que juega el mobiliario urbano en la constitución del espacio público como soporte de las actividades y facilitador de la vida urbana es fundamental. Las decisiones que los realizadores tomen, las características de la oferta, la interpretación de las necesidades e intereses de los ciudadanos/as, impactará la calidad de vida a la que aspiren en ese lugar.

El espacio público y el mobiliario urbano constituyen un medio eficaz para que las personas logren ciertos beneficios en la realización de sus actividades (trabajo, educación, esparcimiento). Si ambos se ofrecen por igual a todos los ciudadanos para su uso indistinto y en comunidad, debe existir un cuidado crítico en el diseño, calidad y estado de tales bienes.

La presente investigación pone de manifiesto que los objetos con los que convivimos en el espacio público urbano (*Objetos de Uso Público, OUP*) responden a una diversidad de demandas, distintas de las solicitudes para los objetos de uso privado. Estas demandas resultan del contexto donde dichos objetos se insertan (el espacio público urbano) y de las necesidades inherentes a la vida urbana, que tienen sus propias exigencias y particularidades.

Estos factores revelan una complejidad que debe reconocerse e integrar en el diseño de los *OUP* y la diversidad de disciplinas y decisiones intervinientes en su implementación. Esta investigación justifica su importancia demostrando que el diseño tiene la responsabilidad de articular, coordinar y comandar las disciplinas participantes y en última instancia, implementar la materialización de los objetos concebidos desde estas variadas necesidades y condiciones.

Esta investigación se centra en el reconocimiento de las características distintivas de los *OUP* y en el rol del diseño para asegurar esas distinciones y enfatiza la relevancia de integrar en el diseño las necesidades y aspiraciones de los ciudadanos. Ambas tareas deben desarrollarse dentro de las capacidades disciplinares del diseño.

Se trata de un análisis de las experiencias de uso del espacio público, tal como se caracteriza en las sociedades de raíces latinas y en particular, estudia el comportamiento de los ciudadanos en tres parques de la ciudad de Barcelona.

Las aportaciones derivadas de este trabajo son:

- › desarrollo de un material teórico para caracterizar los *OUP*, que puede servir de base para su tratamiento desde la perspectiva del diseño de productos industriales.
- › identificación y proposición de mecanismos interpretativos y conceptuales para destacar la componente significativa y simbólica de los *OUP*.
- › definición de principios para incorporar la participación activa de los usuarios en el proceso de diseño de los *OUP*.
- › propuesta de énfasis necesario en los aspectos económicos y psicosociales, sin desconocer el rol protagónico de otras disciplinas.
- › reafirmación de la responsabilidad del diseño en la entrega de lineamientos para la materialidad y producción de los *OUP*, con mezcla de tareas de la economía, el urbanismo, la psicología ambiental y la arquitectura como condicionantes y la ingeniería y parte del urbanismo como intervinientes.

La visión amplia, integral y holística del espacio público y de los bienes que allí se instalan, exige la perspectiva de las disciplinas que aquí se proponen, abriendo un campo de mayor claridad para el resto de las disciplinas, artes y oficios asociados al tema.

abstract

urban furniture, design, Public use goods, public space, fitting out of public space

The use of the public spaces is influenced directly by the quality of its qualification, namely, by the capacity of these spaces to answer to functional, physical, psychological and social needs of users with regard to the elements that make part of it.

The good use and conservation of these spaces defines the acceptance and appropriation of the users. When the persons see possibilities of use and manage to intervene in the creation of places of encounter, the spaces are upgraded and its contents are functionally, symbolically and socially valued.

The role played by urban furniture in the constitution of the public space, as a support of the activities and facilitator of urban life is fundamental. The choice that decision makers take, the characteristics of the supply and the interpretation of the needs and interests of the citizens, will affect the quality of life expected to be yielded by this place.

Public space and urban furniture constitute an effective way to persons to achieve certain benefits in the accomplishment of their activities (work, education, leisure). If both are offered indistinctly to all the citizens for their individual use and in community, a critical care must exist in the design, quality and condition of such goods.

The present research reveals that objects with which we deal in public urban space (*Objects of Public Use, OPU*) respond to a diversity of demands, different from the one requested to objects of private use. These demands result from the context where the above mentioned objects are inserted (the public urban space) and from the needs inherent to the urban life, which has its own requirements and particularities.

These factors reveal the complexity that must be recognized and integrated in the design of the *OPU* and the diversity of disciplines and decisions that must intervene in their implementation. The importance of this research lies on the demonstration that the design has the responsibility to articulate, coordinate and command the participating disciplines and in last instance, to implement the materialization of the objects conceived from these varied needs and conditions.

This research is axed on the recognition of the distinctive characteristics of the *PUGs* and on the role of design to assure these distinctions. It emphasizes the relevancy of integrating in the design the needs and aspirations of the citizens. Both tasks must be developed within the capacities of design as a discipline.

The research deals also with an analysis of the experiences of use of the public space, as it is characteristic of the societies of Latin roots and especially, studies the behavior of the citizens in three parks of the city of Barcelona.

The contributions derived from this work are:

- › Development of a theoretical material to characterize the *OPU*, which can be used as a base for analysis and action in the perspective of design.
- › Identification and proposition of interpretive and conceptual mechanisms to emphasize the significant and symbolic component of the *OPU*.
- › Definition of principles to incorporate the active participation of users in the process of design of the *OPU*.
- › Proposal of granting the necessary emphasis in the economic and psycho-social aspects, not ignoring the leading role of other disciplines.
- › Reaffirmation of the responsibility of design in the delivery of guidelines for the materiality and production of the *OPU*, mixing contributions from the economy, the urbanism, the environmental psychology and the architecture as determining disciplines and the engineering and part of the urbanism like interveners ones.

The wide, integral and holistic vision of public space and of the goods that are installed there, demands the perspective of the disciplines and approaches proposed here, shedding light on the rest of the disciplines, arts and trades associated in the topic.

glosario

Con la finalidad de facilitar la comprensión del documento que se presenta a continuación, se han seleccionado una serie de términos que es necesario aclarar y destacar.

Las definiciones manejadas no representan un carácter universal, ya que muchas de ellas corresponden a definiciones conceptuales propias del contexto donde son utilizadas.

Accesibilidad Universal: La condición que deben cumplir los entornos, procesos, bienes, productos y servicios, así como los objetos o instrumentos, herramientas y dispositivos para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas, en condiciones de seguridad, comodidad y de la forma más autónoma y natural posible. Presupone la estrategia de "diseño para todos" y se entiende sin perjuicio de los ajustes razonables que deban adoptarse. [Fundación ONCE]

Apreciación: Reconocimiento y valoración del mérito de alguien o de algo.

Apropiación: Se refiere al proceso como las personas dan sentido e incorporan en su vida a objetos y lugares.

Desde la sociología, psicología, y las demás disciplinas que se han encargado de estudiar el comportamiento humano existiendo un sinnúmero de definiciones al respecto. Una de las que ha servido como base para este trabajo ha sido la entregada por Sansot (1976), Apropiación es todo aquel tipo de práctica a través de las cuales dejamos nuestra impronta en algo o alguien y así deviene nuestro. Pero, la apropiación se puede dar sin la componente etológica de la impronta ni la conductual de la transformación, a la que podemos no tener opción. Queda entonces como dominante la componente cognitiva, y en especial la inactiva.

Attachment: Apego, aprecio, cercanía a los objetos.

Ayudas Técnicas: Son los medios y herramientas creados por el hombre para permitir o facilitar la realización de determinadas acciones "... con normalidad, seguridad y eficacia, en distintas geografías y para diferentes grupos humanos, para todas las personas, de las más variadas características, necesidades, habilidades, edades y preferencias, que además, se van modificando a lo largo de la vida" de tal manera que, sin su uso, estas tareas serían imposibles o muy difíciles de realizar para un individuo en una situación determinada. [CIU, 2006:9-10; Fundación ONCE]

Casal: Casa de labor. En la ciudad de Barcelona suele hacer referencia al lugar donde niños, adultos y/o gente grande se reúne para realizar actividades de interés común.

Diseño de Experiencias: Es una orientación a la creación de experiencias exitosas para las personas en cualquier medio. Este enfoque incluye el examen y el diseño en las 3 dimensiones espaciales, el tiempo, los 5 sentidos, y la interactividad, así como el valor para el cliente, significado personal, emocional y el contexto. Diseño de experiencias pueden estar en cualquier medio, incluida la ordenación del espacio del medio ambiente, instalaciones, productos de impresión, productos, servicios, difusión de imágenes y sonidos, actuaciones en vivo y eventos, medios de comunicación digital y en línea, etc. [Shedroff, N., 2001]

Diseño para todos o Diseño Universal: Es la creación de productos y entornos diseñados de modo que sean utilizables por todas las personas en la mayor medida posible, sin necesidad de que se adapten o especialicen. El objetivo del diseño universal es simplificar la vida de todas las personas, haciendo que los productos, las comunicaciones y el entorno construido por el hombre sean más utilizables por la mayor cantidad posible de personas con un costo nulo o mínimo. El diseño universal beneficia a personas de todas las edades y capacidades.

Diseño Social: El enlace entre el diseño y las ciencias del comportamiento dio lugar al concepto de *diseño social*, el cual hace referencia al diseño que trabaja con la gente y no para ellos; asegurando la participación de la población en la planificación y gestión de los espacios que les rodean; busca enseñar a utilizar sabia y creativamente el medio ambiente para lograr un equilibrio armónico entre los interlocutores sociales, físicos, naturales y el contexto. Los diseñadores no pueden alcanzar estos objetivos de trabajo por sí mismos. Los objetivos sólo se pueden lograr dentro de las estructuras de organizaciones más grandes, que incluyen a aquellas personas a quienes un determinado proyecto está previsto. [Sommer, 1983]

Enforcement: El enfoque económico convencional en el análisis de la ejecución o aplicación de las leyes (enforcement) se basa principalmente en los trabajos de Becker en donde se propone que quienes optan por incumplir las leyes están percibiendo un beneficio mas alto que el costo esperado de la regulación por parte del estado, es decir, la sanción para el infractor multiplicada por la probabilidad de detección. Así, La internalización de las externalidades de grupo derivadas del dilema entre el interés individual y el interés social requieren el diseño de instituciones a través del mercado, el estado o de formas auto-gobernadas que generen en los agentes un cambio en los incentivos pecuniarios o no materiales que los lleven a tomar decisiones que sean socialmente deseables. [Cárdenas, 2004]

Exteriorismo o interiorismo de exteriores: Se refiere al tratamiento del espacio público, dando énfasis en su necesaria igualdad con el espacio privado.

Holismo: Doctrina que propugna la concepción de cada realidad como un todo distinto de la suma de las partes que lo componen.

Hot point: Lugar público donde se ofrece conexión inalámbrica a Internet para cualquier usuario localizado en su entorno o dentro de su radico de acción

Paradero: Lugar o sitio donde se para o se va a parar el autobús, punto de parada, marquesina, refugio peatonal para la espera del autobús.

Public Realm: Refiere al reino público, el cual abarca todas las piezas del ambiente físico al cual el público puede experimentar o tener acceso. Éste es sobre todo el sistema del espacio público, pero también incluye las fachadas de los edificios privados que enmarcan el espacio público, y de los tratamientos asociados del paisaje y del diseño. Las calles, aceras, los derechos de paso, parques y otros espacios abiertos de acceso público y los edificios cívicos e instalaciones.

El reino público proporciona un ajuste inclusivo para la interacción cultural, social, recreacional y comercial, así como el espacio y las conexiones físicos que permiten el movimiento a partir de un lugar a otro. El reino público es también un ajuste del comportamiento. Visto en esta luz, hay tres factores humanos dominantes asociados al reino público:

- › Comodidad
- › Vida en comunidad y la vida pública
- › La estética de la ciudad y el arte público

Simbolismo “a priori”: “Cuando una instancia de la estructura social tiene capacidad para promover o proponer la creación o transformación de un entorno, con una dirección o intencionalidad determinada, está ejerciendo un acto de poder (por ejemplo la urbanización de una calle, una plaza o un barrio). Este acto de poder pretende dotar el espacio de una forma, de una estructura, de unos elementos y/o de unos nombres (una toponimia) que pretende realzar unos valores, una estética, unos hechos, para que perduren en la memoria colectiva, o quiere borrar otros hechos, otros recuerdos, otras vivencias, que están en la colectividad y se consideran menores o incluso indeseables. Se pretende crear un espacio simbólico con una significación preestablecida, que puede o no cuajar entre la población, es decir, puede o no ser integrada por la población como elemento referencial y vertebrador de la comunidad, lo cual es lo mismo que devenir un elemento simbólico compartido.

La mayoría de las grandes acciones urbanísticas en la ciudad, la mayoría de intervenciones con pretensiones artísticas en el espacio público, tienen estas características. Por ejemplo, para el tema que nos ocupa, la implantación de un monumento o espacio más o menos monumentalizado, se hace con la intención de evocar un recuerdo, un hecho, una persona, o simplemente dejar en la memoria colectiva el testimonio de un momento político, artístico, estético, social, etc. que ha decidido la instancia que tiene poder para hacer la intervención. El mismo hecho de dar nombre a las calles, a las plazas o a los parques, son intentos de dotar de un valor simbólico a determinados espacios por parte de la estructura de poder, generalmente desde un despacho”. [Moreno y Pol, 1999:49]

Simbolismo “a posteriori”: “Hace referencia a todos aquellos espacios u objetos que juegan un papel activo en el mundo referencial de una colectividad, a partir del significado que a través del tiempo y el uso ha adquirido para cada uno de las personas individualmente y para el grupo social como conjunto”... Son “lugares cargados de significados que actúan como elementos vertebrados de las comunidades y de su identidad” [Moreno, y Pol, 1999:50]

Stakeholders: Parte interesada, es decir, cualquier persona, grupo u organización que tenga directa o indirecta participación en una organización, ya que puede afectar o ser afectados por las acciones de la organización, los objetivos y políticas. Los actores claves en una organización de negocios incluyen los acreedores, clientes, directores, empleados, (el gobierno y sus agencias), los propietarios (accionistas), los proveedores, los sindicatos y la comunidad de la que se basa el negocio de sus recursos. Todas las partes interesadas no son iguales y diferentes partes interesadas tienen derecho a consideraciones diferentes. [Businessdictionary.com]

abreviaturas usadas en esta tesis

OUP : Objeto de Uso Público

EP : Espacio Público

EPU : Espacio Público Urbano

ICSID : International Council of Societies of Industrial Design

BCD : Barcelona Centro de Diseño

“Richard Sennet, en Carne y piedra, sostiene que las ciudades se hicieron para el ejercicio, desplazamiento y acomodo del cuerpo. Y que es el cuerpo, con sus movimientos y actitudes el que crea el sentido de lo urbano y las variables del espacio público, ya como ese espacio donde se realiza el intercambio, ya en calidad de sitio para la movilidad o el descanso social. Desde ese punto de vista, es un cuerpo para cuerpos, una estructura donde nace, crece, se mueve y desaparece la corporalidad, pero no su memoria, que pervive en las obras, en las calles, en las honras y en los rituales de nacer, procrear y morir (referencias corporales), lo que Jung llama el inconsciente colectivo y que rige el yo social. Y en esta concepción de un cuerpo en proceso de acomodaticio, se encuentra uno de los sentidos más interesantes de la historia: el movimiento.

Un cuerpo, entonces, no es un cuerpo si carece de espacio y tiempo. El espacio lo necesita para moverse y el tiempo para representarse. El cuerpo refleja la puesta en acción de pasiones y de sociabilidad: convergencia, tensiones, conflictos, distinciones, características de un orden social determinado. A partir del momento en que pasa a ocupar un lugar identificable en el espacio, el cuerpo se convierte en si mismo en un territorio que posee una capa exterior: la piel, el halo sonoro de su voz, el aura de su respiración”

Kupchik Christian (2008). Cuerpo a cuerpo. Revista bimestral de cultura urbana, quid, año 3 n°18 octubre - noviembre. Buenos Aires, Argentina

Capítulo 1: Introducción

Motivación

Esta investigación tiene su origen en las inquietudes personales y profesionales sobre el campo del diseño de objetos, más específicamente, los que se utilizan en el espacio público urbano, que identificamos aquí como mobiliario urbano y microarquitecturas. Este trabajo está potenciado por la realización de la tesis de Master en Diseño Industrial “Problemáticas formales del producto”, dictado por la Universitat Jaume I, España – Universidad Tecnológica Metropolitana, Chile, sobre “La Parada de autobús: *Evaluación y Criterios para el Mejoramiento de los Puntos de Parada de Autobús en Santiago de Chile*”, 2002.

Entre dicho momento y el desarrollo y finalización de esta tesis de doctorado, se han realizado algunas investigaciones sobre el diseño del mobiliario urbano, las cuales han abarcado desde estudios sobre las implicaciones de utilizar y replicar en otras realidades mobiliarios urbanos que han resultado exitosos en su contexto de origen, y las posibles lecturas y efectos sobre el aprovechamiento de estos objetos por parte de los usuarios en los nuevos escenarios donde son replicados [del Real, 2003]. Complementario a lo anterior, se ha realizado un estudio comparativo sobre una misma tipología de objeto inserto en contextos distintos [del Real, 2004] y la complejidad del diseño de los objetos de uso público: su significado cultural e identitario. [del Real y Lloveras, 2005]

Los trabajos previamente realizados determinan la importancia del contexto (entorno físico o de situación, histórico, cultural y social) en el cual se insertan los *Objetos de Uso público*.

El tema de estudio de la tesis se centra en el necesario reconocimiento y posterior integración de variables particulares a esta tipología de objetos en el proceso de diseño (*los Objetos de Uso Público*, en adelante *OUP*), con la finalidad de asegurar desde el punto de vista de los usuarios, su comprensión, aceptación, y éxito en el espacio público urbano donde se inserten.



figura 1.1: Plaza de Armas, Santiago Centro, Chile.

- 1.1. presentación
- 1.2. problema de investigación
- 1.3. hipótesis y objetivos
- 1.4. metodología de la investigación
- 1.5. estructura de la disertación

1.1.

presentación

La presente investigación pone de manifiesto que los objetos con los cuales convivimos cotidianamente en el espacio público urbano, identificados genéricamente como “mobiliario urbano y microarquitecturas”, corresponden a una tipología de objetos que desde la perspectiva de su desarrollo, propiedad y uso, poseen ciertas particularidades que hacen que su tratamiento sea más complejo que el de la generalidad de los objetos a la hora de proyectarlos en alguna obra.

Las complejidades de estos objetos están caracterizadas por las siguientes concausas:

Integran lo público y lo privado, lo individual y lo colectivo – deben ser reconocidos y comprendidos por todos, sin distinción, y su uso puede ser indistintamente individual o colectivo, seriado o simultáneo.

Inciden en la relación con los usuarios – los principales beneficiarios de estos objetos no poseen generalmente ninguna facultad regulada para intervenir en los procesos de su definición, selección e implantación, ya que la decisión sobre los *Objetos de Uso Público (OUP)* no recae directamente sobre ellos, lo que debiera obligar a que las necesidades y perspectivas de los usuarios sean consideradas previamente a su diseño.

Los factores evocados arriba revelan la complejidad que es necesario reconocer e integrar – a través del conocimiento de los procesos y de sus fases más críticas – en el proceso de diseño de los *OUP*. Consecuentemente, indican que existe una amplia cantidad y diversidad de disciplinas y decisiones intervinientes en la implementación de ellos. Esta investigación se justifica precisamente por el hecho que el diseño tiene la responsabilidad de articular las disciplinas participantes y en última instancia, de materializar los objetos concebidos desde estas variadas necesidades.

En otras palabras, el diseño está llamado a jugar un rol central en la definición e implementación de estos objetos, para lo que se hace fundamental delimitar las funciones del diseño y su relación con otras disciplinas.

Medardo Chiapponi (1999) y Simón Sol (2009) reivindican la necesidad de recuperar la demarcación de los límites de la disciplina del Diseño, en particular, a través de su tratamiento como temas propios de esta disciplina. Ello significa para estos autores reconocer simultáneamente que se debe tener a disposición el caudal de capacidades de todas y cada una de las áreas disciplinarias lindantes y destacar la importancia de las zonas de intersección del diseño con otras temáticas. [Chiapponi, 1999; Simón Sol, 2009]

Los objetos de uso público se caracterizan precisamente por estar disponibles para el uso de todas las personas, “ciudadanos/as”¹, (sin distinción de sexo, edad, capacidad física e intelectual) que demanden su utilidad [Iñiguez y Pol, 1993] (ver figura 1.2). Esto otorga ciertas características a dichos objetos, que hace imposible que sean provistos por el sistema acostumbrado de mercado, en relación a la oferta y la demanda. Se trata de bienes y servicios que indistintamente que su consumo, sea colectivo o individual, se encuentran disponibles de manera permanente en iguales condiciones para todos los usuarios. En este sentido, su provisión debe ser resuelta por la sociedad (y sus representantes, el estado o cualquier nivel de gobierno) lo que les confiere un carácter social que es exclusivo desde el punto de vista del diseño. [Parkin, 2001; Martínez Coll, 2001; Benegas, 1997]

¹ Tomamos la utilización del término “ciudadano/a” con la intención que plantean Iñiguez y Pol (1993), es decir, de convertirlo en concepto globalizador del tejido social.



Podríamos decir entonces, que estamos frente a una manifestación particular del diseño, la del diseño social, en cuanto este se ocupa de objetos para un uso social, a diferencia de los objetos destinados al uso privado.

» **figura 1.2:**
Diversidad de usos y
diversidad de usuarios.
Plaza Cataluña,
Barcelona.

El papel que juega el mobiliario urbano en la constitución del espacio público como complemento de las actividades y como facilitador de la vida en la ciudad, es fundamental; de las características de la oferta, de la interpretación de las necesidades e intereses de sus ciudadanos/as, dependerá la calidad de vida a la que ellos puedan aspirar en ese lugar.

El espacio público constituye el principal escenario donde los *OUP* desarrollan su actuación. El espacio, en conjunto con los elementos que lo componen, conforman la imagen del lugar, la imagen de la ciudad. Es entonces un gran desafío para los diseñadores el promover o producir que las personas se sientan motivadas a su uso, lo que obliga a que dichos espacios tengan una oferta a través de estos objetos, acorde con las expectativas ciudadanas. [Borja, 2003a]

Adicionalmente, es necesario producir espacios de calidad porque estamos hablando de lugares de relación y de identificación, donde se pone a prueba la vida social e institucional y donde se definen atributos e identidades de las ciudades que las hacen reconocibles y competitivas, como por ejemplo, Barcelona y sus ramblas. (Ver figuras 1.3 y 1.4)

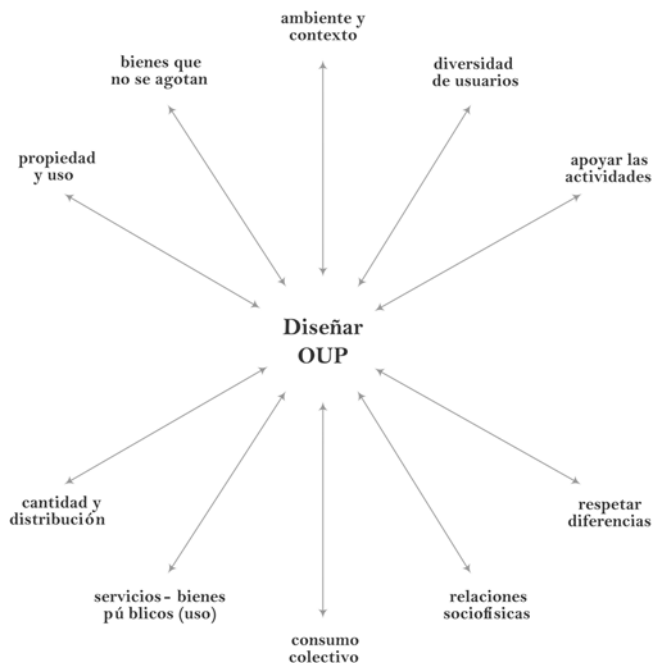
» figuras 1.3 y 1.4:

La Rambla a principios del siglo XX y del siglo XXI, Barcelona.



Diseñar en esta perspectiva exige incorporar estudios y conocimientos avanzados por las distintas disciplinas que se han encargado de este objeto de estudio. Por eso, se propone aquí que el diseño de los objetos de uso público debe llevarse a cabo en un ámbito que reconozca los problemas y los aportes de todas las disciplinas que se ven enfrentadas a la existencia de estos objetos. [Chiapponi, 1999]

La realización de esta investigación está reconociendo no sólo la complejidad de estos objetos, sino que especialmente el hecho de que su tratamiento no puede hacer abstracción del conjunto de preocupaciones que aquí se ilustran. Esto se debe a que ellos sólo quedan bien definidos si se reconoce su carácter holístico, es decir, su complejidad derivada de que en su definición y funcionamiento participan forzosamente una gran cantidad de variables de distinto orden. A la inversa, no reconocer este carácter puede llevar a una inadecuada percepción y tratamiento de ellos, en especial desde el diseño, por ser la disciplina que en última instancia se encarga de proyectarlos y habilitarlos, para permitir que cumplan su función (ver cuadro 1.1).



» cuadro 1.1:
Principales elementos que condicionan el diseño de objetos para el uso público.
Elaboración propia.

Según Pol y Valera (1999) “(...) la estética, la funcionalidad, el uso y la relación del ciudadano con una parte de los elementos urbanísticos (...) puede considerarse la más efímera, pero no por ello menos importante en el proceso de simbolización del espacio urbano. De hecho, el mobiliario urbano, expresado por ejemplo en los bancos, las farolas, las fuentes, las papeleras, etc., es uno de los elementos más “activos” de la interacción entre el entorno y el ciudadano”. [Pol y Valera, 1999:14]

Por otro lado, para un buen uso y conservación de los objetos es determinante la aceptación y la apropiación de ellos por parte de las personas. Esto tiene que ver con que dichas personas se sientan implicadas en el proyecto, ya sea,

- (a) por medio de una participación activa en el proceso, [Pol,1996; Vidal, 2002]
- (b) por una interpretación de sus necesidades manifiestas, [Vinyets, 2003]
- (c) o a lo menos porque se han respetado una serie de variables

en relación a las personas, a las cualidades formales y al lugar donde se insertan dichos objetos (inserción en el espacio, tipo de materiales, comportamientos de los usuarios, interacciones con el o los objetos, relación con los demás objetos del sistema urbano etc.). [Norman, 1990; del Real, 2003]

A partir de lo antes planteado, esta investigación se centra por un lado en el reconocimiento de las características distintivas de los objetos de uso público y en el rol del diseño para articular estas distinciones. Por otra parte, se concentrará también en la relevancia de integrar en el diseño las necesidades y aspiraciones de los ciudadanos. En ambos casos, estos objetivos se estudiarán dentro de las capacidades disciplinares del diseño (ver cuadro 1.2).

» cuadro 1.2:
Enfoque de la
investigación.
Elaboración propia.



1.2.

el problema de investigación

El Papel de los Objetos de Uso Público en la Constitución del Espacio Público Urbano.

- **La Habilitación del Espacio Público**

Para su utilización, los espacios públicos necesitan de equipamientos que permitan a los usuarios apropiarse de ellos. De esta manera, la elección y el diseño de los elementos urbanos son fundamentales para la calidad de la ciudad, en la medida que condiciona el espacio público y ayuda a configurarlo estéticamente. [Falcón, 2000]

Una manera de abordar el tema de la habilitación del espacio público se plantea a través del concepto del “exteriorismo” o del “interiorismo de exteriores”, para explicar que el espacio público debe ser tratado de igual manera como el interior. En este sentido, en relación a Barcelona, Ramón Folch (2001) reconoce que ha existido un avance considerable en la incorporación de mobiliario urbano en la ciudad, pero resalta que esto no es suficiente, ya que en estas nuevas acciones se ha privilegiado la reacción y la oposición. En cambio, se debe entender el espacio público, al igual que el privado, como un espacio donde cada cosa tiene su lugar y tiende a ser coherente con el resto. “Una cosa es poner luz y otra es iluminar”. “El exteriorismo

fisiológico no puede quedarse en los muebles de la calle. Su objetivo final ha de ser el confort sostenible del espacio exterior” [Folch, 2001:71]

- **La Imagen de la Ciudad – Identidad**

La imagen de la ciudad está constituida por el conjunto de elementos naturales y artificiales (lo construido) que constituyen una ciudad y que forman el marco visual de sus habitantes, tales como colinas, ríos, bosques, edificios, calles, plazas, parques, mobiliario urbano, anuncios, etc. [Hernández Benítez, 2000]

La relación y agrupación de estos elementos define el carácter de la imagen urbana, y está determinada por las características del lugar (topografía, clima, suelo, etc.), por las costumbres y usos de sus habitantes, por la presencia y predominio de determinados materiales y sistemas constructivos, así como por el tipo de actividades que desarrolla la ciudad (industrial, agrícola, etc.)

Aparte de su función primaria, el mobiliario urbano juega otros roles dentro de la lectura de la ciudad y dentro de las lecturas del espacio público. Pueden ser las de marcar por su forma, su color o su establecimiento, abalizar y unificar un recorrido, o todavía participar en el reconocimiento de una ciudad [Boyer y Rojat-Lefevre, 1994; Lynch, 1998], o contribuir a formar la imagen de marca de una ciudad. [Costa, 2004]

Según Borja (2003a), la ciudad es un derecho de todos, que incluye tanto la movilidad como el reconocimiento de los otros. “Todos tenemos derecho a sentirnos orgullosos del lugar donde vivimos y que los otros reconozcan la dignidad de nuestra zona de residencia”. [Borja, 2003a:62]. Reflejo de lo anterior son los monumentos, la disponibilidad y calidad de servicios, las actividades atrayentes, es decir, un poco de todo en los lugares donde se desenvuelve la vida cotidiana.

Ferrer Viana (2003), en relación a la ciudad y sus habitantes plantea: “Es conveniente que cada ciudadano se pueda reconocer en una ciudad, la suya, en que los valores urbanísticos y estéticos se complementen con los propios lugares de cada uno, con los descubrimientos personales y los escenarios que la vida llene de sentido y significado” [Ferrer Viana, 2003:26]

De esta manera la coexistencia de estos elementos, los *Objetos de Uso Público* insertos en el espacio público, en conjunto con las características ambientales del lugar, dan a cada ciudad un carácter particular, rasgos de identidad que son importantes para ella y sus ciudadanos/as.

- **El Espacio Público - Calidad de Vida**

Al hablar de calidad de vida nos referimos al grado de adecuación de las características físicas del medio urbano, a las metas, planes y aspiraciones de los individuos. Las ciudades europeas son una tipificación de este hecho; buena parte de lo que ha caracterizado su vida ha tenido lugar en sus espacios públicos. Así, el espacio público ha aparecido como el lugar de la asamblea, del encuentro, de la conversación, de la contestación, de la manifestación, de la fiesta; de las personas. [Delgado, 2003]

Tras una larga etapa de negligencia y abandono, actualmente la importancia que ha adquirido el espacio público como tema de estudio es un hecho que se ha expandido en todo el mundo. El espacio público, entendido como el escenario donde los *OUP* tienen su actuación y funcionan como soporte para la vida cotidiana en la ciudad, se ha tornado un elemento muy importante en la percepción de la ciudadanía de las mejoras de su calidad de vida, además de un valor de reconocimiento mundial. [Royes i Vila, 2003]

La geografía física y social de toda ciudad está directamente afectada por la calidad de los espacios públicos. El diseño y la selección de los elementos de mobiliario urbano y microarquitectura que lo configuran son cada vez más importantes y en este punto la participación del diseño y el papel que juegan los entes locales son fundamentales. [Serra, 2000]

“El espacio público define la calidad de la ciudad, porque indica la calidad de vida de gente y la calidad de la ciudadanía de sus habitantes” [Borja, 2003a:25].

Sin embargo, contrariamente a lo anterior, el estudio del mobiliario urbano es una disciplina que se encuentra aún en una fase de inicio [Gual, 2002], lo que se manifiesta claramente en la escasa bibliografía específica que se encuentra a este respecto, en especial en lo referido a aspectos experimentales.

La Responsabilidad del Diseño

En general, el diseño ha sido el encargado de resolver la forma de los objetos. No obstante, cuando se trata de objetos que tienen un sinnúmero de atributos y definiciones complejas - como es el caso de los *OUP* y en especial en este caso en que las personas tienen débil o nula facultad sobre su elección - estos mismos atributos tienen un impacto mucho más profundo que la sola producción y desarrollo formal, razones que justifican una mayor atención a la gestión del diseño de forma diferenciada. [Cotec, 2008]

Según Chiapponi: “En la práctica *dar forma* a los productos significa, contribuir a concretizar y materializar en detalle la solución de diversos problemas que se plantean en el ámbito de la cultura material”. [Chiapponi, 1999:17]

Habitualmente la importancia del mobiliario urbano ha estado basada en el número y localización de cada uno de sus elementos, tema que sin embargo no es analizado con la suficiente consistencia, lo que redundaría en que en muchos casos los elementos del mobiliario urbano queden ubicados de manera desintegrada respecto del contexto urbano. (Ver figuras 1.5, 1.6 y 1.7)

“... lo que es irrenunciable para el diseñador industrial – pero no para el ingeniero- es la referencia constante a uno o más usuarios del producto proyectado por él. En fin, un ingeniero puede proyectar un sistema de funcionamiento automatizado; un diseñador industrial no. Como es sabido, esto lleva al diseñador industrial a concentrar sus propios esfuerzos proyectuales sobre aspectos ergonómicos, de prestación y estético-simbólicos más que sobre aquellos tecnológicos en sentido estricto”. [Chiapponi, 1999:19]

» figuras 1.5:

Búsqueda de confort por parte de los usuarios de las paradas de autobús, en la espera de tiempos variables. Santiago de Chile.





» figuras 1.6, 1.7:

Ubicación y diseño de puntos de parada v/s accesibilidad al sistema de transporte público: prácticas de uso y confort de los usuarios de las paradas de autobús para la espera de tiempos variables. Santiago de Chile.

Condicionantes del Proceso de Gestión y Diseño de los OUP

En cuanto a su desarrollo, el mobiliario urbano y las microarquitecturas (OUP) son de responsabilidad de las administraciones públicas, sean estas de carácter local o nacional (llámense ayuntamiento o municipio, etc.). Esta responsabilidad puede ir desde concebir los objetos, demandarlos, seleccionarlos, regular y normar su implantación, definir su cantidad, mantenimiento, reposición, etc.; es decir, tienen el encargo de decidir ¿qué se va a hacer?, ¿cómo?, ¿cuándo colocarlos?, y ¿de qué manera?.

Las demandas de mobiliario urbano generalmente están determinadas por fallas, inexistencia o deterioro, y se expresan a través de un pliego de condiciones relativas al tipo de objeto y su configuración externa, a su concepción funcionalista y operativa, a su proceso y sus materiales.

Este claro énfasis en los aspectos funcionales operativos es consecuencia directa de la manera como son gestionados dichos objetos. Este hecho hace necesaria una primera revisión sobre las

variables involucradas que condicionan los procesos de gestión y diseño del mobiliario y microarquitecturas.

- **Demanda (lo técnico sobre lo significativo).**

La decisión de solicitar algún tipo de mobiliario urbano está fundada en habilitar un nuevo espacio público, reformarlo, recuperarlo y también en algunos casos en responder ante demandas manifiestas de los usuarios por elementos específicos para una necesidad determinada.

Según lo planteado por Josep Ma Serra (2000), en su libro “*Manual d'elements urbans: mobiliari i microarquitectura*” en lo que respecta a la búsqueda de soluciones ha sido posible identificar dos criterios generales [Serra, 2000]:

- › *los técnicos*, relacionados con la calidad (materiales y procesos) y la función de los elementos (función básica para lo cual han sido diseñados), y
- › *los generales*, relacionados con el plan urbano.

Los relacionados con el plan urbano afectan al objeto en su apariencia y su configuración externa, con la finalidad de dar una nueva imagen al lugar y destacarlo si es necesario o reforzar la imagen existente².

- **Oferta (soluciones que afectan lo significativo y simbólico)**

Si bien la función operativa o sus características funcionales son esenciales, es necesario recordar que los objetos son portadores de significados para quien los usa y que de esta significación también depende el éxito o fracaso de dichos objetos. [Iñiguez, de la Madrid, Igartua y Vidal, 1994]

Quarante (1992b), declara que los símbolos forman parte fundamental en nuestras vidas y que la riqueza y la diversidad de

² Respecto a los criterios propuestos por Serra (2000), es necesario precisar que los referentes al plan urbano no son tratados con igual precisión que los técnicos. Los primeros quedan en un somero enunciado de intenciones a diferencia de los técnicos, donde se propone un sinnúmero de criterios y directrices para abordarlos.

nuestras referencias dificultan cualquier clasificación, pero que la concepción de productos no puede negar la importancia de ese factor. [Quarante, 1992b]

El arquitecto Helio Piñón (2002), durante la IV Jornada de Diseño de Mobiliario Urbano en la Universitat Jaume I, hizo referencia a la importancia de estos efectos. “El mobiliario urbano surge con un cierto propósito de monumentalidad, entendida como una búsqueda de aquello esencial que les aporta permanencia”. [Piñón, 2002:11]

El claro énfasis sobre los aspectos técnico-productivos también se ve reflejado en los procesos, materiales y formas. La globalización puede promover la estandarización y uniformidad de productos y diseños, lo que a su vez puede favorecer la reducción de costos y mayor eficiencia en la producción de objetos. Sin embargo, este criterio debe ser relativizado. Los modelos que se reproducen, como de gran universalidad, generan distintas prácticas y usos, revelando la existencia de necesidades locales diferenciadas. Esto se debe a dos causas: que un mismo objeto no se inserta de igual forma en contextos distintos, y que algunos rasgos de dichos objetos se distorsionan en las réplicas. [del Real, 2004]

Para Heskett (2005) la construcción de las identidades va mucho más allá de quienes somos, sino también de quienes queremos ser “El factor cultural está relacionado, obviamente, con los específicos patrones de uso de los productos particulares. Los criterios globales pueden aplicarse a algunos productos, en general, a los relacionados con las funciones más simples, pero otros pueden requerir una cuidada adaptación. La demanda de productos diferenciados puede ser un factor determinante para algunos mercados”. [Heskett, 2005:132]

Estudios previos han podido demostrar que en muchos de los objetos que han sido diseñados cuidadosamente en términos operativos, su funcionamiento se ha visto afectado por decisiones que no son de control del diseño, por ejemplo, decisiones relacionadas con la implantación y el mantenimiento. [Norman, 2005]

De esta manera, la administración pública funciona como *demandante* de los *OUP* en nombre de los usuarios (ciudadanos), y el diseño como *oferente* de soluciones materiales para los ayuntamientos, quienes en nombre de los usuarios decidirán sobre calidades y cualidades pertinentes (ver cuadro 1.3).



» cuadro 1.3:

Relaciones de los entes involucrados en la gestión y el desarrollo de OUP.
Elaboración propia.

En definitiva, según lo ilustrado anteriormente podemos establecer que:

- › Esta relación pone de manifiesto la existencia de un vacío en la interpretación de lo que los usuarios quieren y necesitan al respecto. La consideración de todos los factores (funciones) es esencial para que el desarrollo del diseño se produzca de manera íntegra, pero insuficiente para interpretar y responder a las demandas ciudadanas indispensables.
- › Un factor determinante que dificulta esta retroalimentación necesaria para el diseño es que el diseño de estos objetos es encargado por los ayuntamientos (demandante) a los diseñadores o empresas fabricantes de mobiliario urbano. Como se ha dicho estas solicitudes son principalmente de carácter técnico-productivo, es decir, se espera que se entreguen objetos que funcionen en los aspectos operativos, en relación a la función práctica (específica). Sin embargo, pueden olvidarse o quedar de lado otras consideraciones relativas a factores que son determinantes a la hora de valorar estos objetos por parte de los usuarios, tales como funciones perceptuales, significativas y simbólicas. Ello se

refiere a la necesaria atención especial en los factores que determinan el “valor de uso” definido por Chiapponi, tales como características antropométricas del grupo de destino, las de comportamiento, las socioculturales, las antropológicas etc., que constituyen un factor determinante para la aceptación y apropiación de los objetos en general. [Bürdeck. 1996; Chiapponi, 1999:41]

- › La dirección de las acciones de los gestores influye notoriamente en los valores que transmite el espacio, en la buena o mala imagen del entorno, que confieren al sujeto o grupo unas características o peculiaridades que consideren positivas o deseables (comparación social) para su identidad. [Valera, s.f.; Pol, 1996]
- › Las grandes organizaciones y la suspensión del individuo de los procesos de decisión, los efectos de la globalización sobre la impersonalidad de los espacios y de los modelos productivos, la homogeneización de los hábitos y de la cultura a través de los *mass media* que refuerzan estilos de vida unidimensionales, de individuación, de impersonalidad, producen la pérdida de referentes sociales de pertenencia y de identidad. [Alguacil, 1997]

“La intención proyectual es evidentemente la de hacer percibir tal producto de modo unitario, holístico. No obstante, los instrumentos disponibles para alcanzar el resultado deseado y tenazmente perseguido están todos encerrados en un discreto dosaje de sendos elementos (parámetros geométricos, colores, materiales, tratamientos de superficies, etcétera). Aún se puede afirmar sin temor de ser desmentidos que una de las principales competencias de un proyectista está justamente en lograr descomponer y componer lo que otros sólo alcanzan a percibir globalmente”. [Chiapponi, 1999:32] (Ver cuadro 1.4)



» cuadro 1.4:

Lo que afecta al diseño y lo que el diseño genera como resultado, es producto de una relación iterativa con cada uno de los actores que están en juego. Elaboración propia.

1.3.

hipótesis y objetivos

Preguntas de Investigación

El análisis realizado hasta ahora ha puesto en relieve la particularidad de los *OUP*, desde el punto de vista de su concepción, diseño y tratamiento. Esa revisión sirve de fundamento para plantear las preguntas de esta investigación que permitirán definir las hipótesis de trabajo.

Dada la existencia de dimensiones del diseño de los *OUP* que residen fuera del ámbito clásico de las tareas de los diseñadores,

- › ¿Qué disciplinas, respuestas y enfoques requieren considerarse adicionalmente en la resolución por parte del diseño de objetos complejos como los *OUP*? y ¿por qué y cómo?
- › ¿Cómo evaluar tales disciplinas y cuál es su relación con los *OUP* y el diseño?
- › ¿Cuál debe ser el rol de diseño para tratar con la complejidad y la interdisciplinariedad en el diseño e implementación de los *OUP*?
- › ¿Puede una adecuada gestión integrada de los *OUP* evitar que el uso de los espacios públicos se realice de manera desigual por parte de los ciudadanos, que por un lado

aprovechan bien algunos espacios, mientras que por otro lado hay algunos que no valoran?

Hipótesis

Los objetos de uso público poseen ciertas características, que los hacen más complejos en su diseño que la generalidad de los objetos, lo que se explica por las siguientes razones:

1 Porque deben establecer una relación adecuada con el espacio donde se insertan (el espacio público, que también cumple funciones propias);

- › La función de los *OUP* será más exitosa si se les reconoce en esta complejidad el conjunto de los valores que representan y si se desarrollan estrategias estructuradas para su desarrollo e implementación integral

2 Porque se ofrecen a usuarios “ciudadanos/as” que no tienen necesariamente independencia ni iniciativa para elegir lo ofrecido (como, por el contrario sucede cuando otros objetos se someten a la prueba del mercado);

- › El énfasis que actualmente se le da al tratamiento de los aspectos funcionales-operativos de los objetos de uso público no es suficiente para la resolución adecuada de los objetivos de habilitación del espacio público urbano. Es necesario el reconocimiento y la incorporación de los otros roles que juegan los objetos a través de su forma (perceptual, significativo y simbólico) con el fin de cumplir con las expectativas y necesidades de las personas y los lugares donde ellos desarrollan su actuación.

3 Porque deben organizarse en sistemas que comparten espacios, se complementan y se excluyen;

- › En su desarrollo, es necesario considerar y valorar la vinculación de los *OUP* con un entorno determinado, que es complejo y variado (la ciudad, el espacio público, las funciones urbanas y todas las otras funciones y roles de contexto).

4 Porque su gestión implica la participación compleja de diversos dominios, técnicas y disciplinas.

- › La apropiación por parte de los ciudadanos depende de la manera de cómo se gestiona o se lleva a cabo el desarrollo de estos proyectos; para ello es fundamental implementar métodos que permitan integrar a las personas, ya sea implicándolas, interpretándolas o reconociendo sus aspiraciones en el proceso de diseño, lo que resulta un factor muy relevante para la aceptación de los *OUP*.

Objetivos de la Investigación

- **Objetivo General**

El interés de este trabajo es estudiar los *Objetos de Uso Público* y su inserción en el espacio público urbano con el fin de identificar el papel que tiene el diseño en la resolución de ellos. Igualmente, se intenta identificar el rol que juegan las diferentes funciones expresadas a través de la forma que posee un objeto de estas características. En este sentido, el resultado de esta investigación se enmarca dentro de las preocupaciones disciplinares del Diseño Industrial, como también de los problemas urbanos.

Como resultado de esta investigación, se deben cumplir los siguientes objetivos generales:

- › Ayudar a reducir el vacío existente sobre el tema del mobiliario urbano y microarquitecturas, en términos teóricos y experimentales. Se desarrolla así un material teórico para la caracterización de los *OUP* que sirva como base para su tratamiento desde la perspectiva del diseño, bajo forma de definiciones, glosarios o modalidades de concepción de los objetos.
- › Identificar y proponer mecanismos interpretativos y conceptuales para destacar la componente significativa y simbólica de los *Objetos de Uso Público*, que es un factor determinante para la aceptación, uso y conservación de ellos, para lo que se mencionarán y analizarán algunas modalidades de participación ciudadana para el desarrollo de *OUP*.

- › Identificar, definir y evaluar principios para incorporar la participación activa de los usuarios en el proceso de diseño, para permitir que los beneficios de estos objetos sean apropiados más fácilmente por sus beneficiarios.

En síntesis, se trata de proponer elementos fundamentales para la aceptación y buen uso de estos objetos por parte de los usuarios (ciudadanos). Producir una serie de especificaciones de diseño aplicables a la configuración de objetos de uso público en el ámbito urbano, tomando como punto de partida la experiencia y el uso que realizan las personas.

- **Objetivos Específicos**

- › Identificar las características distintivas de los *OUP* mediante el estudio de las aportaciones disciplinarias de las principales disciplinas involucradas en su consecución.
- › Introducir el concepto de *Objeto de Uso Público* como una tipología de objeto en el ámbito del diseño.
- › Estudiar de qué manera actúa el mobiliario urbano en el proceso de apropiación del espacio público urbano.
- › Conocer los comportamientos y reacciones de usuarios ciudadanos en el caso de algunos parques de la ciudad de Barcelona.
- › Identificar y analizar los roles de la forma a partir de la percepción que tienen los usuarios.
- › Analizar diferentes modelos de gestión y desarrollo de *OUP*, con el fin de identificar como afectan estas diferencias en el proceso de aceptación y apropiación de dichos objetos de parte de ciudadanos/as (usuarios).

1.4.

metodología de la investigación

A partir de lo planteado, esta investigación se ha desarrollado desde de dos acercamientos al problema de estudio (ver cuadro 1.1).

- › Reconocimiento de las características distintivas de los objetos de uso público
- › Interpretación de las necesidades, valoraciones y aspiraciones de los usuarios (prácticas de uso)

Dentro de los Métodos Utilizados Destacan:

1. **La construcción del marco teórico** por medio de la revisión en bibliotecas de libros, revistas, artículos, normativas y por medio de Internet, a través de buscadores genéricos, temáticos y científicos, etc.)
2. **El estudio de los servicios y objetos (OUP) seleccionados** a partir de las prácticas de uso y desde la percepción de los usuarios, se ha requerido un trabajo práctico basado principalmente en la observación participante. Para este efecto ha sido necesario desarrollar fichas de análisis y

recolección de datos para la observación directa de los usuarios.

- **Las técnicas de recogida de datos utilizadas han sido 4:**
 - › La observación directa
 - › La observación documental
 - › La observación participante
 - › La observación mediante encuesta con representación de los espacios utilizados por los usuarios

- **Los instrumentos utilizados**
 - › Fotografía
 - › Fichas para la recolección de información
 - › Cuestionario

Respecto a la encuesta es importante mencionar que en determinados apartados se utilizaron escalas de actitud del tipo Likert y Diferencial Semántico. Algunas de las características mencionadas por Sierra Bravo (2003) más relevantes y de utilidad para este estudio son:

“...se emplean para medir el grado de una actitud o disposición de ánimo permanente, respecto a cuestiones específicas en un sujeto determinado”.

Pueden ser utilizadas “...de manera independiente, (...) formando parte de cuestionarios simples o de entrevistas. Dada su esencial condición numérica, como instrumento de medida, proporcionan al cuantificar los resultados de las observaciones, una precisión más elevada y una mayor posibilidad de las matemáticas a su análisis y estudio, así como hacen más viable el contrastar y comprobar en nuevas investigaciones los resultados anteriores obtenidos”. [Sierra Bravo, 2003: 371]

3. **Para el tratamiento de los datos** de utilizaron dos programas (sus características y utilidades se describen en el capítulo 4:
 - › **SPSS**, Statistical Package for the Social Sciences (versión SPSS 15)
 - › **XLSTAT** (XLSTAT-PRO y XLSTAT-MX) y Microsoft Office **EXCEL** (2003)

Desarrollo Práctico de la Tesis

1	Revisión de la Bibliografía	
	Publicaciones referidas al mobiliario urbano y microarquitecturas, con énfasis en la habilitación del espacio público urbano:	<ul style="list-style-type: none"> › Definiciones › Función (para qué) y funcionamiento (cómo) › Desarrollo y proyectación (desde el diseño) › Demandas (desde la administración) › Clasificaciones (criterios) › Procedimientos de selección e implantación › Conservación y Mantenimiento › Usos
	Propuestas metodológicas desde el diseño industrial referidas al diseño de mobiliario urbano y microarquitecturas.	
	Estudio de las Aportaciones Disciplinarias para la Definición de los <i>OUP</i> - Reconceptualización de la categoría	<ul style="list-style-type: none"> › Referida a los bienes y servicios públicos (Economía) › Desde el espacio público y su conformación (Urbanismo) › Disciplinarias del Diseño (Diseño) <ul style="list-style-type: none"> · Funciones del objeto (roles de la forma) Accesibilidad · Design For All (diseño para todos) · Diseño centrado en el usuario · Ergonomía › En torno a las relaciones que establecen las personas y el entorno. El entorno urbano y efectos sobre las personas (Psicología ambiental) <ul style="list-style-type: none"> · Identidad social urbana · Simbolismo del espacio público · Apropiación del espacio público urbano
	Estudio e Identificación de los Servicios Disponibles en el Espacio Público Urbano.	
	Análisis y clasificación de los <i>OUP</i> instalados en el espacio público urbano vinculados a los servicios identificados.	<ul style="list-style-type: none"> › Servicio global de la ciudad. Por ejemplo: el transporte, la comunicación a distancia, etc., con sus respectivos equipamientos. › Servicios particulares de un lugar,

		barrio o grupo de destino. Por ejemplo: parques, plazas.
	Selección de Algunos Servicios y de los OUP para Profundizar el Estudio.	
	Referidos a experiencias concretas observables, en la ciudad de Barcelona. (Fuentes primarias)	<ul style="list-style-type: none"> › Estudiar las distintas regulaciones que norman la habilitación y oferta de los espacios y de los objetos de uso público seleccionados en las ciudades mencionadas. › Conocer las prácticas y procedimientos corrientes de aplicación de las normativas y regulaciones antes referidas.
2	Prácticas de Uso de los OUP – Experiencias de Apropiación del Espacio Público (Plaza)	
	Estudio etnográfico (observación)	<ul style="list-style-type: none"> › Análisis de la experiencia de “apropiación” de lugares exitosos, como modelo de inicio para identificar los elementos importantes en que se basa la experiencia. › Identificación de las variables presentes en la apropiación. › Clasificación de las variables.
	Estudio etnográfico (Entrevistas)	<ul style="list-style-type: none"> › Sobre aspectos de decisión y apreciación. › Jerarquización en términos de la importancia otorgada por los usuarios.
3	Análisis de la Información	
	Análisis de la información obtenida en el estudio etnográfico.	<ul style="list-style-type: none"> › Procesar la información › Evaluar los resultados
	Identificación de Elementos Significativos.	<ul style="list-style-type: none"> › Sobre el proceso de apropiación de los objetos › Sobre participación › Sobre valoración y usos › Contrastar los resultados obtenidos con los procedimientos actuales. › Dar a conocer los resultados con la finalidad de incrementar los conocimientos sobre el tema y para contribuir a la solución del problema que motivo la investigación

Tipología de la Investigación

Sierra Bravo (1996:134-140) propone una útil clasificación de variables y criterios que permiten identificar tipológicamente la presente tesis:

- › **Amplitud:** Esta investigación se delimita específicamente en el estudio de comportamientos ciudadanos frente a una determinada tipología de objetos (*OUP*), lo cual la define desde el punto de vista de esta categoría en *monográfica*.
- › **Alcance:** Si bien el tema del espacio público y su importancia no se refiere sólo al presente, la revaloración del espacio público, la necesidad de incorporar los intereses ciudadanos hace que la tesis finalmente se concentre en un tema *actual*.
- › **Profundidad:** Se define como *explicativa* ya que no sólo busca medir una serie de variables, sino también profundizar en la estructura de las relaciones que caracterizan un fenómeno social, factores que intervienen, tipos de relaciones, grado de esta relación, direccionalidad, etc.
- › **Relación con la Práctica:** Se puede definir esta investigación en su relación con la práctica como *básica*, puesto que se espera estudiar elementos específicos que participen en la apropiación de los *OUP* en el espacio público urbano.
- › **Naturaleza:** Se trata de una tesis *empírica*³ debido a que tiene por objeto el estudio de una realidad mediante su observación y por la experimentación de lo que en ella sucede.
- › **Fuentes:** Se trata de una investigación *mixta* porque recurre al análisis de datos y hechos obtenidos de primera mano por el investigador tanto como de datos recogidos por otras personas en investigaciones cercanas al tema de estudio pero con objetivos diferentes.
- › **Carácter:** *Cualitativo* ya que se centra básicamente en el descubrimiento del sentido y significado de las acciones sociales; abarca los tipos más interpretativos de indagación, como puede ser la observación participante.

³ Si la información deseada no puede encontrarse con la ayuda de un estudio de la bibliografía, el investigador tiene que descubrirla por medio del estudio empírico. Para el trabajo de reunir información directamente a partir del objeto de estudio se dispone de muchos métodos (encuestas, información de campo, etc.).

De acuerdo a las características del tema propuesto, la metodología de investigación corresponde esencialmente al enfoque cualitativo, que se adecua bien al conocimiento y análisis de ciertos comportamientos sociales.

Esta propuesta de metodología es avalada al menos por los siguientes criterios:

- › Una de las características fundamentales de la investigación cualitativa es la de “ver con los ojos de la gente que uno está estudiando”. [Mella,1998: 8]
- › La investigación cualitativa ofrece la oportunidad de encontrar respuestas a preguntas que giran en torno a la experiencia social, a los comportamientos y a las relaciones entre personas y entre estas y los objetos. [Cook y Reichardt, 2000]
- › La meta de la investigación cualitativa es el desarrollo de conceptos que ayuden a entender fenómenos sociales en las configuraciones naturales (más bien que experimentales), dando énfasis a los significados, experiencias y opiniones de todos los actores sociales.
- › Para nuestra investigación, por ejemplo, es relevante entender cómo los mensajes educativos asociados al uso de los *OUP*, su cuidado y conservación, pueden ser bien conocidos por los ciudadanos, pero no percibidos como relevantes en su vida diaria. [Romo y Castillo, 2002]
- › La investigación cualitativa está orientada al conocimiento del proceso como ocurren las cosas y es propia de una buena parte de las disciplinas que tienen como tema de estudio la dimensión psicosocial de lo humano.

1.5.

estructura de la disertación

El presente documento se divide en 7 partes las cuales se describen a continuación:

Cap. 1.	Introducción
	En esta primera parte se presenta el tema de la investigación desde la definición del problema hasta las hipótesis y objetivos; así mismo se presenta la metodología empleada para la búsqueda de la información y la estructura de presentación de los contenidos del documento.
Cap. 2.	El Objeto de Estudio
	Es fundamentalmente descriptivo, contiene un análisis del concepto de mobiliario urbano desde su origen y evolución hasta la redefinición como <i>Objetos de Uso Público (OUP)</i> . Adicionalmente presenta las diferentes tipologías de objetos, criterios de clasificación y los requerimientos que establecen los expertos.
Cap. 3.	El Objeto y su Contexto
	Constituye el marco teórico de la investigación; en él se presenta el estado actual de los elementos implicados en el desarrollo, diseño y proyectación del mobiliario urbano. Está constituido principalmente a partir de las aportaciones

desde el diseño para los *Objetos de Uso Público*, la economía de los bienes públicos, el espacio público desde la perspectiva del urbanismo y la psicología ambiental y las relaciones sociales en el entorno urbano.

Cap. 4.

Contrastación Empírica

Constituido por una descripción de los aspectos prácticos realizados para la *Investigación de Campo*. Se definen las unidades de análisis y observación, las características de la muestra, los procedimientos empleados y el diseño y desarrollo de los instrumentos para la recolección de la información. Finalmente se presentan las herramientas de análisis utilizadas para el tratamiento de los datos obtenidos.

Cap. 5.

Análisis de Resultados

Se expone el análisis y los resultados obtenidos tras los diferentes medios de recogida de información utilizados. Se presentan los resultados desde las diferentes aproximaciones al objeto de estudio (análisis de resultados aspectos cualitativos y aspectos cuantitativos)

Cap. 6.

Conclusiones e Implicaciones

Se presentan las conclusiones de la investigación realizada:

- › Sobre aportaciones teóricas
- › Sobre la investigación de campo
- › Valor práctico de la investigación
- › Futuras investigaciones

Cap. 7.

Anexos

Contiene documentos de referencia relevantes, todos los instrumentos de recolección de datos desarrollados y cumplimentados (fichas n°1, n°2, n°3 y n°4), la totalidad de las encuestas realizadas y el análisis estadístico de estas (en formato EXCEL, SPSS, XLSTAT), lo anterior disponible en el CD adjunto.

Capítulo 2:

El objeto de estudio

El Mobiliario Urbano – *Objetos de Uso Público*

Desde sus inicios, los objetos que pueblan los espacios públicos de las ciudades han tenido la misión de facilitar la vida de las personas. Pero los énfasis con los cuales han sido concebidos han variado de un período a otro.

Si en un momento la ornamentación de los espacios públicos por sobre la funcionalidad era lo que primaba, hoy las demandas a dichos objetos son muy diversas y variadas. Estas van desde habilitar el espacio para el buen funcionamiento de la ciudad y confort de los ciudadanos, hasta cumplir un rol de diferenciación entre ellas.

Este hecho refleja claramente la dificultad para llegar a una definición de consenso, que abarque la totalidad de las demandas y funcionalidades a que dichos objetos son sometidos.

Es claro que las fuentes públicas necesarias en el S. XIX, no son las que se requieren hoy en día, al igual que lo que hoy es un *hot point* sería impensable antaño. Pero de igual forma como las ciudades han ido evolucionando y los objetos han tenido que adaptarse a las nuevas demandas, también hay características que son universales a todos ellos.

En este apartado se desarrolla un análisis del mobiliario urbano y microarquitecturas desde el origen del concepto y su evolución hasta la redefinición como *Objetos de Uso público*. Adicionalmente se presentan las diferentes tipologías de objetos, los criterios de clasificación utilizados y los requerimientos que establecen los expertos para la definición de estos objetos.



figura 2.1: Parada de autobús. Barcelona, España

- 2.1. nociones de base**
- 2.2. redefinición del concepto**
- 2.3. selección y clasificación**
- 2.4. decálogo de los expertos**

2.1.

nociones de base

Evolución del Concepto

Durante el siglo XIX en Francia se desarrollan los equipamientos ligeros en el espacio público. Estos fueron codificados y armonizados por el urbanismo haussmanniano (urinarios, luminarias, fuentes de agua, marquesinas o quioscos, rejillas de arborización, salidas de metro, etc.) sin que el término mobiliario urbano fuese utilizado.

En aquella época el estilo de estos equipamientos estaba inspirado en las formas vegetales y en cuanto a sus características materiales y productivas existía una predominancia del fierro forjado o la fundición moldeada. Accesorio a esta búsqueda por reproducir la naturaleza estaba la utilización del color verde, lo que produjo una unificación de los muebles de la ciudad y marcó la importancia de los jardines en su concepción. Este mobiliario vegetalizado se armonizaba con las avenidas establecidas que surcaban la ciudad.

Según Quintana (1996) “el origen del término *mobiliario urbano* tiene dos vertientes que al parecer no concuerdan con las necesidades del diseño urbano actual: la traducción literal del francés *Mobilier Urbain* o la del inglés *Urban Furniture*, aunque no se ha caído en la tentación de traducir del italiano *Arredo Urbano* (*arredare=decorar*)”. La idea de amoblar o decorar para Quintana corresponde a “...ideas de antaño cuando el amueblamiento urbano nacía de un urbanismo clasicista y, por tanto, la ornamentación de la ciudad estaba muy ligada a la

urbanización siendo los muebles la respuesta a unas necesidades urbanas muy elementales”. Por ello propone utilizar el término “elementos urbanos”. [Quintana, 1996:6]

Es a partir de los años 60 en el siglo XX, que el término de *mobiliario urbano* es desarrollado. Su surgimiento aparece como una reacción a una acumulación desordenada e inorgánica de objetos y construcciones en el espacio urbano. La aparición del término expresó entonces la voluntad de armonización global de estos objetos y del espacio público. Pero también puso de manifiesto la emergencia de un mercado específico de objetos armonizados o por lo menos propuestos por un mismo fabricante. Es así como nacen las líneas de mobiliario urbano y el diseño del mobiliario urbano en conjunto con la aparición de las primeras normativas municipales sobre los muebles urbanos y de las concesiones para el suministro y mantenimiento de ellos. [Boyer A. y Rojat-Lefevre E., 1994]

Mobiliario Urbano

Generalmente se utiliza el término *mobiliario urbano y microarquitecturas para referirse* a todos aquellos objetos urbanos de uso público, que se encuentran en el espacio público. Estos objetos tienen por función principal habilitar funcionalmente dicho espacio e integrar un conjunto armónico de ofertas de servicios para el buen funcionamiento del espacio y del propio mobiliario. Si bien los términos mobiliario urbano y microarquitecturas son bastante utilizados y conocidos hoy en día, algunos estudiosos han reconocido que poseen un “(...) carácter restrictivo e inapropiado (...) aunque se utilicen corrientemente”. [Boyer A. y Rojat-Lefevre E., 1994:13]

Una búsqueda exhaustiva respecto de cómo han sido definidos estos objetos, qué son, dónde se ubican, para qué existen, quiénes son sus propietarios, y cómo inciden en la vida de las personas, entre otros, ha permitido establecer que no existe consenso entre los encargados de normar y definir sobre su origen y sus atributos.

Ejemplo de lo anterior es la variada gama de definiciones y aclaraciones conceptuales que se han desarrollado a través de la historia alrededor del término, las cuales ponen de manifiesto la complejidad de la expresión, de sus contenidos, alcances y limitaciones.

Las diferentes acepciones encontradas tienen dos expresiones, las del tipo *conceptual* y las de carácter *técnico*.

- **Aspectos Conceptuales**

Para comenzar, el diccionario de la lengua española define el término *mobiliario urbano* como “el conjunto de instalaciones facilitadas por los ayuntamientos para el servicio del vecindario, como bancos, papeleras, marquesinas, etc.”. Si bien esta definición describe una de las características principales de estos objetos, se nos presenta como básica e imprecisa. Cabe mencionar que muchos de los objetos disponibles en el espacio público son de origen y propiedad privada. También existen muchos de estos objetos que siendo públicos son administrados por empresas privadas, las cuales obtienen beneficios a través de la concesión municipal de instalación y mantención a cambio de la explotación publicitaria de su superficie, como sucede en muchos casos con los puntos de parada de transporte público.

Con mayor precisión, Boyer y Rojat-Lefevre (1994) definen al mobiliario urbano como el "conjunto de los objetos o dispositivos públicos o privados instalados en el espacio público y vinculados con una función o con un servicio ofrecido por la colectividad"⁴ [Boyer A. y Rojat-Lefevre E., 1994:20]

Ochoa (1997) los define como “todos aquellos elementos instalados en una ciudad para mejorar el confort o la atención a los ciudadanos en la calle. Muchos de estos elementos tienen la opción de ser, además, soportes publicitarios: paradas de autobús, depósitos para recogida de pilas, etc.”.[Ochoa I., 1997:54]

Pacheco Rueda (1998), en su propuesta sobre publicidad exterior, hace referencia sólo a los objetos de titularidad pública y los define como “... el conjunto de elementos de titularidad pública y situados en la vía pública de las ciudades, en los que se aúnan la prestación de algún servicio a la comunidad junto con su función publicitaria”.

⁴ "Ensemble des objets ou dispositifs publics ou privés installés dans l'espace public et liés à une fonction ou à un service offert par la collectivité" [Boyer A.; Rojat-Lefevre E.; 1994, *Aménager les espaces publics. Le mobilier urbain*. Edition du Moniteur, Paris, 327:20]

Manifiesta que en lo que respecta a España "... a partir de 1984 nace un nuevo concepto de mobiliario urbano explotado publicitariamente, el cual tiene su origen en la concesión otorgada por el Ayuntamiento de Madrid a la empresa Cemusa para instalar marquesinas con publicidad". Asimismo, precisa que existe otro tipo de mobiliario urbano que convive con el anteriormente mencionado "... elementos que son de propiedad pública pero no se explotan publicitariamente. En este grupo se incluyen todos aquellos elementos cuya implantación se estima absolutamente necesaria de acuerdo con las exigencias de los usuarios de la vía pública: placas indicadoras de calles, señales de tráfico, bancos, vallas delimitadoras, farolas, etc. Afirma igualmente que "el prestigio de las corporaciones municipales así como razones de orden estético -tanto el diseño como la ubicación de estos soportes no pueden estar mediatizados por criterios económicos- explican que este mobiliario no sea susceptible de explotación publicitaria, siendo los servicios municipales los que se encargan tanto de su instalación como de su mantenimiento". [Pacheco Rueda, 1998:2]

Quintana (1996) reconoce que la definición del mobiliario urbano, ha tenido varios intentos y comparte lo planteado por Boyer y Rojat-Lefevre (1994) en su libro *Aménager les espaces publics* sobre los alcances del término respecto a que aunque "...el término "mobiliario urbano" es el más extendido y utilizado, no parece ser el más correcto". En cuanto a una definición, Quintana plantea "son objetos que se utilizan y se integran en el paisaje urbano, y deben ser comprensibles para el ciudadano. Uso, integración y comprensión son pues conceptos básicos para la valoración de todo el conjunto de objetos que encontramos en los espacios públicos de la ciudad". Adicionalmente manifiesta que "... los elementos urbanos participan en la definición de territorio común, desde su diseño y localización hasta la formalización del paisaje urbano". Les otorga tal propiedad que "a través de ellos es posible conocer ciudades, como por ejemplo las cabinas telefónicas de Gran Bretaña, las bocas del metro de París, las papeleras industriales de Nueva York, las aceras de losas de piedra de Londres o las calles pavimentadas con piedra autóctona de varias poblaciones italianas". [Boyer y Rojat-Lefevre 1994; Quintana, 1996:6]

Peniche Camacho (2000) agrega nuevas consideraciones referidas a aspectos técnicos que deben cumplir estos objetos: "... se entiende como mobiliario urbano a todo tipo de muebles que integran a una ciudad; son de uso público y de materiales durables que resisten los

cambios de temperatura y el desgaste del exterior”. A su vez plantea una derivación del concepto a partir de las dimensiones de los objetos, “en la medida en que algunos muebles urbanos *crecen* de dimensión por las necesidades que se presentan, se convierten en equipamiento urbano, por ejemplo, paradero de autobús a estación de autobús, de caseta de policía a comandancia de policía, o bien, de puesto de periódicos a tienda de revistas y periódicos”. [Peniche Camacho, 2000:s.n.]

• **Aspectos Técnicos**

En este punto se consideran algunas de las definiciones técnicas consultadas, generalmente provenientes de manuales, normativas y ordenanzas. Su objetivo es servir de guía para la habilitación del espacio público urbano a los organismos encargados de esta función.

En cuanto a las diferentes acepciones encontradas para referirse a la expresión, ha sido posible identificar ciertos rasgos de imprecisión en cuanto a su definición. El siguiente cuadro contiene las acepciones habitualmente usadas para referirse a los aspectos antes mencionados; adicionalmente se presenta una clasificación de los diferentes aspectos contenidos en las definiciones, todo esto con el objetivo de dilucidar los alcances del término en el espacio de las regulaciones: (ver cuadro n° 2.1) (*)

qué son	<ul style="list-style-type: none"> › Conjunto de elementos › Infraestructura › Conjunto de objetos › Conjunto de instalaciones › Conjunto de dispositivos › Equipamiento › Componente urbano › Amoblamiento › Material urbano
dónde se ubican	<ul style="list-style-type: none"> › Ubicados en las vías y espacios libres públicos › Ubicados en las aceras › Ubicados en el antejardín o vía pública › Instalados dentro de los espacios públicos › Medio urbano o rural
cómo se instalan	<ul style="list-style-type: none"> › Fijos o de carácter permanente con difícil remoción, y móvil o de carácter transitorio de remoción inmediata.

» **cuadro 2.1:**
Resumen y clasificación de las definiciones sobre mobiliario urbano encontradas en diferentes fuentes de carácter técnico. Elaboración propia (*) las fuentes consultadas se encuentran disponibles en el apartado de bibliografía.

	<ul style="list-style-type: none"> › Superpuestos o bien adosados en los elementos de urbanización o de edificación. › Transportables (bancos, basureros, iluminación peatonal y similares.).
para quién son	<ul style="list-style-type: none"> › Ciudadano › Usuarios › Vecindario
cuál es su uso / finalidad	<ul style="list-style-type: none"> › Para el servicio, uso y disfrute del público. › Destinada a generar condiciones de habitabilidad del espacio público. › Prestar un servicio al ciudadano. › Destinado a dar respuesta a las necesidades de los ciudadanos. › Para el servicio del vecindario. › Con la finalidad de atender una necesidad social. › Para prestar un determinado servicio. › Ligados a una función o a un servicio ofrecido a los usuarios.
de qué son parte / sobre qué inciden	<ul style="list-style-type: none"> › Forman parte del medio ambiente urbano. › Forman parte del espacio público de la ciudad. › Inciden en la calidad de vida de los peatones. › Inciden en el uso adecuado del espacio público. › Contribuyen a la calidad de vida. › Contribuyen a la configuración del paisaje urbano y a la calidad de vida.
quién los regula	<ul style="list-style-type: none"> › Colocados a instancias de la administración. › Facilitados por los ayuntamientos. › Facilitados por privados pero con regulación de la administración.
propiedad	<ul style="list-style-type: none"> › Públicos. › Públicos y privados.

Es así como estos objetos son:

- › *elementos* - Desde la perspectiva que forman parte de la estructura urbana, incidiendo sobre el orden y la distribución.
- › *componente urbano* - Forman parte de la composición de los lugares donde se insertan y del conjunto de todos ellos, la ciudad.
- › *dispositivos* - Ya que a través de ellos, de su adecuado diseño, es posible producir un efecto esperado en las personas y el espacio público.

- › *instalaciones* - Se insertan de manera física en el espacio público, con carácter móvil o permanente, y proveen al espacio de objetos para realizar diversas actividades.
- › *material urbano* - Debido a que independientemente de su función, manera de instalarse, cantidad disponible, etc., son necesarios para el desempeño de un servicio en la ciudad.
- › *equipamiento* - Son parte del conjunto de servicios que las personas necesitan para desenvolverse en el espacio público.
- › *amoblamiento* - Extrapolando el concepto de espacio privado, se espera que los objetos funcionen de igual manera en el espacio público, en lo que respecta al bienestar y confort.
- › *infraestructura* - Conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para la creación y funcionamiento de una organización cualquiera.

Una vez analizadas las distintas acepciones, aparece como relevante destacar el carácter público referido al mobiliario urbano, el cual no es consecuencia de la propiedad. Esto equivale a decir que, los objetos disponibles en el espacio público para el uso colectivo pueden ser de propiedad pública o privada indistintamente. Ejemplo de esto son la campaña realizada en Barcelona sobre las fachadas *Barcelona Posat Guapa*, donde la actuación público privada ha generado beneficios para el paisaje urbano, que es un bien público constituido por bienes privados y públicos y los dispensadores de periódicos entre otros. (ver figuras 2.2 y 2.3)



Lo importante es, habilitar el espacio con todos los elementos necesario para apoyar a las personas en las actividades que realizan; un espacio bien dispuesto es un incentivo para su uso.

» **figura 2.2:**
Campaña de recuperación de los edificios. Barcelona, España.



» **figura 2.3:**
Dispensador de periódicos, Objeto de Uso Público de propiedad privada.

2.2.

redefinición de concepto

Objetos de Uso Público

A partir de lo anteriormente expuesto (punto 2.1.) y con el propósito de no restringir el concepto utilizando términos como “mobiliario urbano, elementos urbanos, equipamiento y microarquitecturas”, se ha escogido para efectos de esta investigación la denominación *Objetos de Uso Público (OUP)*, la cual permite incluir a todos aquellos objetos y servicios disponibles en el espacio público urbano, con independencia de su propiedad y con un resalte sobre su condición particular de uso.

En cuanto a una definición, debemos entender por *Objetos de Uso Público* a todos aquellos objetos creados por el hombre, involucrados en la habilitación de los espacios y vías públicas, cuya finalidad es la de atender una necesidad social o prestar un determinado servicio al ciudadano, las que incluyen, vegetación, ornato, descanso, recreación, comunicación, comercio, higiene, seguridad, servicios e información, con su respectivo equipo o mobiliario urbano de teléfonos, alumbrado, señalización, semáforos, forestación, contenedores de basura, protección para peatones, cámaras de vigilancia, cubiertas para paradas de buses, bancos, kioscos, locales de venta de periódicos, entre otras, es decir, aquello que viene a equipar el espacio para que se puedan desarrollar todas las actividades inherentes a la vida cotidiana en la ciudad.

Estos objetos pueden ser utilizados por un número muy variado de personas en forma simultánea o individual, y más concretamente, están destinados al universo total de habitantes.

En cuanto a su instalación, son elementos que pueden ser dispuestos tanto en el plano de superficie, en el subsuelo o en la parte aérea de dicho espacio, pueden ser fijos o móviles y de carácter permanente o temporal (ver figura 2.4). En este contexto se considera no sólo el

» figura 2.4:
Espacio de actuación del
mobiliario urbano.



aérea

subsuelo

superficie

mobiliario urbano (bienes), sino también aquéllos que asumen una función de servicio público [Puig, 2003], como es el transporte público, las cloacas o colectores, la red eléctrica, de telefonía, de gas, de agua (servicios) y el paisaje urbano entre otros, que de una u otra manera interactúan con el ciudadano (ver figuras 2.5, 2.6 y 2.7).

En definitiva estamos hablando que los *Objetos de Uso Público* constituyen un hecho funcional, estético, simbólico, que sirve para configurar y otorgar identidad a la ciudad.

» figura 2.5:
La diversidad es la
principal característica
del espacio público.





» figura 2.6:

Punto de parada – acceso al transporte público (permanente).

» figura 2.7:

Las Fallas, fiesta de la comunidad Valenciana (temporal)

2.3.

selección y clasificación

Selección

El espacio público urbano como ya se ha establecido, está constituido por un sinnúmero de *OUP*, y para posibilitar su puesta en escena deben mediar una serie de gestiones de las cuales depende su acertada resolución e inserción.

En muchos casos la dificultad de habilitar y administrar el espacio se debe a la diversidad de organismos que añaden mobiliario urbano a las calles (Administración municipal, autonómica y estatal, campañas externas de servicios, empresas particulares, entre otras.). Pere Aguirre, Director de la Fundación BCD en 1985, plantea, en relación al entendimiento entre municipios, diseñadores y empresas: “El amplio abanico de posibilidades que representaría un entendimiento consistente entre estos tres involucrados, puesto que en esta simbiosis se desencadenaría un proceso de incremento cualitativo de los espacios urbanos, justo alrededor de las instituciones con responsabilidad más directa”. [Aguirre, 1985:7]

M^a Teresa Muñoz Ronceros (2004) plantea la necesidad de que exista un departamento que coordine los diferentes organismos y propone que sea el de Paisaje Urbano, citando como ejemplo lo realizado en Barcelona a este respecto. [Muñoz Ronceros, 2004]

En el caso de Barcelona, el mobiliario urbano es gestionado desde diversos organismos, como por ejemplo el *Servicio de Elementos Urbanos*, quien se encarga de los elementos genéricos de la ciudad, como quioscos, marquesinas de transporte público, armarios técnicos, etc. y el *Instituto Municipal de Parques y Jardines*, que principalmente desarrolla su actuación sobre el patrimonio verde de la ciudad, en su planificación y mantenimiento. Sus tareas habituales están enfocadas a la jardinería, así como a la red de servicios que facilitan las estancias: el mobiliario, los equipamientos, la información... y la formación y la educación ambiental, o directamente desde el barrio, cuando estos son los que encargan los proyectos de los parques o calles. [L'Ayuntament per temes, www.bcn.es]

- **Herramientas e Instrumentos de Decisión**

Para su tratamiento y habilitación, las administraciones públicas realizan una serie de procedimientos para la toma de decisiones, basados en la normativa vigente. De los normalmente empleados por estos organismos para dotar a los espacios públicos urbanos de los elementos necesarios, es posible identificar dos como los más utilizados (Serra, 2000):

- › **Los concursos** para el diseño de mobiliario urbano tienen diversas modalidades de manifestación, las cuales pueden ir desde demandar solamente los diseños (concurso de ideas) hasta solicitar diseños, fabricación, implantación y mantenimiento de manera conjunta. Dependiendo de estas demandas, ellas pueden ser dirigidas a diseñadores, diseñadores con empresas asociadas, arquitectos, etc.

En lo que compete directamente al diseño de estos elementos, las peticiones que se llevan a cabo desde la administración pública son expresadas la mayoría de las veces a través de pliegos de condiciones técnicas, los cuales sirven de base a las empresas productoras o a los diseñadores para el desarrollo de propuestas.

- › **Los catálogos**, los cuales generalmente son de construcción propia de las administraciones, a partir del estudio, la evaluación y la selección previa de la oferta disponible de diversas empresas dedicadas al rubro. Un ejemplo de esto es el catálogo de Mobiliario Urbano *Mobiliari urbà: catàleg'90*,

realizado por la Fundación Barcelona Centro de Diseño (BCD) en conjunto con la Dirección General de Urbanismo de la Generalidad de Cataluña en 1990. [Fundació BCD, 1990] o en su defecto pueden ser suministrados directamente por las empresas productoras de dichos objetos.

Clasificación

- **Los Catálogos**

El objetivo principal de los catálogos de complementos y mobiliario urbano, es crear una herramienta de apoyo a las decisiones de los profesionales en el momento de proyectar los espacios públicos.

Una de las características principales de dichos catálogos es la organización y definición de los objetos con énfasis en su apariencia externa (características formales, materiales, de instalación, etc.), en los cuales es posible identificar los siguientes criterios clasificatorios:

- › **Tipos.** Es la clasificación más común, y organiza los objetos por medio de tipos de objetos utilizando términos genéricos como papeleras, fuentes, pilones, farolas, bancos, etc. Es así como dentro de la categoría de *bancos* es posible encontrar diversos tipos de bancos que tienen características formales, funcionales específicas, muchas veces completamente diferentes entre sí. [Ajuntament de Barcelona, 1980]

El primer catalogo desarrollado en Cataluña sobre mobiliario urbano data de 1985. El libro ofrece una clasificación sistematizada y calificada, de los productos *existentes* en el estado español susceptibles de utilización en el equipamiento urbano; cuenta con una descripción general de cada producto y la referencia de la(s) empresa(s) que los producen. [Fundació BCD, 1985]

Es un catálogo de empresas y productos ordenado por los siguientes apartados:

1	Cambio de nivel
2	Pavimentos y accesorios
3	Limitaciones

4	Jardinería
5	Agua
6	Señalización
7	Resguardos
8	Información
9	Alumbrado
10	Juegos
11	Mobiliario
12	Limpieza – Higiene

- › **Función.** Hace referencia a la utilidad que presta el objeto, independientemente de sus características específicas y contexto de aplicación. Son agrupados bajo criterios de beneficio similar. Por ejemplo: elementos de urbanización común, elementos urbanos de servicios técnicos, elementos de comunicación, elementos de limpieza, etc.

para el descanso	bancos, paradas de autobuses y sillas;
para la comunicación	cabinas telefónicas y buzones de correo;
para la información	columnas, carteleras publicitarias con anuncios e información turística, social y cultural; unidades de soporte múltiple con nomenclatura, postes con nomenclatura y placas de nomenclatura;
para necesidades fisiológicas	sanitarios públicos y bebedores;
para comercios	quioscos para venta de periódicos, libros, revistas, dulces, flores y juegos de azar para la asistencia pública;
para la seguridad	vallas, rejas, casetas de vigilancia, semáforos y cualquier otro elemento que cumpla con esta finalidad;
para la higiene	recipientes para basura, recipientes para basura clasificada y contenedores;
de servicio	postes de alumbrado, unidades de soporte múltiple, parquímetros, soportes para bicicletas, muebles para aseo de calzado, para sitios de automóviles de alquiler y mudanza;
de jardinería	protectores para árboles, jardineras y macetas, y
	Los demás muebles que dictamine técnicamente la Comisión Mixta y apruebe la Secretaría.

- › **Categorías o clase.** La propuesta de clasificación está dada bajo el concepto de categoría, es decir, se agrupan bajo un mismo grupo todos aquellos elementos que cumplan

funciones y/o presten servicios similares. [Serra, 1996 y 2000]

categoría	función y características	tipos
cerramientos de: control, limitación, estacionamiento y circulación.	Por su extensión, pueden ofrecer una visión unitaria del territorio de la ciudad. Elementos comunes de urbanización superficial; aquellos que permiten acotar el espacio público. Son importantes para el desenvolvimiento de la circulación de coches y proteger al peatón.	Vados de vehículos y peatones, pasos de peatones (paso de cebra), límites fijos o desmontables (elementos de poca altura tipo bolas), barreras fijas, desmontables, articuladas y/o mecanizadas, barandas, rejas, pilones fijos, desmontables y retractiles (controladores de autorización horaria)
descanso - reposo	Son los que primero se identifican como mobiliario urbano. Los lugares más utilizados son parques, paradas de autobús, al costado de juegos infantiles. Consideran la exposición o protección al sol. Todos poseen igual función pero responden a diferentes necesidades de diseño o del entorno. Son para sentarse y/o apoyarse.	Bancos, banquetas, butacas (con apoya brazos), sillas, gandulas (reposo en posición estirada), taburetes (bloques sin respaldo ni apoya brazos), apoya cuerpo (espaldarazos), banco-mesa.
iluminación	<p>Son la base para comprensión de la ciudad de noche, desgraciadamente contratados de forma bastante superficial en los proyectos de urbanización. Deben conjugar su presencia diurna y nocturna.</p> <p>Funciones importantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Percepción de obstáculos · Elementos de vivacidad y atracción · Suficientes para reconocer a las personas. · Ayudar a valorar el patrimonio de la ciudad. · Facilitar la orientación mediante la iluminación de contexto. · Participar en la señalización urbana. 	<p>Balizas (señales lumínicas) (zona de tráfico o estacionamiento) bajas, de delimitación, apliques (para fijar en paredes) de baja intensidad (escaleras, pequeños espacios), barreras (elementos que incorporan la iluminación), de seguridad para peatones normalmente. Claves (marcado de pavimentos) para delimitar una área de circulación (función de referencia), proyectores fijos o articulados, farola de pared, luminarias colgantes, farolas de pie, columnas (para grandes espacios), báculos (altos).</p> <p>Todas cuentan de tres partes:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Sistema eléctrico · Parte óptica (la luminaria) · Parte mecánica (el soporte)

	<ul style="list-style-type: none"> · Dificultar el vandalismo y reforzar la seguridad. <p>Los puntos anterior bajo dos criterios generales, dentro del concepto de sostenibilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Ahorro energético (lámparas de bajo consumo, etc.) · Evitar la contaminación lumínica. Dispersión en zonas no necesarias (cielo) 	<p>Diferentes maneras de iluminar un objeto.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Directa cuando los rayos de luz inciden directamente sobre el objeto, las sombras son precisas. Más utilizada en aceras y calles. También edificios, monumentos y paisajes. · Indirecta inciden sobre un objeto después de una reflexión, sombras imprecisas, borrosas. Espacios íntimos. · Mixta a través de materiales translúcidos. · Difusa a través de materiales translúcidos que dejan pasar la luz (opacos) pero no la visión. Para suavizar sombras uso en edificios. · Filtrada a través filtros de vidrios o policarbonato coloreados o semitransparentes. <p>Diferentes maneras de colocar las luces:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Zenital – De arriba a bajo, normalmente delante de los objetos. (sol) · Soterrada – De abajo a arriba, situada debajo del nivel del objeto. · Frontal – Fuente de luz se sitúa frente al objeto. · Lateral – La luz se sitúa en uno de los costados del objeto u n poco más avanzada. · Rasante – Se sitúa a un costado en el plano paralelo más próximo al objeto. · Contraluz – La luz se coloca detrás del objeto respecto al observador.
<p>jardinería y agua</p>	<p>Elementos relacionados con el agua y la vegetación. Hacen referencia tanto al punto de distribución como a los puntos de recogida.</p>	<p>Rejas lineales de desagüe y alcantarillas, rejas de protección para la base de árboles, protectores de árboles (guías de crecimiento y protección de</p>

	<p>También los elementos para la protección de flores, plantas y árboles en plazas y calles.</p>	<p>golpes para árboles delgados), límites para espacios verdes (para limitar y proteger las áreas de césped de vehículos y patones), jardineras y macetas (de diferentes formas y tamaños destinados principalmente a flores), fuentes ornamentales, fuentes de agua potable, duchas y limpia pies de playa, elementos de regado para parques.</p>
comunicación	<p>Elementos o soportes para la comunicación: Señalización, información cultural, política o local y publicidad. El soporte depende de la duración del mensaje, tamaño y su situación respecto del espacio público.</p>	<p>Palos porta banderas (el más sencillo), Semáforos, dispositivos destinados a regular el tránsito de vehículos y peatones. Señalizaciones fijas de tránsito – información de carreteras pinturas horizontal (escritos luminosas o de colores) carteles colocados en un palo, muro, pórticos o directamente en el pavimento, carteles de orientación (no están normalizados “centro ciudad, Barceloneta, etc.”). Hitos de información (elementos con o sin iluminación) para mensajes puntuales (paletas). Placas de calles (elementos de orientación y localización). Placas de monumentos. Soportes de publicidad o información municipal y cultural las cuales incorporan luz al interior y tienen dos caras útiles (Ej.: MUPI), chirimbolos, etc.</p>
servicios	<p>Se incluyen los elementos destinados a satisfacer necesidades derivadas de los servicios públicos básicos de la ciudad, transporte, telefonía, aparcamiento para bicicletas o juegos infantiles.</p> <p>No siempre son objetos instalados por el Ayuntamiento. Las compañías titulares del servicio pagan por utilizar el espacio público.</p>	<p>Tapas de registro (unos de los objetos más repetidos en nuestras aceras, permiten el acceso y registro de las instalaciones de servicios) son placas móviles, generalmente metálicas y situadas a ras del pavimento.</p> <p>Pilones de ventilación (para ventilar las instalaciones subterráneas y mejores que las rejas que impiden la entrada de agua a la instalación).</p>

		<p>Armario de servicios (elementos de dimensiones variables para mecanismo de semáforos, telecomunicaciones e iluminación).</p> <p>Cabinas de teléfono (simple, dobles, triples, adaptadas, etc.).</p> <p>Sanitarios públicos. Marquesinas de transporte público.</p> <p>Aparcamiento de bicicletas. Parasoles. Vigilancia de playas (objetos temporales).</p> <p>Cabinas de playa (para cambiarse de ropa y guardarla). Juegos infantiles (dimensiones muy diversas).</p> <p>Parquímetros (pago de estacionamiento). Buzones de correo (colores característicos para identificarlos fácilmente).</p> <p>Cajas de salida ascensor y escaleras.</p>
comerciales	Microarquitecturas destinadas al uso comercial privado.	Quiosco de prensa, puntos de venta de libros, flores, helado, bares, castañas, paradas de mercado. Cabinas de información y/o venta de entradas.
limpieza	Grupo más común en todo el espacio público: para la selección de papeles, vidrios, metales, plásticos, cartones, pilas. Son muy necesarios.	Papeleras, ceniceros, contenedores móviles. Contenedores selectivos. Contenedores subterráneos. Recogida neumática. Distribuidores de sacos para excrementos de animales. Pipican.

- › **Otro** tipo de organización de los elementos tiene que ver con las similitudes de los elementos en cuanto al servicio al cual pertenecen; esta forma de clasificación aparece bastante confusa debido a que los diferentes grupos no son excluyentes, es decir, un mismo objeto puede pertenecer a más de un grupo. [Ajuntament de Barcelona, 1980]

elementos de urbanización común	Rampas (vados) Aceras Bancos Fuentes Alcorques (protectores de base para árboles) Farolas
mobiliario de servicios públicos	Buzones Bocas de Metro Marquesinas de Autobús Cabinas de Teléfonos Contenedores Accesos de Aparcamientos Semáforos Señales de Circulación
elementos urbanos de servicios técnicos	Armarios y cajas de conexiones Estaciones transformadoras Ventilaciones de Metro Ventilaciones de aparcamientos
elementos urbanos privados	Dedicados siempre a actividades comerciales., e.g. Quioscos

- **Forma y Contexto**

Los diferentes intentos por construir herramientas para la toma de decisión a través de la clasificación del mobiliario urbano, dejan claramente espacios abiertos a la confusión para los responsables de decidir sobre dichos objetos. Cabe hacer notar que un mismo objeto pueda servir para complementar diferentes servicios, de la misma manera que, si es utilizado en diferentes contextos, puede responder de manera simultánea a demandas diferentes y dar respuesta a necesidades específicas dependiendo con que otros objetos (*OUP*) o servicios se encuentra asociado. Así, la utilización de un mismo objeto en contextos diferentes otorga al elemento nuevas demandas, y ofrece a los usuarios nuevas lecturas y utilidades; un banco por ejemplo, dispuesto en un acera se ofrece al que camina y requiere de un descanso temporal entre las actividades que realiza, pero también puede servir para sentarse a tomar el sol y mirar pasar la gente (ver figuras 2.8, 2.9 y 2.10), el mismo banco dispuesto en un parque puede ser espacio de sociabilización, lugar para conversar, etc. (ver figuras 2.11, 2.12 y 2.13), pero si además está próximo a una parada de autobús, puede ofrecer una alternativa para los que esperan el autobús y encuentran la parada llena o prefieren esperar de manera más cómoda e íntima (ver figura 2.14).

» figuras 2.8, 2.9 y 2.10:

Usos del objeto (*OUP*) y su relación con el contexto. Barcelona, España.



» figuras 2.11, 2.12 y 2.13:

El objeto y su relación con las actividades que promueve. Barcelona, España.



» figuras 2.14:

Banco como complemento a la parada de autobús. París, Francia.



Rainer Funke (1987), citado por Bürdek (1994), ha ilustrado el problema de “forma y contexto” sobre la base de la semiótica: “Una condición esencial para la semioticidad es la situación del contexto. Los objetos sólo se interpretan como signos cuando se perciben en un

entorno que tiene una interpretación determinada” [Bürdek, 1994:165]. De este modo, la forma de un banco se interpreta como símbolo de una plaza o parque, si aparece en un contexto en el que cobre sentido la referencia a esa instalación. (ver figura 2.15)



» figuras 2.15:
Plaza L'Olivereta.
Barcelona, España.

2.4.

decálogo de los expertos

Los intentos por clarificar y consensuar conceptos y criterios para la definición, diseño, implementación del mobiliario urbano hacen notar la importancia del objeto de estudio y a la vez las dificultades de trabajar con objetos destinados para ser usados por todas las personas.

Adicionalmente a lo expuesto en los apartados anteriores, existen una serie de requerimientos y consideraciones que según declaraciones de los expertos (encargados del tema a nivel de los ayuntamientos, ordenanzas, arquitectos, diseñadores, urbanistas) y normativas vigentes deben ser tomadas en cuenta a la hora de diseñar dichos objetos. Una revisión de estas se expone a continuación considerando sus alcances y limitaciones.

El Catàleg de mobiliari urbà, realizado por la Fundació BCD en 1985, pone de manifiesto que:

El mobiliario urbano es fundamental en la construcción de la imagen en la ciudad donde se inserta. Este hecho se refuerza con la idea de que cada contexto es diferente y aunque el énfasis está puesto principalmente en el estilo del lugar el diseño debe ser respetuoso con esas deferencias.

En cuanto al diseño y realización de *Objetos de Uso Público* de los espacios urbanos el catálogo plantea [Fundació BCD, 1985]:

diseño

- › Desde la perspectiva del diseñador, es evidente que sintetizar todo esto en un proyecto pasa por la recuperación de la escala humana en nuestros espacios urbanos.
- › La imaginación, la creatividad y la armonía con el entorno son una de las claves del éxito; otro aspecto importante es un planteamiento serio y realista de la interpretación a realizar.
- › Es necesario plantearse que será de nuestros espacios al cabo de unos años de su inauguración (no vale decir que el color es una señal).

objetos

- › El mobiliario urbano como todos los mobiliarios, debe escogerse –en su tamaño, forma, color y materiales– de acuerdo con el espacio al que está destinado y con los objetos preexistentes en dicho espacio.
- › Intervenciones modestas bien coordinadas y realizadas, en los lugares adecuados y en el momento oportuno, actúan muchas veces mejor y más rápidamente a favor de una recuperación armónica de la ciudad que planes grandiosos en términos de tiempo y dinero.

selección e implantación

- › Escoger las piezas que formarán parte del conjunto o colocarlas de una manera adecuada son decisiones de la mayor importancia.
- › La elección del lugar y el modo de colocación en muchas veces más importante que el objeto mismo por tanto debe recaer sobre especialistas.
- › Decisiones erradas en cuanto a la colocación, son capaces de destrozar el mejor de los proyectos.
- › Trabajar con series completas en vez de tener que escoger las piezas una por una disminuiría el margen de error en el momento de coordinar y haría más fácil la tarea de recargar las piezas.
- › Evitar trabajar con un montón de catálogos de cosas que no tienen ninguna relación la una con la otra.

coordinación necesaria

- › Las competencias en materias de circulación de vehículos, peatones, señalización, pavimentación, etc., están tan divididas que muchas veces parece imposible coordinarlas.
- › Necesariamente la administración pública debe poner en manos del especialista en quien ha puesto su confianza los instrumentos requeridos para que pueda coordinar hasta el último momento todas las actuaciones que tengan relación con la ejecución del proyecto aprobado.
- › Los espacios deben ser tratados como un conjunto, donde la escala, la forma, el color y los materiales de los distintos elementos se rijan por esta idea.

apropiación

- › Considerar el instinto humano de definición de los territorios como propios, que actúa también en los territorios exteriores, a los que también se tiene necesidad de reconocer como pertenecientes, satisfacer esta necesidad al acercarlos a la escala humana contribuye a su caracterización.

Para Quintana (1996) el éxito de los elementos urbanos se basa en la interrelación de tres conceptos: *funcionalidad*, *racionalidad* y *emotividad* en el diseño, de los cuales es posible destacar los siguientes enunciados:

funcionalidad

- › Los elementos tienen que cumplir unas condiciones funcionales de uso. Han de servir, ser útiles y el diseñador ha de sentir esa utilidad.
- › El espacio urbano no puede y no debe soportar elementos de dudosa utilidad o utilidad trasladada de otras culturas o necesidades. Existe una demanda excesiva de objetos que genera una verdadera especulación del espacio urbano y supera la capacidad de confort.
- › Es necesario evitar la concentración de elementos y realizar una auténtica política de selección de funciones en este espacio a favor de la conservación del paisaje.
- › Se debe velar por el orden y la claridad en la ubicación de los elementos urbanos. Cada elemento ha de buscar su lugar y no modificarlo como ocurre con frecuencia. A la vez, cada diseño debe poder ser colocado en cualquier escenario de la ciudad, es decir, no tiene por qué haber diseños específicos para distintos lugares de la misma ciudad.
- › Debido a la imposibilidad de elegir, hay que intentar conseguir la máxima comprensión ciudadana del elemento urbano en cuestión. (La reducción del número de diseños de un mismo elemento – no quiere decir la única versión– ayuda a esta comprensión por el usuario (familiaridad).
- › La publicidad es un tema preocupante en la ciudad, “*con su presencia invade (en el sentido más absoluto del término) calles, poluciona enormemente el paisaje urbano y no tenemos el recurso de pasar la página o cambiar de canal*”. [Quintana, 1996: 9]
- › El color intrínseco de los materiales y la integración en el paisaje urbano están por encima del valor gráfico del color.
- › La funcionalidad del elemento urbano es el de hacer ciudad extensible a todo el mundo y facilitar su uso.
- › El concepto de personas con movilidad reducida es un punto al cual el diseñador debe aportar sus ideas y soluciones desde el inicio y no esperar sugerencias y correcciones posteriores.

» figuras 2.16:

Vado V-60 (Rafael Cáceres).
Barcelona, España.



» figuras 2.17:

V-120 (Servicio de
elementos del
Ayuntamiento de BCN).
Barcelona, España.



Ej.: Son las propuestas de Vado V-60 (Rafael Cáceres) y V-120 (Servicio de elementos del Ayuntamiento de BCN). Diseñados para colocar en obra como un elemento industrial más donde el proyectista sólo debe decir el lugar, pero no sus dimensiones ni piezas. V-120 contempla la integración de semáforo y papelerera. La colocación de la papelerera intenta introducir un hábito ciudadano que en todo paso peatonal habrá un papelerera para usar. (ver figuras 2.16 y 2.17) [Quintana, 1996: 10]

racionalidad

- » Es necesaria en cuanto que la razón, las matemáticas, la técnica, los materiales, están por encima de la experiencia afectiva para la comprensión de la realidad.
- » Los puntos fundamentales son la resistencia a la agresividad del medio urbano, el envejecimiento durante el tiempo que ha de permanecer en uso y la facilidad de montaje y mantenimiento.
- » El diseño debe responder al vandalismo y gamberrismo mediante la disuasión.
- » El paisaje urbano permanece mientras que los gustos son transitorios. Los diseños de los elementos urbanos deben estar al margen de las modas que acaban ofreciendo objetos efímeros.
- » Simplificación en el diseño de los elementos urbanos, ha de explicar el máximo con el mínimo.
- » Lo más relevante es la economía del diseño y la relación entre el objeto y el resultado formal.

emotividad

- » Es necesaria en cuanto que el objeto provoca reacciones psicológicas y comunica sensaciones al individuo.
- » Dar satisfacción de uso y controlar la fabricación ha de ir unido a la provocación de sentimientos, imaginación y pasiones.
- » Se debe conseguir la integración entre el valor de uso y el valor artístico de todos los objetos que participan de la vida cotidiana en nuestro entorno inmediato que es la ciudad.
- » El valor de la idea debemos tenerla siempre presente y mantenerla viva en el objeto.

- › El valor de las ausencias es otra buena clave para los elementos urbanos. El mejor diseño es el del objeto que no se coloca en el espacio urbano, puesto que el espacio debe hablar sin necesidad de más elementos que los precisos.

Ej.: Los Pasos peatonales espontáneos nos indican los recorridos más frecuentes y eficientes, las sillas del Jardín de Luxemburgo en París, permiten descifrar usos, cantidad, preferencias, etc.) (ver figura 2.18)



» figuras 2.18:

Usos y funcionalidades de espacios y objetos. Av. Diagonal Barcelona y Jardines de Luxemburgo. París, Francia.

En lo que respecta a Barcelona específicamente el Arquitecto Ignasi de Lecea (1999) declara que ha habido una gran evolución en el diseño del mobiliario urbano, además identifica grandes logros, los cuales destaca como inicios de un cambio en la concepción de dichos objetos [de Lecea, 1999]:

diseño

- › Recuperar y restaurar el patrimonio del pasado e ir desplegando nuevos elementos que se conviertan en patrimonio del futuro.
- › Diseñar productos de gran calidad funcional y formal, cuidadosos con un mantenimiento sencillo, con materiales con la más mínima manufactura y la máxima durabilidad.
- › Considerar principios de sostenibilidad mediante el uso de materiales de gran durabilidad y sin muchas manipulaciones.
- › Asistir las exigencias funcionales.

- › Contemplar que el diseño de un mobiliario específico para cada proyecto debe ser tratado como una parte de la composición global y menos como mueble, el cual probablemente tendrá un período de obsolescencia mucho más corto que el del apoyo donde se inserte.

objetos

- › Atender las nuevas exigencias de confort y accesibilidad que vayan surgiendo.
- › Apostar por un diseño que sea a la vez minimalista y contundente.
- › Atender el fácil y buen mantenimiento.

selección e implantación

- › Es posible establecer un equilibrio entre contención y orden en la explotación publicitaria del espacio urbano ya que estas no son contradictorias con un buen rendimiento económico.
- › Velar por el orden del espacio público en la ciudad, que se pueda circular por él sin ir tropezando con todos estos elementos.

coordinación necesaria

- › Tener conciencia que la ciudad es un bien escaso por lo que cada utilización del espacio público requiere una clara justificación de su necesidad.
- › El mobiliario urbano forma parte de una realidad dinámica que debe ser contemplada.

Posteriormente, de Lecea (2001), en ese entonces Jefe del Departamento de Arquitectura del Ayuntamiento de Barcelona declaró sobre lo que debe ser priorizado respecto al mobiliario urbano: "... la funcionalidad, la estética, la adecuación a la fisonomía del lugar de emplazamiento o el coste" [de Lecea, 2001:56]. Para lo cual desarrolla una serie de requerimientos y consideraciones - Decálogo del Mobiliario Urbano- que deben ser tomadas en cuenta a la hora de proyectar cualquier objeto que se piense para ser instalado en el espacio público.

- › Igual requerimiento funcional, mismo mobiliario urbano centro y periferia.
- › No suplir funciones de monumento o de afirmación de identidad.
- › Las políticas de mobiliario urbano no deben condicionarse a la explotación publicitaria.
- › La satisfacción de la función para la que se crea un mobiliario

urbano ha de ser la cuestión fundamental.

- › Accesibles a todas las personas, favoreciendo su utilización por el mayor número de ellas.
- › Para igual función deben primar los elementos que tengan menor impacto visual y menos superficie y volumen.
- › No deben colocarse si no son estrictamente necesarios.
- › Diseñarse sobre la máxima durabilidad (física y cultural)
- › Si satisface bien su función, es más adecuado un menor volumen de material necesario para su construcción.
- › Atender de manera espacial la facilidad de mantenimiento.

Muñoz Roncero (2004) en su calidad de Vicepresidenta de la Asociación Española de Parques y Jardines Públicos y técnico del ayuntamiento de Salt (Gerona), destaca que existen ciertos criterios comunes que hay que tener en cuenta a la hora de diseñar mobiliario urbano [Muñoz Roncero, 2004]:

criterios comunes

- › Economía y racionalización en su colocación.
- › Utilización de criterios de claridad y versatilidad.
- › Condiciones funcionales y de integración.
- › Austeridad en el rigor de los materiales y simplificación de las formas.
- › Integración y no incorporación.
- › Elementos coherentes con el momento actual, pero respetuosos con otras arquitecturas ya ubicadas en la ciudad.
- › Accesibilidad integral, es decir, en el objeto y en itinerario donde se encuentra.

Josep María Serra (2007) desde su experiencia como director de proyectos de Santa & Cole, empresa de diseño que en veintidós años ha desarrollado proyectos de iluminación, mobiliario de interior y elementos urbanos, nos acerca al diseño de espacios públicos planteando las siguientes directrices [Serra, 2007]:

- › Los elementos urbanos han de ser amables, simples, útiles, funcionales, ergonómicos y aptos para todo el mundo.
- › Deben ser elementos muy funcionales y de materiales escogidos para durar. Por ejemplo: Fundición de hierro y aluminio, madera, acero galvanizado e inoxidable, hormigón (piedra artificial) y

plásticos.

-
- › El respeto al medio ambiente se debe a los materiales utilizados, reciclados y/o reciclables y por el control del ciclo de vida del elemento.
-
- › Las personas sin techo deben encontrar la ayuda de las instituciones, no el rechazo por medio de los elementos urbanos. La grandeza de los elementos urbanos es su socialización, elementos para todo el mundo, ello engloba infinidad de usos.

Por otro lado, cabe destacar lo que algunas organizaciones han desarrollado respecto al tema del diseño del mobiliario urbano.

La agrupación argentina Amigos de la Ciudad establece que los factores relevantes en el diseño de mobiliario urbano son: funcionalidad, resistencia, producción, ergonomía y expresión. [www.amigosciudad.org.ar]

-
- › El mobiliario urbano debe constituirse en una herramienta para fomentar una cultura cívica.
-
- › El mobiliario urbano no debe regirse por las modas, forzando elementos ajenos a la cultura y al contexto urbano donde se inserten.
-
- › Evitar el deterioro del mobiliario urbano dando respuestas adecuadas a las demandas y promoviendo la cultura de conservación y defensa de los bienes públicos.
-
- › Diseñar mobiliario urbano respetando las diferencias de cada lugar (país, región, localidad, etc.) propiciando así lecturas de uso y utilidad claras por parte de los beneficiarios (materiales, formas y procesos propios del lugar). Ej.: los señalamientos dependen de la zona en que se encuentren. En el momento que una señal se vuelve confusa o se pierde entre el resto de los elementos visibles del entorno, es cuando, se evidencia su falta de razón de ser, además, de ser un elemento que contribuye a la contaminación visual, tan grave, por cuanto afecta la capacidad humana de síntesis, de almacenamiento de la información y, principalmente de la memoria.
-
- › Cuidar la relación hombre-objeto (ergonomía⁵). Ser agradable en su uso, para permitir una fuerte interacción entre ambos, tal,... que el primero sienta que el objeto "le sirve" y está hecho especialmente para él.

⁵ Estudio de datos biológicos y tecnológicos aplicados a problemas de mutua adaptación entre el hombre y la máquina (www.rae.es). Es decir, la ciencia que estudia la relación "hombre-objeto" en lo físico y lo psicológico.

- › El proyectar el mobiliario urbano es un trabajo de equipo que involucra principalmente a los diseñadores urbanos de los espacios públicos, acompañados por los especialistas en diseño.
-
- › Cada caso debe ser estudiado en forma particular, teniendo en cuenta las necesidades del proyecto para así mejorar la calidad de vida de los usuarios de los espacios públicos.

El Reglamento Oficial para el Mobiliario Urbano del Distrito Federal (México) contempla varias restricciones para el diseño e implantación que deben ser tomadas en cuenta a la hora de proyectar dichos objetos [Marco Jurídico Reglamento de Mobiliario Urbano, 2000]:

del mobiliario urbano (capítulo IV)

- › La Secretaría en la elaboración de las líneas programáticas públicas de mobiliario urbano, realizará los estudios previos, de factibilidad urbana, social, técnica y económica para la realización de los proyectos de mobiliario urbano, tomando en consideración lo señalado en los Programas de Desarrollo Urbano. (Art. 16)
-
- › Las propuestas de diseño, operación y distribución de mobiliario urbano deberán considerar (Art. 17):
 - Estudios previos, de factibilidad urbana, social, técnica y económica para la realización de los proyectos de mobiliario urbano, Responder a una necesidad real y ofrecer un servicio para el usuario del espacio público;
 - Cumplir antropométrica y ergonómicamente con la función buscada;
 - Considerar, en el diseño, las necesidades específicas de las personas con discapacidad;
 - Cumplir con los lineamientos establecidos por la Secretaría, con relación a la calidad y seguridad para integrarse estética y armónicamente con el entorno urbano;
 - Asegurar resistencia a cualquier tipo de impacto y permitir un fácil mantenimiento. Los muebles no deberán presentar, de acuerdo al diseño, aristas o cantos vivos y tendrán acabados que no representen peligro a la vida o la integridad física de las personas;
 - Los materiales a utilizar deberán garantizar calidad, durabilidad y seguridad;
 - Los acabados deberán garantizar la anticorrosión, la incombustibilidad y el antirreflejo;
 - No se podrán emplear los colores utilizados en la señalización de tránsito, o de aquellos que distraigan la atención de los peatones y automovilistas en la vía pública.

de las normas de diseño y fabricación del mobiliario urbano (capítulo V)

- › El diseño del mobiliario urbano deberá realizarse con las dimensiones basadas en estudios antropométricos y ergonómicos de los habitantes de la Ciudad de México, tomando en cuenta las necesidades específicas que en su caso tienen las personas con discapacidad. (Art. 19)

- › Los estudios antropométricos y análisis ergonómicos formarán parte de la documentación técnica requerida para la aprobación del mobiliario urbano. (Art. 20)

- › El diseño, instalación y operación del mobiliario urbano deberá considerar las instalaciones hidrosanitarias, eléctricas, telefónicas y especiales del mueble y en su caso, los derechos de toma de agua, conexión al drenaje y la acometida de energía eléctrica, mismas que serán a cargo del contratista. (Art. 21)

- › Las instalaciones para electricidad, agua, drenaje, líneas telefónicas y demás servicios, relacionadas con el artículo anterior deberán ser subterráneas y/o conectadas a redes generales de los servicios. Requisitando con antelación los permisos, licencias o autorizaciones correspondientes, sin los cuales las obras no podrán ser realizadas. (Art. 22)

- › En la estructura de los elementos de mobiliario urbano, deberán utilizarse materiales con las especificaciones de calidad que garanticen su estabilidad a fin de obtener muebles resistentes al uso frecuente, al medio ambiente natural y social. (Art. 23)

- › El mobiliario urbano para comercios, y los demás que establezca la Comisión Mixta, deberán contar con dispositivos de recolección y almacenamiento de residuos o basura que por su naturaleza produzcan. (Art. 26)

de la ubicación, distribución y emplazamiento del mobiliario urbano (capítulo VI)

- › La ubicación, distribución y emplazamiento del mobiliario urbano está supeditado a conservar los espacios suficientes para el tránsito peatonal en aceras continuas sin obstáculos, en especial en la parte inmediata a los parámetros de bardas y fachadas. (Art. 27)

Capítulo 3:

El objeto y su contexto

Planteamientos teóricos y aportaciones disciplinarias para la definición de los *Objetos de Uso Público*

Los *Objetos de Uso Público* constituyen una familia particular de objetos en la medida en que responden a una diversidad de demandas que no son equivalentes a las solicitudes que afectan a la generalidad de ellos. Estas demandas están relacionadas con las características del contexto donde dichos objetos son insertados (el espacio público urbano) y con las necesidades inherentes a la vida en la ciudad, las cuales tienen a su vez sus propias exigencias y particularidades.

Si bien es el *Diseño* el responsable de materializar y dar forma a dichos objetos, es imposible ignorar el sinnúmero de variables que están en juego, algunas de las cuales no son necesariamente de competencia profesional del diseño, pero lo afectan, lo condicionan y lo regulan en su desarrollo.

El diseño difícilmente será capaz de gestionar de manera global un proyecto de estas características; se hace necesaria la participación conjunta de disciplinas complementarias. Por lo tanto, es fundamental reconocer y delimitar las funciones del diseño y su relación con las otras disciplinas intervinientes, con el fin de conocer sus relaciones y como afectan a su desarrollo.

Este apartado constituye el marco teórico de la investigación; en él se presenta el estado actual de los elementos implicados a partir de una serie de disciplinas y de enfoques dentro de ellas (el diseño, la economía, el urbanismo y la psicología ambiental) las cuales han tenido una particular preocupación sobre el tema, de manera de llegar a definiciones que incluyan las diferentes formas y procedimientos a través de los cuales estos objetos son definidos, tratados y resueltos.



figura. 3.1: Campaña del Ayuntamiento de Barcelona: Mou-te B (*Muévete bien*). Promoción al uso de los transportes públicos, la bicicleta e ir a pie por la ciudad. Barcelona, España 2005.

- 3.1 los objetos del diseño
- 3.2. la apropiación como fenómeno
- 3.3. los *OUP*: la percepción y aceptación de los usuarios
- 3.4. el diseño de los *Objetos de Uso Público*
- 3.5. la economía de los bienes públicos
- 3.6. el espacio público desde la perspectiva del urbanismo
- 3.7. la psicología ambiental y las relaciones sociales en el entorno urbano

3.1.

los objetos del diseño

Definición

Esencialmente, la palabra diseño representa simultáneamente una acción verbal, que se refiere a una actividad proyectual o creadora, y un sustantivo que se aplica al producto nuevo obtenido en esa actividad.

Dentro de la variada gama de definiciones disponibles al respecto, se presenta aquí la ofrecida por el Internacional Council of Societies of Industrial Design (ICSID), debido principalmente a su precisión en aclarar este concepto. [www.icsid.org]

“... el Diseño es una actividad creativa cuyo propósito es establecer las cualidades multifacéticas de objetos, procesos, servicios y sus sistemas, en todo su ciclo de vida. Por lo tanto, Diseño es el factor principal de la humanización innovadora de las tecnologías, y un factor crítico del intercambio cultural y económico.

El Diseño procura descubrir y evaluar relaciones estructurales, organizacionales, funcionales, expresivas y económicas, con la responsabilidad de:

- › Mejorar la sostenibilidad mundial y la protección del medio ambiente (ética global);
- › Dar beneficios y libertad a toda la comunidad humana, usuarios finales individuales y colectivos, productores y protagonistas del mercado (ética social);

- › Apoyar la diversidad cultural pese a la globalización del mundo (ética cultural);
- › Dar a los productos, servicios y sistemas, formas expresivas (semiología) y coherentes (estética) con su propia complejidad.

El Diseño concierne a productos, servicios y sistemas concebidos con herramientas, la organización y la lógica introducidas por la industrialización - no sólo cuando son producidos mediante procesos en serie. El adjetivo 'industrial' aplicado al Diseño se debe relacionar con el término industria, o en su significado de sector productivo, o en su significado más antiguo de una 'actividad industriosa'.

Así, Diseño es una actividad realizada por un amplio espectro de profesiones que convergen en el desarrollo de productos, servicios, gráfica, interiores y la arquitectura. En conjunto, estas actividades deberían mejorar - en sintonía con otros profesionales relacionados - el valor de la vida. Por lo tanto, el término diseñador se refiere a una persona que practica o ejerce una profesión que domina las implicancias éticas de su ejercicio y no simplemente una ocupación o un servicio para empresas" (ICSID)⁶

• Las Funciones del Objeto

Desde la disciplina del diseño, ha quedado establecido que todo objeto es mucho más que el resultado de la acción de dar respuesta a un función práctica u operativa. En este sentido, se le ha reconocido a los objetos su capacidad de comunicar. Esta comunicación es materializada a través de la forma, materiales, proporciones, relaciones con otros objetos de su clase, con el entorno donde se

⁶ *"Aim Design is a creative activity whose aim is to establish the multi-faceted qualities of objects, processes, services and their systems in whole life-cycles. Therefore, design is the central factor of innovative humanisation of technologies and the crucial factor of cultural and economic exchange.*

Tasks Design seeks to discover and assess structural, organisational, functional, expressive and economic relationships, with the task of:

- › *Enhancing global sustainability and environmental protection (global ethics)*
- › *Giving benefits and freedom to the entire human community, individual and collective*
- › *Final users, producers and market protagonists (social ethics)*
- › *Supporting cultural diversity despite the globalisation of the world (cultural ethics)*
- › *Giving products, services and systems, those forms that are expressive of (semiology) and coherent with (aesthetics) their proper complexity.*

Design concerns products, services and systems conceived with tools, organisations and logic introduced by industrialisation - not just when produced by serial processes. The adjective "industrial" put to design must be related to the term industry or in its meaning of sector of production or in its ancient meaning of "industrious activity". Thus, design is an activity involving a wide spectrum of professions in which products, services, graphics, interiors and architecture all take part. Together, these activities should further enhance - in a choral way with other related professions - the value of life.

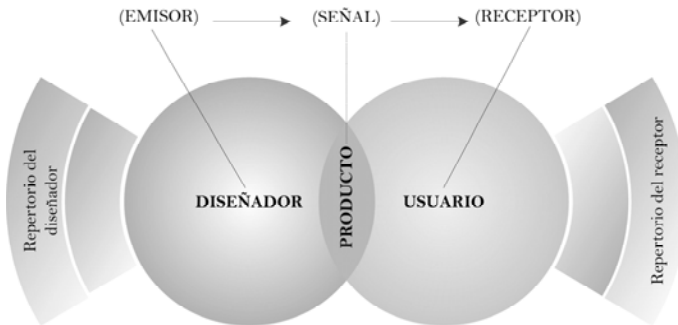
Therefore, the term designer refers to an individual who practices an intellectual profession, and not simply a trade or a service for enterprises. (ICSID)

insertan e indiscutiblemente, con las personas que los utilizan. [Bürdek, 1994] (ver figura 3.2)



» **figura 3.2:**
Parada de Autobús utilizada para denunciar y recordar personas desaparecidas.

La efectividad de esta comunicación está determinada por la medida en que el diseñador esté en conocimiento del repertorio del usuario, lo incorpore en su propio repertorio y lo utilice para llevar a cabo el objeto (ver cuadro 3.1). [Quarante, 1992a; Bürdek, 1994]



» **cuadro 3.1:**
Modelo de Comunicación según Meyer-Eppler en Bürdek (1994:132).
Elaboración propia.

En un contexto donde las funciones prácticas u operativas de los objetos están resueltas, un objeto puede, a través de su forma y funciones, expresar gustos, estilos, signos, símbolos, etc., e incluso puede entregar referentes respecto del tipo de personas que los utilizan y sus preferencias. Esta condición permitiría evaluar cuales aspectos de la forma (expresados por ejemplo, por medio de funciones) serían más o menos valorados por usuarios, consumidores o ciudadanos.

Por lo demás, el universo de los objetos artificiales es muy diverso y variado para responder a una misma función operativa. Por ello, en muchos casos la diferenciación de cada uno de ellos radica

principalmente en aspectos formales a través de sus funciones perceptuales, significativas y simbólicas.

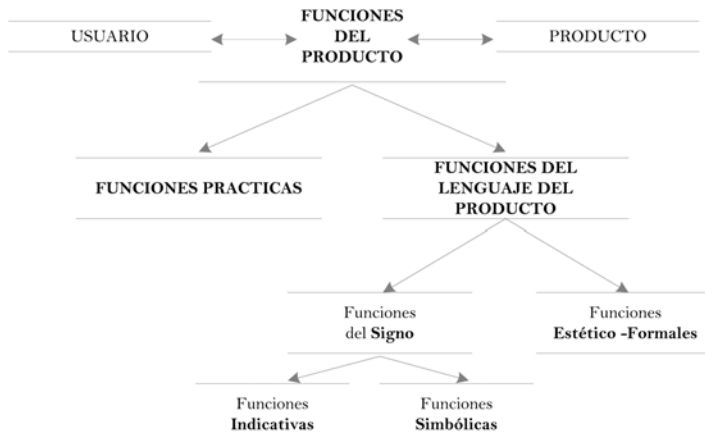
Este hecho es común para todos los objetos donde el poder decisión de uso y compra recae sobre el usuario pero en el caso de los *Objetos de Uso Público* la situación que se verifica es diferente:

- › Las personas no poseen ninguna o casi ninguna determinación sobre la elección de dichos objetos *a priori*.
- › Los *OUP* son objetos donde la decisión de uso está supeditada a la oferta única existente (tómalo o déjalo).

“Las cosas de la naturaleza nos hablan, a las artificiales las hacemos hablar nosotros: éstas cuentan cómo han nacido, qué tecnología se utilizó en su producción y de qué contexto cultural proceden”.
[Bürdek, 1994: 131]

Los *OUP* además de deber su existencia a una función práctica u operativa se destacan por el hecho de que son poseedores, a través de la forma, de otras funciones “comunicativas” y por consiguiente son portadores de otros valores tales como significación, simbolismo, estética, etc. (ver cuadro 3.2)

» cuadro 3.2:
Funciones del Producto
Fuente: [Bürdek,
1994:179].



Vila Ortiz (1971) hace referencia al mismo aspecto y plantea que la forma del objeto puede ser tratada bajo cuatro grandes tópicos del diseño, los cuales se desarrollan a continuación [Vila Ortiz, 1971]:

La función práctica u operativa



Se refiere a la capacidad de actuar propia del objeto. Este está preparado o listo para ser utilizado o entrar en acción. Es decir, en el caso de los *OUP*, su función está explicitada directamente; generalmente la palabra está ligada a la utilidad específica del objeto, por ejemplo: banco (código) – para sentarse (función operativa).

» figura 3.3:
Banco en uso, plaza
L'Olivereta, Barcelona.

No debemos olvidar que los objetos artificiales se caracterizan por el hecho de deber su existencia a una finalidad humana. Los objetos se explican siempre por su condición de ser para algo. Su gestación deriva de una necesidad humana, y satisfacer esa necesidad es su función.

La función perceptual



Refiere a la capacidad de actuar como estímulo; encuentra su ámbito natural entre los fenómenos fisiológicos y psicológicos involucrados en la percepción.

El estímulo previsto por la forma puede servir al simple trabajo de detectar el objeto, o al menos discriminarlo entre otros por su forma o valorizarlo en términos de confort o de estética perceptiva. Es de gran importancia este punto, ya que de él depende el buen funcionamiento del objeto.

» figura 3.4:
Buzón para correos, fácil
identificación por tamaño
y color. Adicionalmente
entrega información
sobre destinos. Sants,
Barcelona.

La función perceptual está directamente relacionada con la comprensión del objeto, es decir, la disposición de las partes que lo componen y le dan su peculiar forma y propiedades. Los elementos que participan en su configuración producen una conformación para lograr que su función se relacione directamente con el usuario por medio de los sentidos. Aquí entran en juego las texturas, los olores, las transparencias, los colores, a través de los materiales, sus acabados y proporciones. Todo esto se logra gracias a la manifestación formal del conjunto de los elementos individuales e igualmente en su función como el todo *OUP*. [Vila Ortiz, 1971]

La función significativa

» figura 3.5:

Uso diferenciado de vías
(peatones y ciclistas)



Es la función que utiliza el signo, que por su naturaleza o convención representa a otro con el fin de producir significados. Tales significados pueden ser la información referencial o simplemente evocar sentimientos y emociones que actúan sobre el objeto. Así, los signos definen su importancia por el hecho de representar o significar algo para individuos o grupos.

Poco a poco se ha podido ver como desde el punto de vista de los significados, la elección de un producto tiene directa relación con una auto-acreditación. En otras palabras, en el objeto están ya no sólo de manera implícita, sino también explícitamente, los valores de signo que las personas desearían atribuirle. Por esta razón son de suma importancia los significados y los elementos simbólicos que participan en la definición de un objeto, los cuales se pueden extraer del contexto sociocultural en cuestión, con el fin de lograr una mejor aceptación del producto. [Vila Ortiz, 1971]

En síntesis, el propósito de crear objetos para responder a ciertas necesidades del usuario, implica la necesidad de alentar su uso y su disfrute destacando el rol simbólico del objeto.

La función simbólica (factores sociales)

» figura 3.6:

Pavimento, símbolo de
Barcelona – Gaudi, en
Paseo de Gracia,
Barcelona.



Los símbolos pueden componerse de información realista, extraída del entorno, fácil de reconocer, o también por formas, tonos, colores, texturas..., elementos visuales básicos que no guardan ninguna similitud con los objetos del entorno natural. No poseen ningún significado, excepto el que se les asigna. Existen muchas formas de clasificar a los símbolos; pueden ser simples o complicados, obvios u oscuros, eficaces o inútiles. Su valor se puede determinar según hasta donde penetran la mente pública en términos de reconocimiento y memoria.

Desde hace miles de años, el hombre manifiesta sus creencias mediante signos visibles, los cuales han sido trazados sobre sus

objetos e incluso sobre su cuerpo. Algunos ejemplos de signos que representan los valores de la sociedad son los siguientes (ver figura 3.7): [Quarante, 1992b]

- › La manifestación por el hombre de su identidad en una sociedad
- › La manifestación del estatuto social (es decir, la distinción en el clan de la autoridad o del poder)
- › La manifestación visible de un acontecimiento, de una ceremonia (paso al estado adulto o ceremonia de esponsales)

Aunque estas manifestaciones nos pueden parecer alejadas de nuestras actuales preocupaciones, siguen presentes, aunque de manera distinta. Sigue existiendo un símbolo social en nuestra relación con los objetos y con nuestra apariencia. Son signos que determinan la identidad del individuo a través del objeto, del vestido o del nombre que lleva. Le diferencian y le identifican con un grupo (social, profesional, étnico, etc.) (ver figuras 3.8 y 3.9)



» figura 3.7:
Signos sociales.

» figuras 3.8 y 3.9:
Signos mediante,
escarificaciones
deformaciones y tatuajes.

Para Baudrillard (1968), nuestras opciones estéticas están íntimamente relacionadas con el valor de signo. Este autor plantea que existe una contradicción entre el valor de uso y el valor de signo en un escenario donde cuyo objetivo prioritario es la venta. [Baudrillard, 1968]

La función simbólica de los productos ha sido tomada como elemento de reafirmación social y de conflicto entre dos clases, lo cual para Quarante (1992) dificulta cualquier intento por encontrar un equilibrio entre el valor de uso y el deseo de símbolos. La autora reafirma la necesidad de asegurar que una sociedad no esté desconectada de sus cargas simbólicas, y así, quien diseña los productos debe estar atento para descubrir los valores indispensables para la vida de este. [Quarante, 1992b]

Reconocer este hecho e integrarlo en los procesos de diseño para el desarrollo de *Objetos de Uso Público*, permitirá a los encargados de demandar estos objetos, tomar decisiones pertinentes para cada caso. Y además permitirá constatar que dichos valores son igualmente fundamentales a la hora de decidir sobre su uso, conservación y apropiación o simplemente discriminar si son fundamentales para asegurar el éxito para con las personas.

Es así como dar forma a los objetos implica tareas que van mucho más allá de la configuración particular de su perímetro o de sus superficies limitantes, más que las características materiales en su connotación perceptiva.

3.2.

la apropiación como fenómeno

Definición

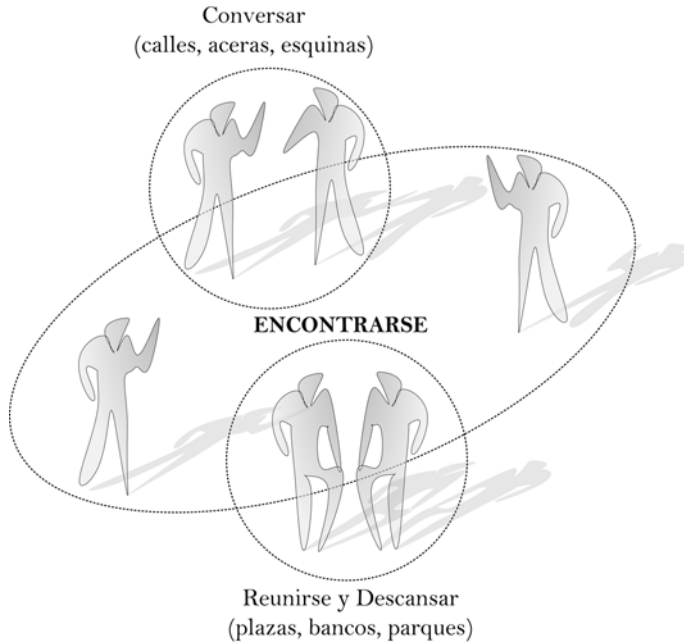
De forma rigurosa y abstracta *la apropiación* corresponde a la acción de apropiarse, que significa tomar para sí alguna cosa, haciéndose dueña de ella, por lo común de propia autoridad. [www.rae.es]

En cuanto a la aplicación del concepto en relación al espacio físico, tiene su origen en la psicología social y la psicología ambiental como diferenciación y matización crítica de otros cercanos, como conducta territorial, privacidad, intimidad, apego (attachment) o personalización, entre otros. [Pol, 1996]

Las relaciones que las personas establecen entre sí (relaciones intersubjetivas) y las relaciones que establecen a su vez con los objetos que los rodean (relaciones objetuales) están orgánicamente vinculadas. Es así como las relaciones entre los seres humanos son siempre relaciones mediadas por objetos (materiales o espirituales) [Dussel, 1985]. Los hombres se relacionan con la realidad en la medida en que la transforman y la producen. Y al producir su realidad se producen a sí mismos. Crean no sólo las condiciones materiales de su existencia, sino también su subjetividad. Las relaciones sociales (intersubjetivas y objetuales)

son relaciones de producción y apropiación de la realidad. (ver cuadro 3.3)

» cuadro 3.3:
Diferentes tipos de relaciones: intersubjetivas y objetuales. Elaboración propia, basado en Dussel (1985).



El filósofo argentino Enrique Dussel (1985) hace referencia a la importancia de distinguir entre posesión, propiedad y apropiación. [Dussel, 1985]

- › **la posesión** de un objeto es la relación efectiva de su uso. Es la relación efectivo-material con la cosa.
- › **la propiedad** es el derecho o la capacidad subjetiva de algo o alguien.
- › **la apropiación** en cambio, es la “*síntesis objetivo-subjetiva*” (Dussel, 1985: 227). De allí su uso como categoría filosófica, para entender la relación de interacción de los hombres con la realidad.

El psicólogo ambiental Enric Pol (1996) define la apropiación como la necesidad que tienen las personas de referentes estables que les ayuden a orientarse, pero también a preservar su identidad ante sí y ante los demás. Hace referencia a su surgimiento como contraposición a la alienación, producto de la no identificación. [Pol, 1996]

La apropiación, para Villela Petit (1976), consiste básicamente en la identificación que se verifica entre el individuo y su espacio habitacional. La proyección será la equivalencia que se da y crece con el tiempo, entre el individuo y su espacio apropiado. El espacio reflejará el modo de vida de aquellos que lo habitan, producirán pues diferencias culturales en el proceso de apropiación. [en Pol, 1996]

Al igual que los animales marcan instintivamente su territorio e incluso lo defienden con una conducta agresiva si es necesario, el ser humano se apropia de su espacio, lo personaliza y lo protege. (ver figura 3.10)



» figura 3.10:

Parada de autobús cambio de uso - Apropiación.

Los estudios realizados por Pol (1996), Valera (1996) y Vidal (2002) ofrecen una exhaustiva revisión sobre los orígenes del término apropiación y sus posibles derivaciones en los procesos de apropiación del espacio desde diferentes ámbitos disciplinarios.

El siguiente cuadro rescata los aspectos que competen más directamente al interés de esta investigación. Su finalidad es ilustrar cómo los elementos del entorno (*OUP*) a través de las prácticas de uso que realizan los ciudadanos y los procesos de gestión implicados, participan en los procesos de apropiación del espacio público urbano (ver cuadro 3.4):

» cuadro 3.4:

Aportaciones al concepto de apropiación. Elaboración propia, basado en Pol (1996), Valera (1996) y Vidal (2000)

IMPRONTA - COGNICIÓN - IDENTIFICACIÓN

Sansot, 1996 - Arquitecto

- Dejar la huella, **marcar territorio**
- Exposición e implicación de uno mismo (**recorrerla**)
- Por voluntad con o sin transformación (**independencia del dominio público o privado del espacio**)

FAMILIARIDAD – DESAPROPIACIÓN E INHIBICIÓN

Paul-Henry Chombart de Lauwe, 1976 - Sociólogo

- Doble proceso de ajuste entre el espacio objetual y el espacio representado (**familiaridad cognitiva**)
- Asociación del deseo con la representación y el uso de los objetos en el espacio (**familiaridad afectiva**)
- Comprende procesos cognitivos, afectivos, simbólicos y estéticos que depende de la relación con otros individuos o grupos y de situaciones de dominancia ligadas a los modos de propiedad. (**Procesos psicosociales**). **Agradable: sensación de placer**
- Desapropiación refiere a Procesos o medios que hace que el sujeto o grupo sienta que un lugar no le pertenece, centro del poder en unos pocos. **Desagradable: Extrañeza ajeno. Impide el sentido de apropiación del espacio por todos.**

MODELOS CULTURALES Y ESTILOS DE VIDA

Barbey, 1976 - Arquitecto

- En la forma de apropiación del hábitat se distinguen 5 parámetros vinculados a relaciones de temporalidad.
- 1. **Capacidad de identificación con un lugar**, 2. **Impresión de control ejercida sobre un espacio sin propiedad jurídica**, 3. **Acuerdo y adhesión con una realidad social o espacio**, 4. **Acostumbrarse por adaptación y familiaridad en relación al tiempo que ha llevado la consolidación de la relación con el espacio** y 5. **Facultad de privatizar el lugar, implica libertad para organizar los espacios a voluntad (propiedad jurídica)**
- El modo de apropiación depende de los modelos culturales, roles sociales, formas y estilos de vida.

PROYECCIÓN: APROPIADO Y APROPIANTE

Villela Petit, 1976 - Psicoanalista

- Nos proyectamos en un nuevo espacio, lo equipamos con nuestras pertenencias. **Transformamos el espacio (físico)**.
- En la proyección hacemos que estos espacios con el tiempo adquieran una diferenciación de otros iguales reflejando hábitos, modos de vida, valores. **El espacio transformado adquiere un nuevo significado – Reflejo de identidad y estilo de vida (significativo). EQUIVALENCIA ENTRE ESPACIO Y LOS USUARIOS**
- El espacio apropiado nos liga a nuestras formas de ser y hacer. Dificulta la transformación, dificulta el cambio de los sujetos vinculados a un espacio. **El espacio transformado se apropia de nosotros. Apropiante**

APROPIACIÓN Y CONSUMO DE SIGNIFICADOS

Villela Petit, 1976 - Psicoanalista

- El ser humano necesita el espacio (físico) para moverse, estructurar sus cosas, su estilo de vida y para contactar con los demás. **Así por la apropiación el espacio representa la propia imagen, simboliza a uno mismo.**
- No existe búsqueda intencional de una significación (sentido negativo de personalización). **Los espacios, los objetos y las cosas toman un significado a través de los usos y el tiempo.**

CARACTERÍSTICAS DEL ESPACIO Y APROPIACIÓN

Canter, 1976 – 1977

- Existe una relación conceptual de la apropiación con el sentido de lugar. *Es un proceso espontáneo, natural aunque intencionado.*
- La apropiación está ligada a las características intrínsecas del espacio (Atributos físicos). *Identificación de un lugar a través de un proceso. Las características del espacio, su rigidez o flexibilidad, sincronización o contraposición con los usuarios pueden ser factores que faciliten o dificulten la apropiación del espacio.*

APROPIACIÓN, PRIVACÍA, SENTIDO DE PERTINENCIA Y ESPACIO DEFENDIBLE

Brower, 1980

- Trata la apropiación como un concepto subsidiario del análisis de la conducta territorial.
- Territorialidad humana: *Relación entre el individuo o grupo y un entorno físico particular*
- Caracterizado por: *Sentimiento de posesión y por intentos de controlar la apariencia y el uso del espacio y por la conducta territorial está en función de la amenaza percibida*
- El acto de ejercer control sobre un entorno en particular en relación con la ocupación, la defensa y el sentido de pertenencia a un espacio.
- Ocupación: *Afectada por la habilidad del grupo de establecer una adecuada actividad en el lugar*
- Defensa: *En función de las amenazas percibidas, creación de límites físicos, reglas o normas, incremento de la vigilancia.*

Propone

- Hacer el espacio más defendible incrementa la Apropiación lo que se traduce en mayor satisfacción con el diseño urbano.
- Implicar a las personas en el diseño y administración de recursos
- Haciendo el entorno plástico y adaptable a las condiciones sociales
- Animar a la exhibición de signos territoriales
- Animar y establecer canales reales de participación ciudadana

APROPIACIÓN Y PERSONALIZACIÓN DEL ESPACIO

Villela Petit, 1976 – Psicoanalista

- Personalización en sentido negativo: *Transformación intencional del espacio para dar una determinada imagen impuesta por los mass média.*

Brower, 1980

- Personalización en sentido positivo: *Será la resultante de la conducta territorial de un sujeto o grupo, en cuanto ocupa, defiende y experimenta un fuerte sentido de pertenencia e identificación con el espacio.*

APROPIACIÓN E INTERACCIÓN

E.Pol, 1996 – Psicólogo Ambiental

- La apropiación hace devenir lugares en espacios significativos para el sujeto o el grupo, puede ser producida por: *Transformación activa o por Identificación simbólica.*
- Surge del proceso de interacción con las personas y el espacio.

En relación al espacio público y a los objetos de uso público, el hecho de la apropiación no es menos evidente. Es así como al recorrer la ciudad es fácil encontrar intervenciones hechas por las personas con la finalidad de hacer suyos ciertos lugares, e incluso aunque ya sean de su propiedad, darles un carácter propio y distintivo (ver figura 3.11).

Habitualmente a los grandes monumentos se les ha atribuido la condición de servir para



» figura 3.11:
Intervención en armario de servicios. Carcassonne, Francia.

conservar en la memoria aquel hecho que conmemora. Según Fernández (2005) también los pequeños objetos urbanos cumplen una función como *dispositivos de memoria*. “Aquellos puestos en el espacio público por las autoridades locales para orientar, delimitar, prohibir, restringir, comunicar, preservar u ornamentar. También aquellos producidos por la sociedad civil que suman a su condición de objetos prácticos, de gran utilidad para sus usuarios, dosis de diseño y belleza, a la búsqueda de resignificar el uso y disfrute de los lugares públicos por donde circulan o se instalan”. [Fernández, 2005]

- **Componentes de la Apropiación del Espacio**

Existen diferentes aportaciones teóricas sobre el fenómeno de la “*apropiación del espacio*” dentro de las cuales según Pol (1996) es posible destacar dos componentes principales y no excluyentes, *la acción – transformación y la identificación simbólica*:

- › ***acción - transformación.*** La componente de acción-transformación hace referencia a la conducta territorial pública. Comprende desde lo más primitivo de marcaje del territorio, dejar la huella, hasta la ocupación territorial más compleja (ver figura 3.12). En este sentido el ser humano puede adquirir altas cotas de sofisticación en el proyectar, transformar un objeto, espacio o realidad, directa o remotamente.

› figura 3.12:

Apropiación del espacio público, el espacio de los sin casa.

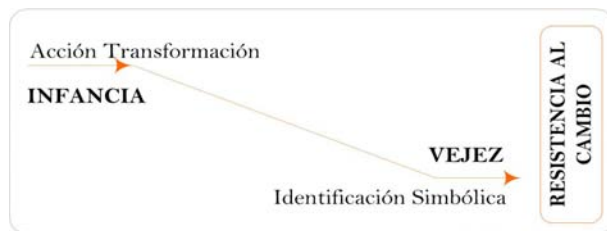


- › **identificación o componente simbólica.** Comprende los procesos simbólicos, cognitivos (conocimiento), afectivos e interactivos, tanto evolutivos como estructurales, a través de los que un espacio deviene lugar y se produce la identificación del sujeto o grupo social con el entorno.

La **personalización** como transformación-adaptación-organización espacial, dota al entorno y/u objetos de un significado para los otros y para sí mismo, con un cierto nivel de intencionalidad que en el proceso interactivo con los demás reforzará el propio yo o lo modificará cambiando el mismo significado del lugar.

- **Fases del Proceso de la Apropiación**

En una primera fase (especialmente en la infancia) tiende a predominar la conducta de huella, de modificación, de adaptación del espacio dotándolo de una significación para el sujeto (compartida o no con la colectividad). En una segunda fase el sujeto, la colectividad, tiende a identificarse con la significación creada, a preservarla. Tiende a resistirse a su transformación, en tanto cuanto le confiere una identidad, una referencia social y espacial o por lo menos una habituación cómoda (ver cuadro 3.5). Este proceso se acentúa en momentos conflictivos con los demás, situaciones personales difíciles o momentos evolutivos especialmente críticos.



» cuadro 3.5:
Apropiación y ciclo de vida. Fuente: [Pol, 1996].

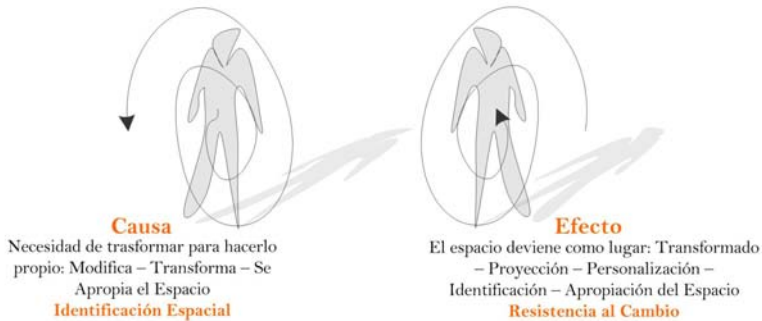
Si el proceso de apropiación del espacio u objeto se inicia por acción transformación, a través del tiempo se convierte en un lugar de identificación simbólica. Es decir, las acciones hechas pasan a ser significativas para el individuo o grupo y se convierten espacios y objetos en propios. Por consiguiente se produce una resistencia al cambio, incluso si los posibles cambios pudiesen significar mejoras.

Un ejemplo destacado ocurrido en el Reino Unido en los años ochenta en relación al tema de la identidad, fue la profunda reacción que provocó el cambio de las cabinas de teléfono, instaladas a raíz de la privatización de los servicios telefónicos por parte de British Telecom. Esta compañía decidió definir ante la población su condición independiente sustituyendo las tradicionales cabinas rojas de teléfono en todo el país. La nueva versión, básicamente una caja de cristal, se había comprado a bajo precio a un fabricante americano. Se decía que eran más eficaces, y en muchos aspectos era cierto. Pero reemplazar un modelo utilizado desde 1936, que se había convertido en un ícono distintivo de la identidad británica, muy utilizado en carteles de viaje y publicidad turística, afectó la auto-identidad de los británicos, de modo que la decisión generó un estallido de indignación pública. [Heskett, 2005]

Es así como la *acción de transformación* y la de *identificación simbólica*, las dos direcciones de la relación que las personas establecen con el espacio y los objetos, conforman entonces un proceso continuo, presente en todo el ciclo de vida de las personas, si bien según la etapa o el estadio puede primar cualquiera de los componentes por sobre el otro (ver cuadro 3.6).

» cuadro 3.6:

Ciclo del proceso de apropiación:
Relaciones con el espacio
y los objetos son
bidireccionales y cíclicas.
Elaboración propia.

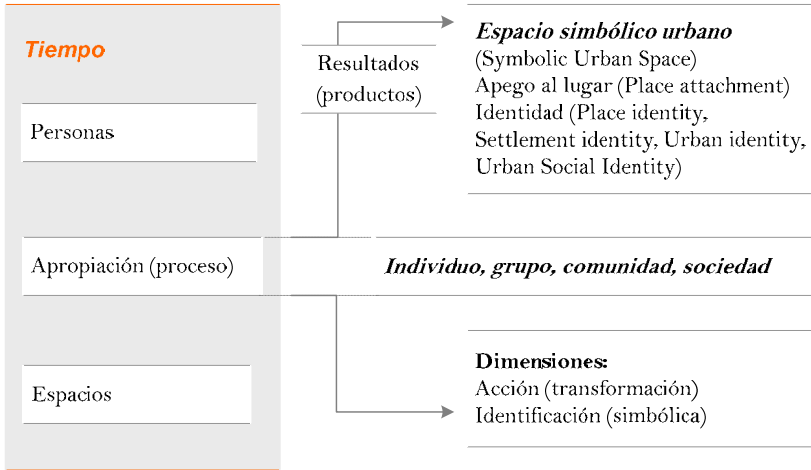


A manera de síntesis, la apropiación del espacio para Vidal, Pol, Guàrdia y Però (2004) se define como:

“...un proceso dialéctico que vincula las personas con los espacios, dentro de un contexto social, desde los niveles individual, grupal y comunitario hasta el punto de vista de la sociedad. Entre los principales resultados de este proceso se halla el significado atribuido al espacio, los aspectos de la identidad y el apego al lugar, los cuales pueden entenderse como facilitadores de los comportamientos

respetuosos con el entorno, derivados de la implicación y la participación en él”. [Vidal, Pol, Guàrdia y Però, 2004:33-34] (ver cuadro 3.7)

Contexto



» cuadro 3.7: Representación de la apropiación del espacio. Fuente: [Vidal, Pol, Guàrdia y Peró, 2004].

El espacio público y los OUP generalmente son apropiados por las personas por identificación simbólica. Este hecho se debe principalmente a la imposibilidad que ofrece el sistema y los gestores del espacio de tener una participación activa en los procesos de desarrollo y decisión. Esta significación es denominada por Moreno y Pol (1999) como simbolismo “a posteriori”⁷. [Moreno y Pol, 1999:50] (ver figuras 3.13 y 3.14).



» figuras 3.13 y 3.14: Símbolos de Barcelona del S. XXI La Torre Agbar y el Fórum de Barcelona. Arquitecturas que han generado polémica.

Está significación no necesariamente está ligada a aspectos positivos que ofrece el espacio público; es más bien el resultado que adquieren a través del tiempo y de las interacciones con los lugares y los objetos. [Valera, Guàrdia y Pol, 1998]

⁷ Gran parte de las propuestas teóricas respecto a como se producen los procesos de simbolización, concuerdan en que su origen se centra en el acuerdo social o la vivencia individual del objeto o espacio. De esta forma, a la creación del espacio colectivo se le reconoce un doble origen: la creación social y espontánea de nuevos espacios por parte de la población usuaria simbolismo ‘a posteriori’, y la planificación o acción intencional de quien tiene poder para poner en marcha una acción de transformación del entorno simbolismo ‘a priori’. [Pol, 1996, 1999, 2002]

A pesar de la dificultades anteriormente expuestas, las personas realizan intervenciones en el espacio y en los *OUP* con el fin de adecuarlos a las necesidades e intereses que no han sido interpretados o simplemente con el fin de hacerlos diferentes y hacer esa diferencia evidente, dando así sentido a la apropiación (ver figuras 3.15, 3.16 y 3.17).

» figuras 3.15, 3.16 y 3.17:

Adaptación por demandas funcionales insatisfechas en los *OUP* (accesibilidad e información). Barcelona, España.



En cuanto a la acción transformación que plantea Pol (1996) como mecanismo de apropiación, un estudio realizado sobre diferentes áreas de participación de los usuarios en aspectos referentes a la evaluación y habilitación del espacio público construido en la ciudad de Barcelona, pone de manifiesto que para que la acción transformación se produzca en términos estrictos del concepto, se pueden identificar diferentes estadios e intensidades, dependiendo de las acciones que son legalmente factibles de realizar para el ciudadano y sus intereses. En él se identifican 3 nuevos espacios de acción participativa y se analiza como cada uno de ellos repercute en las personas y su relación con el espacio: [del Real, Tomico, Ávila y Lloveras, 2007] (ver anexo c.).

A modo de síntesis, la investigación plantea que las relaciones que se establecen con el espacio dependen de la existencia de espacios reales donde el ciudadano pueda intervenir. Así mismo, para que la participación sea efectiva y la transformación se consolide y dé origen a la apropiación, cada tipo de intervención “posible” debe satisfacer distintas expectativas y consideraciones del ciudadano, lo cual se ilustra en el resumen siguiente:

Descripción	Acción posible acción de denuncia	Efectos sobre ... aspectos operativos
En este primer estadio, el ejercicio emprendido por el usuario en el proceso de apropiación es <i>la denuncia</i> . El usuario encuentra la posibilidad de expresar su apreciación de conformidad y/o inconformidad respecto a		

hechos asociados al mobiliario urbano y espacio público. Es generalmente de tipo informativo y refiere al presente. Sin embargo, el efecto de este tipo de acciones no necesariamente modifica el hecho denunciado, es decir, no genera transformación directa como resultado de su intervención. A pesar de esto, desde el punto de vista del diseño, la acción de denuncia se transforma en una herramienta importante para conocer las apreciaciones y valoraciones de los usuarios sobre hechos urbanos existentes además de ser en sí mismo un caudal para generar posibles mejoras centradas en los deseos de los ciudadanos.


Ejemplo.: Medios de comunicación de diarios locales (QUE, El Periódico.)



Descripción	Acción posible acción de propuesta	Efectos sobre ... aspectos perceptuales
<p>El usuario manifiesta su inconformidad o carencia respecto a lo ofrecido. Esto lo hace por medio de ideas y soluciones que pretenden suplir esas necesidades y mejorar un espacio público determinado. Esta acción en el proceso de apropiación va más allá de la simple detección de anomalías, sin embargo su intervención no se traduce en una modificación del espacio público. Desde la perspectiva del diseño, el usuario se convierte en una fuente de innovación conceptual, generando soluciones formales que representan de forma inmejorable la satisfacción de las necesidades del usuario, desde su perspectiva.</p>		

Ejemplo: Proyecto “racons públics”



	Acción posible	Efectos sobre ...
Descripción	acción intervención	aspectos significativos
<p>Representa una adecuación del entorno a las aspiraciones y deseos de los usuarios, al igual que las acciones anteriores. Sin embargo, representa la dimensión más creativa del proceso y la más poderosa, ya que son producto del acuerdo producido entre todos los miembros de un grupo o entre varios grupos y luego gestionados como tal para ser materializados. Para el diseño es un recurso muy apreciable; el usuario es parte activa del proceso, y del trabajo conjunto es posible generar reales espacios o productos conectados con las necesidades y aspiraciones de los usuarios ciudadanos.</p> <p>Ejemplo: Calle Petrixol, Barcelona</p>		
		

La rapidez con que se modifica el espacio urbano obligando al ciudadano a reorientarse, se opone a la apropiación de este entorno. A este respecto, es importante destacar lo que plantea Ignaci de Lecea (1999) sobre la permanencia de los *OUP* en el espacio público urbano de Barcelona durante la exposición “*Del desarrollo a la ciudad de calidad*”:

“Los ciclos de los procesos urbanos,... son normalmente largos. Constituyen una mínima excepción aquellas actuaciones cuyo ciclo de vida completo haya transcurrido durante una sola generación. El mobiliario urbano, sin embargo, tiene una vida más corta,... y sus ciclos funcionales, culturales y productivos son apreciables desde una generación de una forma mucho más evidente que en cualquier otro de los elementos de la ciudad”. [de Lecea, 1999:s/n]

Pero este hecho tiene que ver más con la dificultad de dar soluciones permanentes y acertadas, que con una característica funcional de cada objeto (ver figuras 3.18, 3.19 3.20 y 3.21). Es posible encontrar numerosos ejemplos donde los *OUP* han formado parte de la cultura de usar y tirar, producida por un lado por el deterioro e inutilidad, y por otro, por la falta aparente de un estudio completo de las necesidades.



» **figura 3.18:**
Prácticas de uso en bancos de Barcelona: empotrados y direccionados.



» **figuras 3.19 y 3.20:**
Soluciones v/s prácticas de uso. Bancos en plazas de Barcelona.



» **figura 3.21:**
Apropiación por parte de los usuarios. Intervención en la plaza L'Olivereta, Barcelona.

Finalmente, es importante destacar las aportaciones hechas por Kevin Lynch, referidas a que un elemento o un espacio urbano se torna significativo y entra en el mundo percibido para las personas o de las colectividades cuando reúne al menos tres características: [Lynch, 1998]

- › Tiene **identidad**, es decir se distingue de otros elementos, es separable del resto, lo cual permite que pueda ser percibido como un todo autónomo de su contexto;
- › Tiene una **estructura** que marca una relación puntal del elemento con el observador y otros objetos; y
- › Tiene un **significado**, entendido en este caso como una implicación emotiva y funcional para el sujeto.

3.3.

los *OUP*: la percepción y aceptación de los usuarios

En las ciudades en general, es posible encontrar lugares habilitados con mobiliario urbano y otros elementos de calidad para el disfrute y confort de la comunidad que no son muy utilizados o no son bien conservados por el grupo de destino. Contrariamente a lo anterior, es posible constatar que ciertos lugares aparentemente no tan bien dotados en cuanto a equipamientos, servicios o mobiliario urbano, se encuentran bastante bien conservados y además son preferidos por los ciudadanos para realizar actividades de esparcimiento, reunión, ocio, etc., estimulando el uso, la convivencia, la sociabilidad y la calidad de vida de las personas.

“Miro ahora que aquella placita se ha vuelto punto de convivencia donde se han reunido varias señoras, un par de señores y algunos niños, todos atentos hacia una pequeña construcción; sin embargo, echando un vistazo general alrededor vislumbro que hay otros lugares “plazas” de mayores dimensiones, mejor iluminados, con mejor vista, más protegidos del frío, con mejor mobiliario urbano, etc., completamente desiertos ... las personas pasan sin reparar en ellos y sólo se detiene cual acto regular acostumbrado, donde las placitas que tienen una extraña construcción pequeña. Valga la precisión, ahora, de que son extrañas construcciones pequeñas porque son ajenas al diseño original del conjunto; son auto construidas por la comunidad.” [Enciso, s.f.]

Aunque el hecho antes descrito es una recreación, no se aleja mucho de la realidad; la diversidad de lugares y por consiguiente de *Objetos de Uso Público* que pueblan las ciudades provocan distintas respuestas de las personas que los usan (ver figura 3.22).



» figura 3.22:

Intervención del espacio por parte de los usuarios., *Acción denuncia, Propuesta e Intervención*. Graffiti en fachada, Valencia, España.

En general, los objetos con los cuales convivimos cotidianamente en la ciudad se nos presentan como objetos “elementales” (obvios, de fácil comprensión, evidentes) desde la perspectiva funcional / operativa. Es decir, se muestran como una prolongación del cuerpo, en su función más básica. [Manzini, 1992]

Tomás Maldonado define al objeto como “el resultado del enriquecimiento instrumental del hombre en su relación con la realidad, destinado a suplir o complementar las carencias prestacionales de su cuerpo. Son instrumentos considerados como prótesis, es decir, como estructuras artificiales que prestan una función con el fin de aumentar la eficacia en su relación con el medio ambiente” [Maldonado, 1998:16-17]

Esto hace que, a excepción de algunos pocos casos, la interacción de las personas con ellos se produzca casi de manera intuitiva y espontánea. Así, la percepción de los diferentes tipos de *Objetos de Uso Público* se produce captando la sencillez de sus funciones operativas.

Sin embargo, esta sencillez en sus aspectos operativos no parece suficiente para que las personas los usen, los conserven, y les reconozcan el valor de la utilidad con la cual fueron concebidos. Existen casos en que esta relación no se da de manera espontánea, y

donde la búsqueda de formas novedosas dificulta la comprensión de uso. Esto es producto muchas veces de que los ayuntamientos han pensado que con la monumentalidad, e incluso la casi extravagancia, lograrán diferenciar sus productos. Sin embargo, esto también provoca que los posibles usuarios no se sientan identificados con los nuevos objetos y por consiguiente se vea mermado su uso.

El trabajo realizado en 1993 por el grupo de Psicología Ambiental de la Universidad de Barcelona sobre lo que los ciudadanos piensan de los elementos urbanos de Barcelona (I nosaltres què? El que els usuaris pensen dels elements urbans), ha permitido sacar algunas conclusiones al respecto. [Iñiguez, de la Madrid, Igartua y Vidal, 1994]:

- › Para los usuarios la funcionalidad y la estética son elementos claves. No obstante ambos no se manifiestan de igual manera.
- › La *funcionalidad* condiciona la valoración del objeto cuando se trata de un elemento que implica un uso directo, tales como paradas de autobús, bancos, basureros, etc.
- › La *estética* condiciona aquellos objetos con los cuales no se mantiene una interacción tan directa. Por ejemplo: luminarias, carteles, señales, etc.
- › Existe una clara preferencia por los elementos de diseño “clásico”, entendido este concepto como “lo conocido”.
- › La novedad provoca reticencia, pero si la funcionalidad es clara, se facilita la aceptación de las nuevas formas.

Lo anterior concuerda con lo planteado por Bürdek en 1996, “La aceptación de un producto depende prácticamente de hasta qué punto se consigue conectar con las pautas y escala de valores (sobre todo con las pautas estéticas y simbólicas) del grupo de destino interpelado...” [Bürdek, 1996:232]

Para Jean Baudrillard (1984), el objeto posee una dimensión mayor a sus funciones de uso, por lo que los define como portadores de cultura, *como el reflejo de una visión del mundo* estableciendo un paralelismo entre la función práctica y una función psicológica. [Baudrillard, 1968]

En relación a la apropiación y al consumo de significados, el filósofo catalán Rubert de Ventós (1980) citado por Pol (1996) pone de

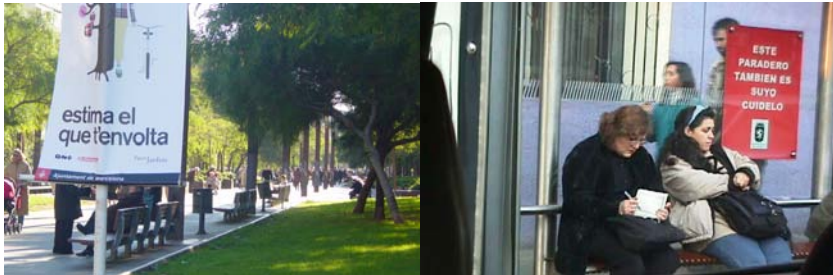
manifiesto como la inversión de este proceso se ha convertido en una de las características de nuestros tiempos: “se busca una imagen o una significación prefabricada a través del consumo de objetos a los que se les atribuye una significación *a priori*, para “ser como”. Es decir, se pretende gozar de las mismas virtudes o reconocimientos sociales de “modernidad”, de “estatus”, de “distinción”, de “originalidad” etc., más que servir a las personas o grupos a los que se ha asociado el objeto”. [Pol, 1996]

El razonamiento latente es muy simple. Hay una antigua convicción popular profundamente arraigada que cree que el vestido, los objetos y el espacio de las personas reflejan su forma de ser, y por tanto reconoce en ellas algunas de las virtudes de los objetos que consume.

Pero esto no siempre funciona. Los intentos de crear espacios con una significación *a priori* en muchos casos fracasan. Monumentalizar un espacio urbano para darle un significado preestablecido no siempre es integrado por la población. “... si no existe una apropiación de la propuesta y, por tanto, una recreación colectiva del significado del lugar” – conciente o no con la que se ha pretendido de antemano – “... el lugar no penetra en el tejido social como se pretendía” (ver figuras 3.23 y 3.24). [Moreno y Pol ,1999:48] [Valera, Freixes, Pol, 1990]

» figuras 3.23 y 3.24:

Campanas para la conservación del espacio público y OUP. Barcelona y Santiago de Chile.



Está demostrado que la información y el conocimiento no garantiza en absoluto un cambio de actitud ni de comportamiento en las personas.

Generalmente se tiende a considerar ajeno todo aquello que escapa directamente de la propia gestión, puertas afuera. Este hecho está acompañado del alejamiento que existe hacia los centros de poder (en este caso, gestores públicos) y esto imposibilita la apropiación por acción transformación planteada por Pol. [Pol, 1996]

Hechos Relevantes que Afectan el Desarrollo de los *Objetos de Uso público*

“Si un lugar puede definirse como espacio de identidad, relacional e histórico, un espacio que no pueda definirse como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no lugar..., un mundo así prometido a la individualidad solitaria, a lo efímero, al pasaje...”. [Augé, 1994:83]

La imposibilidad de dar respuesta a todos por igual. Uno de los principales desafíos, que encuentra el diseño de los *OUP* y a su vez el que presenta mayor dificultad, es la necesidad de satisfacer a todos por igual; Donald Norman (2005) en su libro “El Diseño Emocional”, pone de manifiesto la imposibilidad que tiene un producto por sí solo, de llevar a cabo este hecho, dada la amplia variedad de diferencias individuales, culturales y físicas que existen entre los seres humanos. [Norman, 2005]

A su vez este mismo autor plantea que la aceptación masiva y por consiguiente el triunfo de un producto comercializado para todo el mundo o para una gran diversidad de personas está determinada por [Norman, 2005.]:

- › La inexistencia de alternativas reales. (Existe la necesidad, pero no hay posibilidad de elegir. Por ejemplo: *OUP*)
- › La hábil utilización del marketing y la publicidad para reposicionar el atractivo que pueda tener el producto para personas diferentes. (Por ejemplo, el éxito de Coca-Cola y Pepsi-Cola a nivel mundial, ha estado apoyado por una publicidad sofisticada y específica dirigida a cada cultura).

La importancia del contexto, todos somos diferentes. Los *OUP* en la ciudad son mucho más que productos dispuestos en forma aleatoria en el espacio, del cual puede servirse el ciudadano a voluntad.

De esta forma el espacio público, al igual que los elementos que lo componen, los *Objetos de Uso Público*, no pueden ser vistos desde una perspectiva meramente operativa/funcional. Ambos, aunque con distintas escalas de tiempo, forman parte de la historia del lugar y no poseen sólo una dimensión funcional.

“Cuando una intervención es vista por la colectividad receptora como gratuita, que atenta contra sus referentes o no aporta nuevos elementos

de entidad e identidad en línea con aquello que valoran como deseable y de lo que probablemente carecen en aquel momento, más que identificarlos, generan el sentimiento de alienación e inhibición ante el proceso de gestión-transformación del espacio. Además, entonces, a la inhibición se le puede añadir agresividad contra lo público, percibido no como lo común sino como lo ajeno”. [Pol y Valera, 1999: s.n.]

La variable cultural, que genera lecturas locales, termina por relativizar los modelos universales a menos que con el propio diseño se conjuguen criterios propios de la cultura donde se insertan estos objetos para en realidad otorgar todos los beneficios potenciales que ellos tienen a usuarios que no practican necesariamente la misma lectura. No se trata de rechazar los modelos probados y perfeccionados por el diseño; se trata simplemente de detectar cuales son las necesarias adaptaciones a los contextos donde se insertan y cuales son las expectativas de estos ciudadanos. [del Real, 2004]

Frente a lo antes mencionado, Bonsiepe (1985) es claro al reprochar la cultura de la imitación sin crítica: “Habrà que insistir en la diferencia estructural entre diseño industrial periférico y central. La periferia ni es la prolongación del centro ni la burda contraimagen del mismo. Hay que acercarse a ella en términos propios. Esto no debe entenderse como un intento de confrontación para crear artificialmente divisiones, sino como paso indispensable para despejar el camino para un diseño industrial en la periferia” [Bonsiepe, 1985:19]

Una alianza para el desarrollo de pautas. En general las decisiones que se toman frente a cualquier intervención urbanística no van acompañadas de estudios en todos los campos donde repercute la intervención; responde en lo esencial a macro-modelos poco conectados con las necesidades de la población a quien va dirigida y son escasos los estudios de evaluación y valoración. [Iñiguez y Pol, 1993]

En relación a los ciudadanos, los *OUP* corresponden muchas veces a la manifestación de que algo macro está ocurriendo, y son estos los elementos a través de los cuales el ciudadano valora e interpreta ese algo, muchas veces desconocido e imperceptible.

3.4.

el diseño de los *Objetos de Uso Público*

Como ya se refirió, desde el inicio del Diseño, el objeto “está considerado como lo específico de la disciplina (...) por este concepto se entienden las cuestiones de forma y contexto o de forma y significado (...)”. [Bürdek, 1994:176]

En el caso particular de los objetos urbanos, la dificultad para dar una respuesta global a todas las personas proviene de “... los factores diferenciadores de ellas, incluso sus diferentes lugares de residencia. Sin embargo, las desigualdades que priman en el espacio privado se esfuman al considerar el espacio público, al que tienen acceso igualitario todos los transeúntes”. [del Real, 2004:3]

En este sentido, es fundamental recordar que *los Objetos de Uso Público* poseen una fuerte dimensión social, y por lo tanto, de la calidad del diseño de dichos objetos dependerá en parte la calidad de vida de las personas en la ciudad. Viajes en malas condiciones, incomodidad en los parques o dificultades de desplazamientos en las aceras son factores que complementan mal la vida ciudadana y reducen la calidad de esta (ver figuras 3.25 y 3.26).

El mantenimiento y la disposición afectan la calidad de los objetos, su adecuado funcionamiento e inciden sobre la vida de las personas.

» **figura 3.25:**

Obstáculos en la acera.
Aguadulce - Almería,
España.

» **figura 3.26:**

Parada de autobús,
problemas de visibilidad,
falta de protección,
información y
mantenimiento. Comuna
de Pudahuel, Santiago de
Chile.



- **Diseño y Objetos de Uso Público**

Para el diseño, hablar de *Objetos de Uso Público* significa abordar el concepto desde dos perspectivas, como materia y como propósito, a partir de la aplicación de principios universales de la disciplina:

- › **Los objetos como materia**, en el sentido que los objetos tienen cuerpo, perímetro y que forman parte de manera física del espacio donde se sitúan.

Se puede decir que objeto es aquella cosa material que al ser transformada por el hombre, permite cumplir objetivos como prolongación física del cuerpo, por medio de una función y en un contexto determinado. [Manzini, 1992]

Los objetos entonces, constituyen materia artificial, que tiene por finalidad apoyar al ser humano en lo que no le es posible lograr por sus propios medios. Estos objetos, a través de su forma y función, son reflejo del contexto, y tienen significado para quienes los necesitan.

En el espacio público, estos objetos funcionan como complemento para apoyar las actividades que se desarrollan, entendiendo como complemento: “cosa, cualidad o circunstancia que se añade a otra para hacerla íntegra o perfecta” [www.rae.es], y que en conjunto hacen de soporte

para la materialización de los servicios que ofrece el espacio (ver figura 3.27).



» figura 3.27:

La eliminación de desniveles facilita la movilidad y ayuda a la limpieza. Calle Sants, Barcelona.

- › ***Los objetos según su propósito***, es decir, para promover el uso colectivo en el espacio público. Es así como por medio de un buen diseño, una adecuada distribución y cantidad, una buena habilitación, un congruente control de uso, se puede lograr estimular la convivencia, aportar al intercambio, y preparar el espacio para atender las necesidades de todas las personas .

El diseño entendido como la disciplina encargada de dar respuesta material a las necesidades racionales y emocionales de las personas (usuarios), trabaja sobre aspectos simbólicos y materiales. Integra aspectos de uso, ergonómicos, tecnológico - productivos, formal - significativos de un producto. [Mercado Segoviano, 1995]

Pero cuando hablamos de los *Objetos de Uso Público*, la función de dar respuesta colectiva a través de la habilitación del espacio público no es una tarea menor. Los factores determinantes en la calidad del diseño individual se verán multiplicados y exponenciados debido a que deben dar respuesta a todos los ciudadanos por igual.

» figura 3.28:

Modelo exitoso de estación para el transporte público. Estación “tubo”, Curitiba, Brasil.



Un ejemplo destacado sobre este aspecto, son las paradas de autobús, ya que corresponde a un soporte de actividades cotidianas, obligadas y esenciales para buena parte de la población. De la adecuada resolución de estos objetos dependerá en gran medida el éxito del sistema de transporte (ver figura 3.28).

La tarea de estudiar y diseñar los *Objetos de Uso Público* que se localizan en el espacio público, se debe encarar tomando en cuenta una serie de aspectos básicos indispensables para que dichos objetos cumplan su función y que son válidos para el universo del diseño de los objetos (ver cuadro 3.8):

» cuadro 3.8:

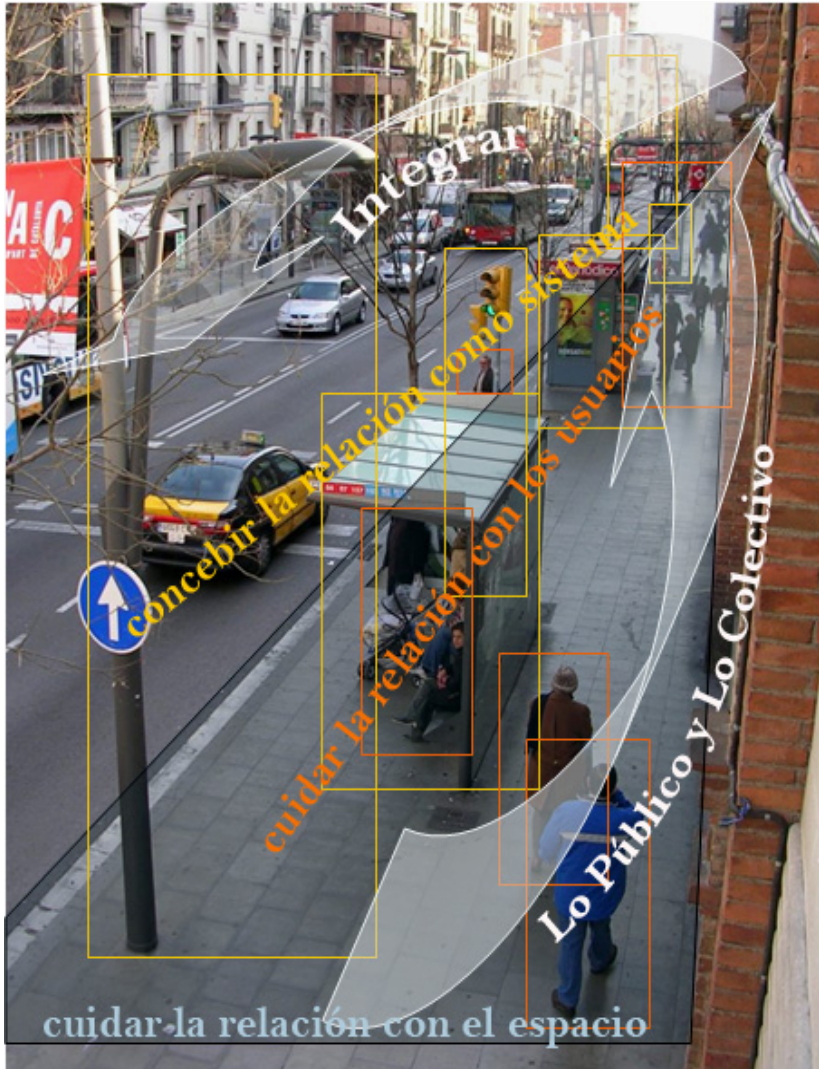
Factores básicos involucrados en el desarrollo de objetos. Elaboración propia.

Funciones del Objeto	Roles de la Forma Operativo – Perceptual-Significativo- Simbólico
Resistencia	Durabilidad
Producción/Usó/Fin de Vida	Sostenibilidad
Ergonomía	Relación Hombre / Máquina
Expresión	Estética

A estas exigencias se le debe sumar una serie de otros atributos que son particulares a esta tipología de objetos (ver figura 3.29) [del Real, 2004]:

- » **Integrar lo público y lo colectivo** – debe ser reconocido y comprendido por todos, sin distinción y su uso podrá hacerse individual o colectivamente.
- » **Considerar la relación con los usuarios** – los principales beneficiarios no poseen ninguna facultad al momento de elegir, ya que la decisión sobre los objetos de uso público no recae directamente sobre ellos.

- › **Cuidar la relación con el espacio donde se inserta** – se debe complementar y apoyar la actividad que se desea realizar, sin interferir en la diversidad de actividades y objetos que se ofrecen en el espacio público.
- › **Concebir la relación como sistema** – el mobiliario debe poseer un carácter sistémico, es decir, funcionar a su vez de manera individual y como un todo. Las reglas que gobiernan la instalación del mobiliario deben leerse bajo este criterio.



› figura 3.29:

Atributos particulares de los OUP; Usuarios, relaciones, criterios de orden, cantidad v/s uso. Vista del mobiliario instalado, Calle Sants, Barcelona. Elaboración propia.

Consideraciones para el Diseño de los *Objetos de Uso Público*

Las orientaciones desde el diseño para el mobiliario urbano y el espacio público tienen varias vertientes diferentes. Sin embargo, aquí quiere ponerse énfasis en algunas aproximaciones más significativas y más elaboradas a propósito del diseño de los *Objetos de Uso Público*.

- **El Diseño Universal**

Uno de los enfoques más destacados en esta dirección es el llamado Diseño Universal (Universal Design) o el Diseño para Todos (Design for All).

El Diseño Universal tuvo su origen a partir del trabajo colaborativo entre el “*Center for Universal Design at North Carolina State University*” y diseñadores de productos, arquitectos, ingenieros e investigadores del diseño ambiental, quienes desarrollaron siete principios fundamentales. Dichos principios pueden ser aplicados para evaluar objetos existentes, para guiar el proceso de diseños nuevos y para educar tanto a diseñadores como consumidores sobre las características más usables de productos y ambientes.

Los Principios del Diseño Universal, como es llamado en Estados Unidos, fueron compilados por: Bettye Rose Connell, Mike Jones, Ron Mace, Jim Mueller, Abir Mullick, Elaine Ostroff, Jon Sanford, Ed Steinfeld, Molly Story, y Gregg Vanderheiden. [The Center for Universal Design, Versión 2.0, 1997]

De manera sintética se presentan a continuación los 7 Principios del Diseño Universal, las directrices principales para el diseño y una lista de pautas que deben estar presentes en el diseño que se adhiera a cada principio: [Fuente: Fundación Sidar]

1. Uso Equitativo

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

Pautas:

- › Proporcione los mismos medios de uso para todos los usuarios: idéntico siempre que sea posible; equivalente cuando no. Evite segregar o

	<p>estigmatizar a cualquier usuario.</p> <ul style="list-style-type: none">› Las provisiones para privacidad, seguridad y protección deben estar igualmente disponibles para todos los usuarios.› Haga el diseño interesante a todos los usuarios.
--	---

2. Flexibilidad en el Uso

<p>El diseño debe incorporar a un amplio rango de preferencias individuales y capacidades.</p>	<p>Pautas:</p> <ul style="list-style-type: none">› Proporcione opciones en los métodos de uso.› Incorpore accesos y formas de uso para diestros y zurdos.› Facilite la exactitud y la precisión al usuario.
--	---

3. Uso Simple e Intuitivo

<p>El uso del diseño debe ser de fácil entendimiento, sin importar la experiencia del usuario, el nivel de conocimientos, las habilidades en el lenguaje, o el nivel de concentración al momento del uso.</p>	<p>Pautas:</p> <ul style="list-style-type: none">› Elimine complejidades innecesarias.› Sea consistente con las expectativas y la intuición del usuario.› Incorpore un amplio rango de instrucción y habilidad en el lenguaje.› Arregle la información de acuerdo con su importancia.
---	--

4. Información Perceptible

<p>El diseño debe comunicar la información necesaria con eficacia al usuario, sin importar las condiciones del ambiente o las capacidades sensoriales del usuario.</p>	<p>Pautas:</p> <ul style="list-style-type: none">› Use diferentes modos (gráfico, verbal, táctil) para una presentación redundante de la información esencial.› Provea un adecuado contraste entre la información esencial y la adicional. Maximice la legibilidad de la información esencial.› Diferencie los elementos de forma que puedan ser descritos (es decir, haga fácil dar instrucciones o direcciones).› Provea compatibilidad con la variedad de técnicas o dispositivos usados por las personas con limitaciones sensoriales.
--	---

5. Tolerancia al Error

El diseño debe minimizar los peligros y consecuencias adversas ante acciones accidentales o inintencionadas.

Pautas:

- › Agregue elementos para minimizar peligros y errores: los elementos más usados, deben ser más accesibles; los elementos peligrosos deben ser eliminados, aislados o blindados.
- › Proporcione advertencias de peligros y/o errores.
- › Provea salidas con características seguras.
- › Desaliente las acciones inconscientes en tareas que requieren vigilancia.

6. Esfuerzo Físico Bajo

El diseño debe ser usado eficientemente y confortablemente con un mínimo de esfuerzo o fatiga.

Pautas:

- › Permita al usuario mantener una posición neutral de su cuerpo.
- › Utilice fuerzas de funcionamiento razonables.
- › Minimice las acciones repetitivas.
- › Minimice los esfuerzos físicos sostenidos.

7. Tamaño y Espacio para el Acceso y el Uso

Los objetos deben proporcionarse al tamaño y espacio apropiados para el acceso, el alcance, la manipulación, y el uso sin importar el tamaño de cuerpo del usuario, la postura, o la movilidad.

Pautas:

- › Proporcione una línea de visión limpia de los elementos importantes para cualquier usuario, ya sea que esté sentado o de pie.
- › Haga el alcance cómodo a todos los componentes para cualquier usuario sentado o que esté de pie.
- › Incluya variaciones en los agarres para diferentes tamaños de manos.
- › Provea espacio adecuado para dispositivos de ayuda o asistencia personal.

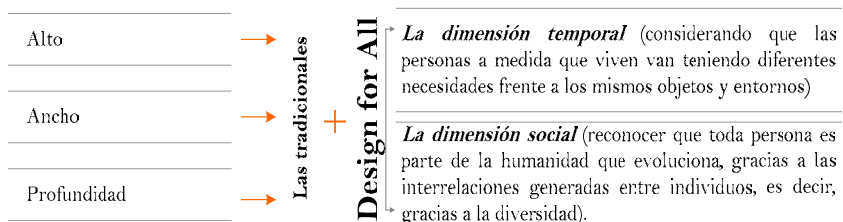
En 1995 con la celebración de la Asamblea General del European Institute for Design and Disability (EIDD) que tuvo lugar en Barcelona se dio origen a la utilización del concepto de Design for All en Europa.

Design for All, referido a la necesidad de diseñar tomando en cuenta a todas las personas y todas sus características, corresponde a la

intervención sobre entornos, productos y servicios con el fin de que todos, independientemente de la edad, género, capacidades y bagaje cultural, puedan acceder a los OUP en igualdad de oportunidades. Se refiere al diseño de productos y ambientes para ser usados por todas las personas, con el mayor alcance posible, sin necesidad de adaptación o diseño especializado.

Unas de las diferencias básicas entre un plan de *accesibilidad* en general y el *plan para todos*, es que mientras el primero pone énfasis en el diagnóstico y adaptación de la ciudad a las personas con discapacidad, el segundo lo pone en la gestión de mejoras para todos los ciudadanos, no sólo discapacitados, incluyendo las generaciones futuras, reconociendo un principio fundamental de los enfoques ambientalistas. [Aragall, 2002]

Las principales características del Design for All están referidas a la propuesta de a trabajar el diseño de los objetos y entornos sobre cinco dimensiones (ver cuadro 3.9):

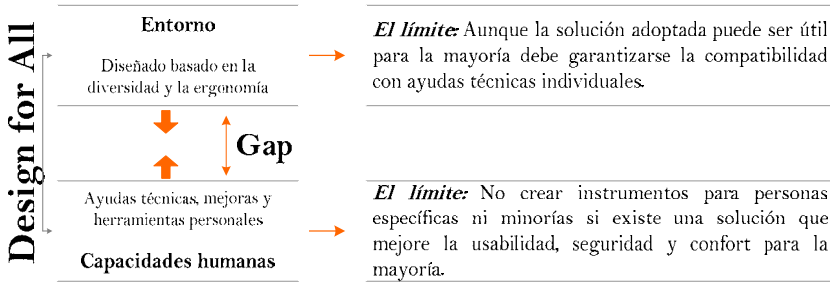


» cuadro 3.9: Dimensiones del diseño para todos. Elaboración propia basado en Design for all Foundation (s.f.: 22).

En lo que respecta a la dimensión temporal, el estudio sobre el crecimiento demográfico de una población determinada puede entregar información sobre cuales serán los usuarios principales en un determinado período.

Otro punto importante es la reducción de la distancia funcional entre los elementos del entorno y las capacidades de todas las personas. En este aspecto el Diseño para Todos, basándose fundamentalmente en el respeto a la diversidad humana, propone, aumentar la usabilidad de los elementos del entorno para que ninguna persona quede excluida, mejorar las capacidades individuales (educación, ayudas técnicas como gafas, muletas, etc.) y garantizar que las soluciones individuales no sean restrictivas para mejoras colectivas (ver cuadro 3.10). [Aragall, s.f.]

» cuadro 3.10:
Distancia funcional entre el entorno y las capacidades humanas. Fuente: [Aragall, s.f.:22]



En el caso de Diseño Universal cabe destacar que los principios planteados orientan solamente en el diseño universalmente usable, mientras que la práctica del diseño implica más que la utilidad. Consideraciones referidas a factores económicos, culturales, de género, edad y las preocupaciones ambientales en el proceso del diseño son aspectos que los diseñadores también deben tomar en cuenta. Finalmente, estos principios pretenden ser una guía para que los encargados de resolver la forma puedan integrar de la mejor manera las necesidades de tantos usuarios como sea posible.

- **La Ergonomía**

Según la International Ergonomics Association (IEA) la Ergonomía o Factores Humanos corresponde a la disciplina científica relacionada con la comprensión de las interacciones entre humanos y otros elementos de un sistema, así como a la profesión que aplica teoría, principios, datos y métodos para diseñar a fin de optimizar el bienestar humano y el rendimiento global del sistema. Lo anterior por medio de de datos biológicos y tecnológicos aplicados con la finalidad de alcanzar el mayor equilibrio entre las necesidades/posibilidades y las prestaciones/requerimientos de los productos y servicios. [www.eia.cc]

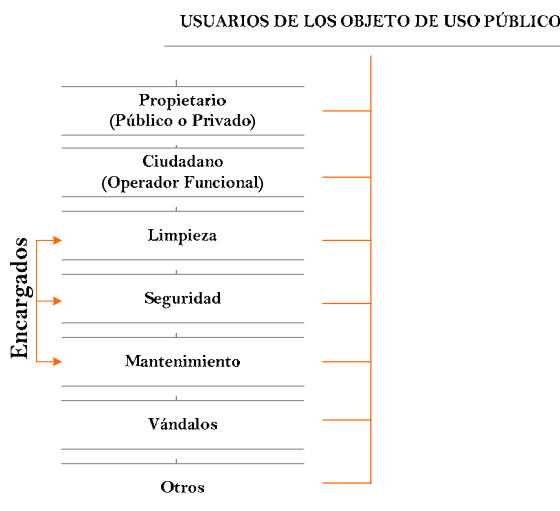
El conocimiento de la Ergonomía es también crucial para el diseño de los *Objetos de Uso Público*, pues se hace imprescindible para dar una solución cabal a las necesidades del público. Por ejemplo, concebir un modelo de marquesina para el transporte público que satisfaga a todos sin ningún tipo de discriminación (sean niños, adultos, ancianos, de culturas diferentes, personas con discapacidad, en general, todos aquellos que desean utilizar el servicio), significa

responder a demandas de fácil localización, alta frecuencia, seguridad en la espera, abordaje y descenso del autobús, resguardo frente a las inclemencias del tiempo, información sobre rutas, confort en la espera de tiempos variables, entre otras (ver figura 3.30). [del Real, 2002]



» **figura 3.30:**
Parada de autobús en suburbio de una ciudad norteamericana.

Pero responder a todos los usuarios, no debe limitarse sólo a los beneficiarios usuarios directos de la instalación (usuario principal). También deben considerarse aquellos que han encargado su fabricación (por ejemplo, el Ayuntamiento), los encargados de su instalación, mantenimiento, los que utilizan los objetos y el espacio de manera diferente para lo cual fueron concebidos, etc., e incluso personas que no pretenden obtener alguna función de él pero que circulan en su entorno (usuarios obligados). Así, hay muchos actores que estarán en contacto con el objeto en un momento dado de la vida del producto (ver cuadro 3.11). [Mondelo, Gregori, y Sevillano, 1993]



» **cuadro 3.11:**
Multiplicidad de usuarios en los *Objetos de Uso Público*. Adaptación de figura nº1. Fuente: [Mondelo, Gregori y Sevillano, 1993]

Cada categoría expresa una serie de necesidades que debe cumplir y/o evitar el proyecto (ver figuras 3.31, 3.32, 3.33 y 3.34). “El Cliente es un subconjunto dentro del conjunto de los usuarios; confundirlo sería tomar la parte por el todo, (...)” [Mondelo, Gregori, y Sevillano, 1993:2]

» figura 3.31:

Fuente de agua, adaptación como bebedero para palomas. Plaza de L'Olivereta en Sants, Barcelona.

» figura 3.32 y 3.33:

Adaptación del contenedor de basura en Barcelona y diseño del contenedor en París.



Habitualmente es el usuario principal (ciudadano) el que tiene más peso sobre la evaluación de dichos objetos y el que hace que el artefacto/servicio triunfe o fracase en el espacio público urbano.

» figura 3.34:

Limpieza de cabina telefónica, Barcelona.



» figura 3.35:

Las paradas de autobús suelen albergar a los sin casa por la noche.



Sin embargo, existen ejemplos donde los usuarios principales han tenido que ver reducidas sus prestaciones con el fin de evitar la apropiación de otros usuarios, ejemplo de esto es lo ocurrido en Nueva Delhi con la construcción paraderos “eco-amistosos”. Estas paradas de autobús correspondían al último esfuerzo realizado en la ciudad por asegurar un eficiente sistema de paradas para el transporte público. La experiencia de esta ciudad de la India se remontaba a los antiguos paraderos consistentes en una banca soportada por un par de pilares de concreto y unos tubos soportantes de un techo de asbesto. El mejoramiento de los paraderos consistió en la introducción de materiales más ligeros y resistentes, la introducción de la paleta publicitaria y la luminosidad de día y de noche. Aunque el sistema tuvo éxito en cuanto a la operación de concesión para construcción y mantenimiento basado en los ingresos publicitarios, estos paraderos se convirtieron en un refugio muy apetecido por vagabundos, que los tomaron como sus propios refugios (ver figura 3.35). Ello obligó a realizar algunos cambios en el diseño que hicieran menos cómodo el paradero para estas personas: en lugar de la tradicional banqueta, se introdujo un sistema de dos barras, una para el apoyo del cuerpo y otra para los pies,

para evitar su uso como camas. Sin embargo, esto ha tenido el costo de significar también mayor incomodidad para los reales usuarios de los refugios. [Zegras, 2002]

• **El Estudio de los Usuarios**

La diversidad de usuarios y la necesidad de atenderlos simultáneamente son algunos de los factores de mayor complejidad para el diseño de *Objetos de Uso Público*. Actualmente existe una gran diversidad de técnicas para el estudio de los usuarios, una recopilación importante de ellas y organizada bajo cuatro categorías ha sido desarrollada por la empresa IDEO en el 2003 (ver cuadro 3.12). La propuesta de “IDEO Method Cards” no pretende ser una guía de diseño en sí misma, sino una herramienta de diseño basada en la creatividad e innovación destinada a ayudar a los equipos de diseño a explorar nuevos enfoques y desarrollar los propios, teniendo siempre a las personas en el centro de cada proceso. [IDEO, 2003]

APRENDA de los hechos que se reúnen
MIRE lo que hacen
PÍDALES que ayuden
PRUÉBELO usted mismo



El Método de Tarjetas *Mantenga a las personas en el centro de su trabajo*

» **cuadro 3.12:** Criterios de análisis propuestos por IDEO para el estudio de usuarios. Elaboración propia basado en IDEO (2003).

Algunas de las técnicas comúnmente utilizadas son las mencionadas por Cuni (s.f.):

- › **Guerrilla:** Interceptar a los usuarios en el momento de la acción con preguntas concretas relacionadas con el objeto de estudio. Con esta técnica se consiguen las primeras hipótesis para una posterior profundización a través de otras técnicas.
- › **Shadowing:** Seguimiento de los usuarios durante un período de tiempo determinado. De este modo se entienden todos los elementos que influyen la actividad estudiada.
- › **Diarios visuales:** Se suministra una cámara desechable y un bloque de notas a los usuarios y se les pide que fotografíen y

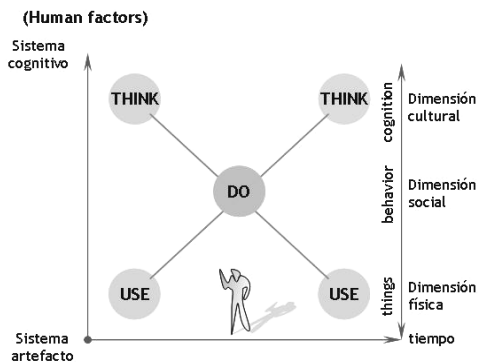
apunten cualquier acción en lo referente al objeto de estudio. Con esta técnica se consigue captar la realidad de momentos inaccesibles por el equipo de búsqueda.

- › **Video-Etnografía:** Grabación en vídeo de las actividades de los usuarios en el contexto de uso. Con el posterior análisis de las grabaciones se entienden las interacciones de los usuarios con el contexto, el uso de los productos existentes y los comportamientos asociados a determinadas situaciones.

Aunque principalmente los estudios de usuarios se han desarrollado con la finalidad de generar nuevas y verdaderas oportunidades de innovación para la empresa [Vinyet, 2003], es igualmente útil para este campo (ver cuadro 3.13). Todas las técnicas para el estudio de usuarios son importantes, y la elección de alguna en particular dependerá de cada caso.

» cuadro 3.13:

Factores implicados en el estudio de usuarios.
Fuente: [Cuni y Morros, 2002 en Vinjet, 2003]



El uso de los objetos públicos generalmente se verifica de manera colectiva, aunque no necesariamente su uso sea siempre simultáneo. Además, este se da siempre en interacción con otros productos, servicios y con el entorno donde se sitúan.

Hoy en día existen algunos modelos que sirven de herramienta para obtener una visión global de los factores que afectan en una experiencia de uso. El modelo AEIOU presentado por Cuni (s.f.), establece y define dichos factores de la siguiente manera (ver cuadro 3.14):

- › **Actividades** - son las que el usuario realiza para lograr un objetivo; las actividades de los usuarios conforman su experiencia.

- › **Entorno** - es el espacio donde se desarrolla la experiencia, y permite identificar las variables que afectan al usuario.
- › **Interacciones** - las relaciones que el usuario establece con cada elemento que conforma la experiencia.
- › **Objetos** - los productos y servicios que el usuario consume durante la experiencia.
- › **Usuarios** - los actores presentes antes, durante y tras la experiencia, que aportan información de los diferentes roles que se establecen.



» **cuadro 3.14:**
 Modelo AEIOU. Permite planificar un estudio centrado en la experiencia de uso (actividades, relaciones con objetos y usuarios. Elaboración propia basado en Cuni (s.f.).

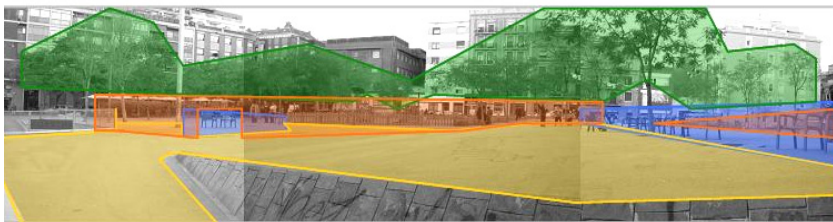
• **El Carácter Sistémico**

La existencia de criterios de ordenación e implantación de los *Objetos de Uso Público* es otro aspecto a considerar en la configuración del espacio público. El carácter sistémico con que son tratados hace referencia a que el conjunto de los *OUP* es algo más que la suma de las partes. Un ejemplo ilustrativo desarrollado por Le Corbusier en 1907 y citado por Ferrer Viana (2003), hace referencia a este aspecto en lo que respecta a la forma urbana, planteando que la ciudad es como un alfabeto, en que las letras son los componentes físicos del entorno urbano, calles, casas, parques, plazas, señales, bancos, luminarias, etc. Así las letras forman el alfabeto y las palabras que son una cosa más que la suma de las partes. *Catàleg d'una exposició, 1988. L'aventura de Le Corbusier 1887-1965.* Ajuntament de Barcelona, España.

En general, todo objeto que se encuentra inserto en el espacio público, debe estar sometido a un modo general de regulación. Este modo de regulación define criterios de ordenamiento de los *OUP* en el espacio, tales como su uniformidad y diversidad, tamaño, cantidad, y políticas o modalidades de distribución en el espacio. Estas regulaciones permiten agrupar los objetos en familias. Cada una de estas familias constituye un subsistema, del sistema o conjunto constituido por la totalidad de los objetos instalados en un lugar determinado (ver figura 3.36).

» **figura 3.36:**

Familias de objetos por tipo de función. El conjunto de los elementos y sus relaciones configuran la plaza como lugar (relaciones sistémicas). Plaza de L'Olivereta, Sants Barcelona.



● Vegetación - Protección y cobijo ● Pavimento - áreas de circulación
● Bancos - elementos de descanso temporal ● Juegos - recreación

Es así como el diseño debe ser capaz de responder a necesidades sistémicas en los objetos y sus usos, pero también de constituir el paisaje urbano y generar identidades. Igualmente, debe ser cuidadoso en la utilización de materiales y proceso adecuados.

- **El Compromiso Ambiental**

El análisis del ciclo de vida de los productos instalados en el espacio público es otra tarea a emprender. De las acertadas medidas que se tomen para responder a cada una de las etapas, dependerá como los objetos afectarán al medio ambiente (ver cuadros 3.15 y 3.16 referido a parques infantiles).

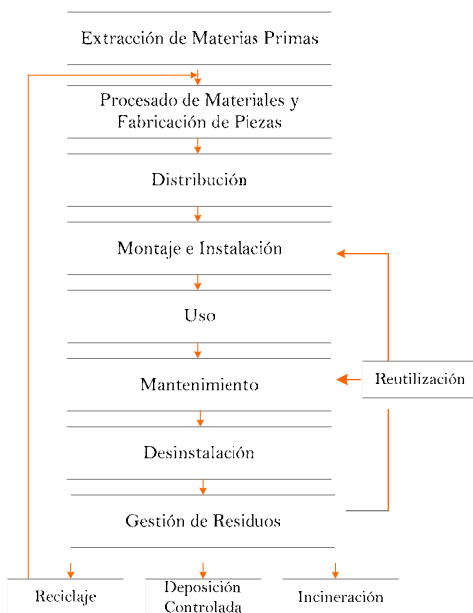
ACV
ACTORES

	Diseño	Compra	Extracción de materias primas	Fabricación	Distribución	Montaje e Instalación	Inspección y Mantenimiento	Uso	Desinstalación	Gestión de Residuos
Empresas	x		x	x	x	x	x		x	x
Administración		x				x	x		x	x
Usuarios								x		
Diseñadores	x		x	x	x	x	x		x	x

» cuadro 3.15:

Actores que intervienen en cada etapa del ciclo de vida de parques infantiles. Fuente: [Grup de Recerca en Ecodisseny ELISAVA, 2002]

ACV
Parque Infantil



» cuadro 3.16:

Análisis del ciclo de vida de un producto. Fuente: [Grup de Recerca en Ecodisseny ELISAVA, 2002]

En muchos casos y situaciones, el espacio público es visto también como un receptáculo de residuos, pero en situaciones menos extremas, la desinstalación de los objetos en el espacio público se hace tardíamente o se ignora. Ello tiene que ver a menudo con el tipo de material utilizado, que se degrada rápidamente o que es difícil de desinstalar, o simplemente, sus costos generan la indiferencia de la autoridad (ver figuras 3.37, 3.38 y 3.39).

Generalmente las regulaciones no son suficiente y el diseño de los objetos tampoco. Es necesario que las personas reconozcan y sientan el beneficio de poseer un espacio público en buenas condiciones.

» figuras 3.37, 3.38 y 3.39:

- » Obstáculos para peatones. Barquisimeto, Venezuela.
- » Parada de autobús suprimida. Santiago, Chile.
- » Parada de autobús deteriorada. Santiago, Chile.



El diseño debe promover condiciones para que el ciclo de vida de los productos sea cumplido de manera rigurosa, en especial porque a menudo en estas situaciones hablamos de un “espacio de todos” (ver figura 3.40).

En definitiva estamos hablando del un “*diseño consciente*”, que según Thackara (2005), implica tomar la determinación de: [Thackara, 2005]

» figura 3.40:

¿Falta de cultura cívica, frecuencia de recogida o capacidad y diseño de contenedores?
¿Barcelona, Salamanca o Madrid? España.



- » “Pensar en las consecuencias de las acciones de diseño antes de ponerlas en marcha, prestando especial atención a los sistemas naturales, industriales y culturales que se encuentran en el contexto donde dichas acciones tienen lugar.
- » Considerar qué materiales y energía están presentes en los sistemas que diseñamos.
- » Priorizar la entidad humana, y no tratar a la gente como un simple “factor” dentro de algo mayor.
- » Proporcionar valor a las personas, no personas al sistema (como en la mayoría de los casos hace el marketing actual).
- » Tratar el “contenido” como algo que hacemos, no como algo que vendemos.
- » Trabajar con el lugar, el tiempo y la diferencia cultural como valores positivos, no como obstáculos.
- » Centrarse en los servicios y no en las cosas, y abstenerse de inundar el mundo con artefactos carentes de sentido.”

3.5.

la economía de los bienes públicos

Aspectos Generales

Desde el punto de vista de la economía, los *Objetos de Uso Público* corresponden a un tipo especial de bienes: los llamados bienes públicos. Los bienes públicos tienen características particulares con respecto a los llamados bienes privados, que corresponden a la abrumadora mayoría de bienes que se encuentran en la sociedad. Para entender el interés de la economía en este tipo de bienes, es conveniente hacer una recapitulación respecto de las preocupaciones generales de esta disciplina.

La economía se ocupa de la manera en que se administran recursos escasos con el objeto de producir bienes y servicios y distribuirlos para su consumo entre los miembros de una sociedad.

Estos bienes y servicios producidos están constituidos por todas las cosas que valoramos, las cuales pueden ser utilizadas en el consumo o la producción y por las cuales estamos dispuestos a pagar. [Parkin, 2001]

Los bienes y servicios producidos pueden ser consumidos por una persona o por un proceso productivo hasta ser agotados, que es lo que

sucede de manera más general, sean estos bienes durables o no durables. Pero otros pueden perdurar de manera relativamente indefinida a pesar de su consumo. Los bienes que se agotan o excluyen al resto al ser consumidos por una persona dentro de un rango discreto de tiempo se llaman bienes privados; los que no se agotan en ese plazo y no excluyen al resto cuando existe consumo de uno o de varios, se llaman bienes públicos (ver figuras 3.41, 3.42 y 3.43).

» figuras 3.41, 3.42 y 3.43:

Espacio de la cultura, de la diversidad, de la convivencia y simultaneidad de usos y. Venecia, Santiago de Chile y Barcelona respectivamente.



• Características de los Bienes Públicos y Privados

Los bienes privados son los que tienen una ocurrencia más frecuente y más común en la sociedad, como por ejemplo, una manzana; esta fruta es consumida por una persona y al hacerlo, la manzana se agota y nadie más puede acceder a ella. El consumo privado es, en este sentido, excluyente pues al comer la manzana, ella queda fuera del alcance de cualquier otra persona; y se define también como rival, es decir, al comer la manzana se elimina la posibilidad de que otra persona la coma.

En cambio, las características principales de los bienes públicos son su no exclusividad y su no rivalidad. Se dice que los beneficios de un bien son no exclusivos cuando están al alcance de todos una vez que el bien ha sido producido, y además, independientemente de quien haya contribuido a su provisión.

Ejemplos de bienes o servicios que producen beneficios no exclusivos son los espectáculos de fuegos artificiales, la reducción de la contaminación, el alumbrado público, ya que una vez que han sido producidos, es difícil, excluir a algún individuo de su beneficio. Se dice que el consumo de un bien es no rival cuando una unidad de ese bien puede ser consumida por un individuo sin aminorar las oportunidades de consumo de esa misma unidad por parte de otras

personas, pues el bien no se agota con ese consumo. Ejemplos de ello son la puesta de sol, la defensa nacional o las tareas de protección ciudadana que realiza la policía, un banco de la calle, una fuente, etc. [Marín, García-Verdugo, 2003] [Parkin, 2001]

En las transacciones de mercado, el comprador obtiene el acceso a un bien o un servicio a cambio de dinero o de otro bien. Un requisito clave de este tipo de transacciones es que la propiedad o uso del bien puede ser transferida o denegada en función de lo que se ofrece a cambio (el precio). Por tanto, el propietario o usuario puede impedir que otras personas reciban el beneficio del bien si no están dispuestos a pagar por su valor, y ello puede hacerlo sin costo o sin un costo excesivo. Además, una unidad de bien consumido no puede ser consumida o disfrutada después o simultáneamente por otras personas.

Los Bienes Públicos

Los bienes públicos en cambio no son excluyentes ni rivales en el sentido que cuando una persona consume un bien público, al final de ese consumo el bien sigue disponible para que otros lo consuman, y mientras una persona está consumiendo ese bien, puede haber otra persona haciendo lo mismo sin que el consumo de uno se vea afectado por la acción del otro consumidor (ver figuras 3.44 y 3.45).



» figura 3.44:
Actividades paralelas, no
exclusión. Buenos Aires.

» figura 3.45:
Simultaneidad de
usuarios, no rivalidad.

Los bienes públicos entonces, son típicamente la clase de bienes que permiten el consumo y disfrute simultáneo, tales como la sombra que otorga un árbol en un parque, las aceras de las calles la seguridad policial o un desfile (ver figura 3.46). Consumir o beneficiarse de estos bienes no es un hecho privado pues un consumidor no hará imposible a otro el mismo disfrute y luego que una persona ha terminado su

acto de consumo, el bien sigue allí intacto para que otros lo disfruten.
[Parkin, 2001]

» **figura 3.46:**

Disfrute público y colectivo.
Desfile en fallas. Valencia,
España



En este sentido, y como lo ilustran los ejemplos propuestos, las aceras, los parques, las luminarias de la vía pública y el mobiliario urbano, en conjunto con el espacio público, se corresponden bien con esta definición dada por la economía. (ver figuras 3.47 y 3.48).

» **figura 3.47:**

Escultura humana en la
Rambla de Barcelona.



figura 3.48:

Plaza de Can Mantega.
Barcelona. España

• Las Solicitudes de los Bienes Públicos

Las características de los bienes públicos son también una causa de que su propiedad sea pública. Si están disponibles para todos y no es posible o es muy caro impedir que alguien consuma este tipo de bienes, nadie se verá en la obligación de pagar por ellos para

consumirlos: sería un mal negocio para un empresario privado vender bienes y servicios públicos si no puede impedir que personas los consuman sin pagar.

De allí que la responsabilidad de proveer este tipo de bienes, altamente necesarios para la sociedad, sea de la sociedad misma o sus representantes: el Estado, a nivel nacional o local. Si se esperara que esta oferta se resolviera por vía de agentes privados, el espacio público sería altamente precario en comodidades y en calidad, pues no habría emprendedor privado dispuesto a tomar el riesgo de producir estos bienes y servicios ante la posibilidad de no recuperar su inversión, o simplemente haría sólo lo mínimo para que le resultare rentable.

- **Los Valores de los Bienes Públicos y la Disciplina Pública Urbana**

El valor de los bienes públicos y del espacio público en general, se expresa en la utilidad que presta y en su capacidad de dar respuesta a las demandas que en él se generan, haciendo posible que adquiera un valor significativo para sus usuarios. “La calle es una interioridad social, donde se extrovierten las actividades, rasgos y valores de los conciudadanos, y donde se puede leer el grado de compromiso de éstos con lo colectivo”. [Chile - Mideplan, 1998: 1.2/1]. La oferta de espacio urbano consiste en brindar mejores condiciones para los usuarios, incidiendo en el moldeamiento de sus comportamientos en pos del bien común.

El objetivo de regular o normar el comportamiento de las personas responde a la necesidad de generar beneficios sociales. La oferta de bienes y servicios urbanos en el espacio público permite que las personas se disciplinen y adopten conductas ordenadas. Regular el comportamiento de las personas es, sin embargo, una tarea que debe ser tomada con cautela. Esta precaución está en directa relación con la potencial aceptación y éxito de las normas que se quieran imponer y en particular, con la calidad, pertinencia y comodidad de los bienes ofrecidos.

La cultura ciudadana exige entonces que dichos bienes sean provistos públicamente, pero también que sean consumidos y cuidados con responsabilidad ciudadana. La limpieza de la ciudad, sus espacios de

esparcimiento, la seguridad en la circulación y ante la delincuencia, son atributos que no pueden lograrse si no hay provisión pública y respeto por las normas de su consumo (ver figura 3.49).



» figura 3.49:

Usos del mobiliario urbano,
claro reflejo de la cultura
cívica que poseen las
personas de un lugar con lo
colectivo.
Santiago, Chile.

El problema que se plantea normalmente aquí es que dada su gratuidad, no existe necesariamente consciencia entre la ciudadanía respecto de su valor y que por lo tanto su consumo pueda ser depredador de tales bienes. Sólo frente a su ausencia o escasez los individuos son conscientes de su importancia. Y muchas veces, sólo a partir de las sanciones por su mal uso pueden generarse conductas socialmente positivas entre individuos renuentes a respetarlos (ver figura 3.50). [Cárdenas, 2004.]

» figura 3.50:

Degradación y
restauración de *Objetos de
Uso Público*.
Sevilla, España.



Las regulaciones y el control (el llamado “enforcement”) son cruciales para producir y ofrecer eficientemente este tipo de bienes y servicios. De la importancia de las normas (o de sus sanciones) se producirá un respeto y una apreciación mejor de estos objetos (ver figuras 3.51 y 3.52). [Cárdenas, 2004]



» figuras 3.51 y 3.52:

El éxito de las regulaciones en el espacio y bienes públicos viene acompañado de un exhaustivo control, es decir, no es suficiente normar para que ciertas conductas se manifiesten.

En relación a estos objetos es importante establecer que (...) “si toda la actuación pública se circunscribe a los espacios de tenencia pública, la ciudadanía quedaría muy desamparada. Un caso particularmente interesante en este sentido es el de las fachadas. La imagen de una ciudad depende en gran manera del aspecto de sus casas. Una parte importantísima de la impresionante renovación urbana de Barcelona de 1986 hasta ahora ha estado en la restauración de las fachadas, casi ninguna de las cuales es de propiedad pública. Pero existen pocos usos visuales más cotidianos y reiterados que la contemplación, deliberada e inconsciente, de los edificios que dan sentido a la calle. Los ayuntamientos son propietarios de las calzadas y de las aceras, pero la calle no existe sin las casas, con sus viviendas, oficinas y comercios”. [Folch, 2001 en Ferrer, 2003:29], “... la cuenca visual de las calles es colectiva y pública o, por lo menos, se puede decir que no está privatizada, pero el paisaje urbano es de propiedad básicamente privada. Si diferenciamos entre paisaje físico y cuenca visual, ¿qué es público y qué es privado en la práctica?” (ver figura 3.53). [Ferrer Viana, 2003:30]



» figura 3.53:

La pobreza, complemento a la degradación del espacio público. Santiago, Chile.

Sin embargo, ello no quiere decir que la propiedad de los *Objetos de Uso Público* sea necesariamente del sector público. No existe siempre correspondencia entre los conceptos de público y colectivo, de la misma manera que privado no equivale a individual, pues debe diferenciarse la propiedad del uso de dichos objetos.

» figura 3.54:

Restauración de fachada.
Plaza San Marco, Venecia.



De esta manera los objetos de uso colectivo en la ciudad pueden estar constituidos por objetos de propiedad pública o privada indistintamente o en conjunto [León, 1998], como es el caso del paisaje urbano donde es mucho más evidente esta dualidad, “(...) lo que es privado y lo que es público confluyen en lo que es colectivo”. (ver figura 3.54). [Ferrer Viana, 2003:30]

Desde el punto de vista del diseño, entonces, la propiedad sólo es importante en términos de quien demandará el servicio de diseño. Aunque el uso de dichos objetos prima sobre lo anterior, dar respuesta material a las demandas de los ciudadanos en el espacio público urbano es el problema.

» figura 3.55:

Transmilenio, estaciones de transferencia del sistema de transporte público. Bogotá, Colombia.



Cuando se diseña para el uso público el objeto no es solamente un cuerpo en el espacio dotado de ciertas funciones operativas, es mucho más. Lo que Bossi (2005) denomina *Advanced design* refiere a trabajar con el producto como un servicio integrado o como una experiencia global. Por ejemplo: el problema no es diseñar bancos sino descanso temporal, ni marquesinas sino conectividad. (ver figura 3.55). [Bosi, 2005]

Pues si bien los bienes públicos resultan gratuitos en su consumo, su producción tiene un costo. El costo de producir los bienes públicos lo asume la sociedad (o su representante) y será mayor o menor según los ciudadanos se comporten cuidando dichos bienes o consumiéndolos racionalmente: si las personas tiran de manera abusiva residuos sobre la calle, los costos de aseo serán mayores, si

las personas no respetan las señalizaciones y las regulaciones en la circulación, los accidentes y sus costos serán mayores, si los bancos de las plazas se usan para otra función que no sea el sentarse es posible que se deterioren más rápidamente, etc.. [Martínez Coll, 2001]

Las demandas de producción, la gestión y la administración de los bienes públicos es entonces una tarea importante que recae sobre las autoridades, y en particular, las urbanas. A la simple constatación de que el costo de proveer bienes públicos será mayor o menor se agrega toda una secuela de fenómenos que se asocian a este tipo de bienes (ver figuras 3.56, 3.57 y 3.58).



» figuras 3.56, 3.57 y 3.58:

Los recursos con que disponga cada distrito o comuna no deberían afectar la calidad del espacio público. Oferta desigual en espacios públicos de comunas periféricas. Lo Espejo, Santiago de Chile.

• Beneficios de los Bienes Públicos

En primer lugar, están las externalidades que son frecuentes en los bienes públicos. Las externalidades se definen como efectos positivos o negativos de los que se benefician las personas por acción de terceros y sin que los primeros contribuyan a su producción o su recepción. En estas circunstancias, las externalidades pueden distinguirse entre negativas o positivas según el tipo de utilidad que presten a los terceros. En la producción de bienes públicos la generación de externalidades positivas es importante: un parque infantil puede ser un elemento de recreación para los niños, pero puede al mismo tiempo ser un elemento de la estética urbana y un aportador neto de oxígeno para la ciudad. En este sentido, se debe destacar que en general se espera que los bienes públicos generen externalidades positivas para un número importante de ciudadanos e incluso para todos los habitantes (ver figuras 3.59 y 3.60). [Parkin, 2001], [Marín, García-Verdugo, 2003]

» **figuras 3.59 y 3.60:**

El paisaje urbano es producto de todos los objetos presentes, independiente de su propiedad, Plaza España, Barcelona y Parque Bustamante, Santiago de Chile.



Se concluye pues que los bienes públicos deben ser provistos en su justa dimensión para no sobrecargar los presupuestos públicos. Pero también, y muy importante, estos deben ser producidos en una adecuada combinación, que maximice el beneficio que ofrece cada uno y que potencien los beneficios ofrecidos entre sí, a través de sistemas y programas que produzcan las mayores externalidades positivas y tengan el mejor rendimiento con el mínimo de los recursos escasos disponibles (ver figura 3.61)

» **figura 3.61:**

Sistema de información sobre el transporte público de superficie disponible en todas las paradas con y sin marquesina. Barcelona, España



3.6.

el espacio público desde la perspectiva del urbanismo

El Urbanismo

Etimológicamente hablando, la palabra urbanismo procede de la palabra latina URBS-URBIS, que significaba ciudad. De acuerdo con este significado etimológico, el urbanismo es el conjunto de conocimientos que se refieren al estudio de la creación, desarrollo, reforma y progreso de los poblados, en orden a las necesidades materiales de la vida humana. [www.rae.es]

El urbanismo es el *arte* de planear ciudades. Es una técnica antigua, que contiene una amplia gama de conceptos y un área de práctica y estudio amplia y compleja. Es una *ciencia* que tiene la misión de proporcionar las bases fundamentales para resolver los problemas de las ciudades, concernientes tanto a la configuración física, como a la dinámica de las actividades económicas y sociales.

- › *arte* de proyectar y construir las ciudades de forma que sean satisfechas todas las premisas que garantizan la vida digna de sus habitantes y la eficacia de la gran empresa que constituye la ciudad.

- › **ciencia** que se ocupa de la ordenación y desarrollo de la ciudad, persiguiendo, con la ayuda de todos los medios técnicos, determinar la mejor situación de las vías, edificios e instalaciones públicas, y de las viviendas privadas, de modo que la población se asiente de forma cómoda, sana y agradable.

El Espacio Público

Como primer acercamiento al concepto de *espacio público* es posible identificar su referencia a dos aspectos diferentes pero complementarios; al hecho físico, natural o construido y en segundo término, al sentido de dominio o propiedad colectiva. [Cobo Fray, 2004] (ver cuadro 3.17).

- › **como hecho físico** – refiere a un espacio vacío o abierto, un espacio edificado o un objeto, que ocupa un lugar definido, determinado por un ámbito espacial rural, urbano o territorial.
- › **como sentido de dominio o de propiedad colectiva**, que proviene de la separación formal (legal) entre la propiedad privada urbana (expresada en el catastro y vinculada normalmente al derecho de edificar) y la propiedad pública (o dominio público por subrogación normativa o por adquisición de derecho mediante cesión) que normalmente supone reservar este suelo libre de construcciones y cuyo destino son usos sociales característicos de la vida urbana (esparcimiento, actos colectivos, movilidad, actividades culturales y a veces comerciales, referentes simbólicos monumentales, etc.).

Según Gustavo Munizaga (1993), el espacio público urbano puede ser definido también como el tejido conector de la ciudad, donde se producen los encuentros entre los habitantes, y de ellos con la ciudad. Se define como el espacio urbanístico, que no está limitado por derechos de propiedad, que es accesible, en principio, a cualquiera y en el que se puede experimentar el comportamiento colectivo. Junto con las áreas verdes, constituye los vacíos estructuradores de interacción social y es el complemento de la masa edificada. [Munizaga, 1993]



» cuadro 3.17:
Definición del concepto espacio público.
Elaboración propia basado en Cobo Fray (2004).

De esta forma el espacio público y los *Objetos de Uso Público* son dos aspectos a los que la disciplina del urbanismo les confiere gran importancia. El estudio y la intervención en la ciudad, dos objetivos principales en las tareas del urbanista, no pueden ignorar que todo el espacio urbano que no es privado, es público, y que incluso una serie de espacios de propiedad privada, son de uso público, tales como los centros comerciales, algunos sitios de espectáculos, etc. Entonces, es normal que en el urbanismo, al hablar de la ciudad como objeto central de estudio, se esté prácticamente siempre haciendo referencia y consideración a los espacios públicos y a los bienes de uso público. Hablar de estos aspectos, implica entonces, partir con una rápida referencia a la ciudad en general (figuras 3.62, 3.63 y 3.64).

» figuras 3.62, 3.63 y 3.64:
MACBA de Barcelona, España. Estación de metro Universidad de Chile. Parque, de L'Hospitalet.



Ciudad y Espacio Público

El arquitecto e historiador de las ciudades Fernando Chueca Goitia (1968), desarrolla los conceptos asociados a la formación de las ciudades, destacando algunos de sus más importantes aspectos en relación a la congregación y concentración de las personas. En la variedad de tipos de ciudades desde el punto de vista socio-cultural y de la historia, se observa, según este autor, el alto grado de importancia otorgado a los lugares públicos. [Chueca Goitia, 1968]

Dentro de todos estos espacios, el ágora griega es el original y principal referente a la hora de hablar de espacios de uso común o público en las ciudades, en particular, en las occidentales. Entendido

como un espacio abierto y vacío, era el lugar donde los ciudadanos se encontraban y establecían sus relaciones sociales, comerciales y culturales. Generalmente dotado de una pileta y un mercado, el ágora era el núcleo de la polis y el antecedente más claro no sólo del espacio público, sino también del carácter esencial que la sociedad urbana occidental ha dado a los centros de atracción y de intercambio social hasta nuestros días (ver figura 3.65). El foro romano fue el natural seguidor histórico del ágora.



» figura 3.65:

Mileto: una de las primeras ciudades griegas:
A) Acrópolis, B) Bahía, C) Agora, D) Edificios culturales.

Las ciudades occidentales fueron evolucionando pero manteniendo siempre el cuidado del espacio de la reunión y la vida social ciudadana. Las plazas medievales eran un centro fundamental para las actividades de comercio, política y comunicación y eran una expresión de la cultura viva de la sociedad.

Las ciudades de otras culturas hicieron lo propio, y resulta interesante destacar como en casi todos los casos, los mercados y las puertas de las ciudades eran lugares de reunión y congregación por excelencia.

Poco a poco, el mercado se diferenció de la plaza y esta comenzó a conocer un proceso de mayor ordenamiento, con una consolidación de un rol simbólico importante:

Edificios de carácter institucional, tales como iglesias, municipalidades y otros de carácter cívico, le confirieron a este centro del espacio público una mayor solemnidad y representatividad, siendo no sólo un espacio de intercambio social, sino la esencia del diseño de la ciudad y sitio de orgullo y atracción (ver figura 3.66).



» figura 3.66:
La Rambla y la Plaza Real. Barcelona, España.

- **Carácter Social**

Quizás lo que mejor otorgaba a estos espacios su carácter social y su capacidad de atracción y de intercambio, fue el carnaval: expresión máxima de lo colectivo y público sin limitaciones. En una época marcada socialmente por importantes diferencias de clase y sexo, el carnaval se apropiaba de los espacios públicos suprimiendo toda barrera establecida. [Rodríguez, 2004] (ver figura 3.67)



» figura 3.67:
Desfile de Carnaval en las ciudades de: Barcelona, Venecia, Río de Janeiro y Ouro.

Esta sugerencia muestra la idea de fondo del espacio público: lugar de encuentro como contrapartida del espacio privado, lugar de recogimiento. “El paradigma urbano clásico diferencia con extrema

» figura 3.68:

La Sagrada familia.
Barcelona, España.



claridad el espacio público -constituido por calles, avenidas, plazas, bulevares o zonas ajardinadas- del espacio privado, ocupado por parcelas edificadas con diferentes grados de intensidad. Los límites entre ambos tipos de espacio están bien definidos y, prácticamente en todas las ocasiones, materializados de forma eficaz (ver figura 3.68): las fachadas edificadas que delimitan y conforman calles o plazas; los muros, verjas o setos vegetales que - cuando las edificaciones se retranquean respecto a ese límite - siguen marcando con precisión su existencia”. [López de Lucio, 2000: s.n.]

León (1998) identifica así los elementos del espacio público: “... las áreas requeridas para la circulación, tanto peatonal como vehicular, las áreas para la recreación pública, activa o pasiva, para la seguridad y tranquilidad ciudadana, las franjas de retiro de las edificaciones sobre las vías, fuentes de agua, parques, plazas, zonas verdes y similares, las necesarias para la instalación y mantenimiento de los servicios públicos básicos, la instalación y uso de los elementos constitutivos del amoblamiento urbano en todas sus expresiones, para la preservación de las obras de interés público y de los elementos históricos, culturales, religiosos, recreativos y artísticos, para la conservación y preservación del paisaje y los elementos naturales del entorno de la ciudad, los necesarios para la preservación y conservación de las playas marinas y fluviales, los terrenos de bajamar, así como los elementos vegetativos, arenas y corales, y, en general, por las zonas existentes o debidamente proyectadas en las que el interés colectivo sea manifiesto y conveniente y que constituyan por consiguiente zonas para el uso y disfrute colectivo”. [León, 1998: s.n.]

La necesaria convivencia de los elementos constitutivos del espacio público urbano requiere de una gestión equitativa en cuanto a su cantidad y calidad en favor del bienestar común del presente y futuro. (ver figuras 3.69 y 3.70)



» figuras 3.69 y 3.70:

Un reparto más equitativo del espacio entre peatones, ciclistas, transporte público y automóviles, puede contribuir a revitalizar el espacio y dotar de mayor calidad de vida a todos los usuarios del entorno.

En síntesis, el espacio público puede ser identificado a través de un gran listado de lugares que cumplen con la función esencial de ser espacios de uso común, de congregación y reunión, de encuentro más allá de las diferencias de las personas: así, el espacio público es la antítesis del espacio privado, aquél que limita su acceso sólo a sus propietarios.

Conceptualmente, el espacio público tiene características y rasgos definidos, tal como los identifica López de Lucio: “en primer lugar el «espacio público» encarna un *concepto jurídico instrumental*: algún dispositivo (camino, calles, carreteras ...) es indispensable como forma de acceder a las distintas propiedades privadas, tanto en la ciudad como en el territorio ... en la *concepción clásica* el ámbito público (*public realm*) es el espacio de la comunidad política basada en la ciudadanía (ver figuras 3.71, 3.72 y 3.73), cuya expresión básica se muestra en una *activa participación* en la toma de decisiones colectiva. Su encarnación física y social es la «polis» (autónoma, deliberativa y democrática), cuya tradición continúa la República (*res pública*, cosa pública)... en la visión *moderna*, ligada con la ciudad industrial europea, el espacio público reduce su intensidad participativa a la vez que amplía su territorio. Aquí sí coincide con la trama de calles y plazas de la ciudad. Ahora la *calle es el espacio de la sociabilidad difusa*, más que el marco de la actividad o la participación políticas. Estas se recluyen en edificios e instituciones específicas (Parlamentos, etc.) a la vez que se especializan (políticos profesionales, líderes, etc.)” [López de Lucio, 2000:s.n]



Manifestaciones en el Espacio público contra la ocupación de Irak.

» figura 3.71, 3.72 y 3.73:

Barcelona, Los Ángeles y Buenos Aires.

Tal diversidad de funciones y tan marcada diferenciación con el espacio privado muestran que el espacio público no es un lugar rígido y por el contrario, que ha estado sujeto a cambios y evoluciones a lo largo de la historia y en diferentes sociedades.

Jane Jacobs, en su célebre libro “*Muerte y vida de las grandes ciudades*” (1967) da cuenta precisamente de la existencia de distintas miradas al respecto. Referido a la sociedad urbana norteamericana, muestra de que forma, las prácticas y el predominio de lo privado ha ido progresivamente convirtiendo los espacios públicos en espacios residuales, desvalorizados, de escaso uso y funcionalidad (ver figuras 3.74 y 3.75). [Jacobs, 1967]

» figuras 3.74 y 3.75:

El no uso también degrada el espacio público.



Ejemplo de lo anterior es la aparición de los barrios cerrados en diversos países. Su origen está asociado principalmente a causas como la violencia urbana y la inseguridad. Si bien este tipo de emprendimientos urbanos está dirigido a las clases de altos ingresos, otros estratos de la población lo han incorporado en la medida de lo posible (ver figura 3.76).

- » **principales rasgos:** se encuentran rodeados o cercados por muros, puertas y/o rejas que son barreras físicas; el acceso a ellos es restringido, impidiendo la entrada de los *no deseados* lo cual hace la segregación social urbana más evidente y visible; generalmente están ubicados muy próximos a barrios pobres e incluso villas inestables, por lo que las diferencias sociales y la inequidad social se hacen evidentes; sus habitantes buscan homogeneidad social y un estilo de vida determinado; constituyen una solución para algunas familias en relación a la inseguridad urbana y la delincuencia; y privatizan el espacio público.

Como consecuencia de estas prácticas se puede producir un deterioro del espacio público circundante, como efecto del no uso, y en términos del tejido social, una segregación urbana que está implícita en su desarrollo.



» figura 3.76:

Instalación de rejas en bloques de vivienda social como medida de seguridad. Entorno abandonado. Villa Lo Sierra 2 y Valenzuela Llanos. Santiago de Chile.

Por consiguiente, el espacio público no sólo debe ser entendido como la antítesis del espacio privado, sino que también debe entenderse que existe un permanente conflicto entre ambos, que puede volcarse a favor de uno u otro en función de las tendencias más amplias de las prácticas urbanas y las visiones más amplias de la sociedad.

Jordi Borja, uno de los autores que más se ha ocupado del espacio público como concepto de sustento de la ciudadanía y la participación ciudadana, clasifica el espacio público también desde distintas perspectivas [Borja, 2003b]:

- » **En su concepto jurídico**, es un espacio sometido a una regulación específica por parte de la Administración Pública, propietaria o que posee la facultad de dominio del suelo y que garantiza su accesibilidad a todos y fija las condiciones de su utilización y de instalación de actividades. El espacio público moderno proviene de la separación formal (legal) entre la propiedad privada urbana (expresada en el catastro y vinculada normalmente al derecho de edificar) y la propiedad pública (o dominio público por subrogación normativa o por adquisición de derecho mediante cesión) que normalmente supone reservar este suelo libre de construcciones (excepto equipamientos colectivos y servicios públicos) y cuyo destino son usos sociales característicos de la vida urbana (esparcimiento, actos colectivos, movilidad, actividades culturales y a veces comerciales, referentes simbólicos monumentales, etc.);

- » ***En su dimensión socio-cultural***, es un lugar de relación y de identificación, de contacto entre las gentes, de animación urbana, a veces de expresión comunitaria, manifestaciones (ver figura 3.77). La dinámica propia de la ciudad y los comportamientos de sus gentes pueden crear espacios públicos que jurídicamente no lo son, o que no estaban previstos como tales, abiertos o cerrados, de paso o a los que hay que ir. Puede ser una fábrica o un depósito abandonado o un espacio intersticial entre edificaciones. Lo son casi siempre los accesos a estaciones y puntos intermodales de transporte y a veces reservas de suelo para una obra pública o de protección ecológica. En todos estos casos lo que define la naturaleza del espacio público es el uso y no el estatuto jurídico; por último, en síntesis, el espacio público supone pues dominio público, uso social colectivo y multifuncionalidad. Se caracteriza físicamente por su accesibilidad, lo que le hace un factor de centralidad. La calidad del espacio público se podrá evaluar sobre todo por la intensidad y la calidad de las relaciones sociales que facilita, por su fuerza mixturante de grupos y comportamientos y por su capacidad de estimular la identificación simbólica, la expresión y la integración cultural. Por ello es conveniente que el espacio público tenga algunas calidades formales como la continuidad del diseño urbano y la facultad ordenadora del mismo, la generosidad de sus formas, de su imagen y de sus materiales y la adaptabilidad a usos diversos a través de los tiempos”. [Borja, 2003b:65-67]



» figura 3.77:

Parque Güell, Barcelona,
España.

3.7.

la psicología ambiental y las relaciones sociales en el entorno urbano

Psicología Ambiental

- **Definición, Origen y Alcances**

La Psicología Ambiental, como su nombre lo indica, tiene relación directa con el área de las Ciencias Sociales, más específicamente con la Psicología Social aplicada. Se relaciona con todo el conjunto de disciplinas que se ocupan de estudiar el entorno, ya sea natural o construido, dentro de las cuales podemos mencionar: ergonomía, diseño, arquitectura, paisajismo, planificación urbana, gestión ambiental, ingeniería y ecología ambiental, antropología urbana, geografía humana y social, sociología ambiental y psicología ambiental. [Moore, Tuttle y Howell, 1985]

En sus inicios se encargaba de analizar la interrelación de las personas y sus entornos físicos (reales), pero luego se hizo evidente que era difícil aislar estos elementos de sus dimensiones sociales, por lo que el objeto de estudio pasó a ser el ambiente o entorno sociofísico. De igual manera, si en un comienzo fueron los ambientes construidos los que despertaban su interés, rápidamente, debido a la

degradación de los entornos y al creciente interés por la conservación de los recursos y del medio ambiente en general, sus intereses se han ampliado a toda la dimensión ambiental.

La Psicología Ambiental propone pensar que el conocimiento adquirido por las circunstancias o situaciones vividas es, en gran medida, dependiente del lugar donde esta ocurre (ver figuras 3.78 y 3.79). En la medida en que los recuerdos, su significado y simbolismo están ligados a lugares en los cuales se desarrolla la existencia, esta idea no parece difícil de aceptar.

» **figura 3.78:**

El lugar (físico) donde se desarrollan las experiencias es significativo para el futuro de las personas. Plaza Padre Letelier, Santiago de Chile.



» **figura 3.79:**

Fiestas patrias, traje típico comunidad Mapuche. Santiago de Chile.

Los psicólogos ambientales han aceptado este hecho sin necesidad de demostración, como una proposición clara y evidente. Para ello, parten de la base que toda conducta tiene lugar siempre y necesariamente en un contexto ambiental, lo que exige estudiar el papel que desarrolla el ambiente (especialmente físico) en la experiencia y el comportamiento humano (ver figuras 3.80 y 3.81). Dado que el espacio público es el espacio privilegiado de las relaciones sociales, esta disciplina hace un gran aporte en esta dirección.

» **figuras 3.80 y 3.81:**

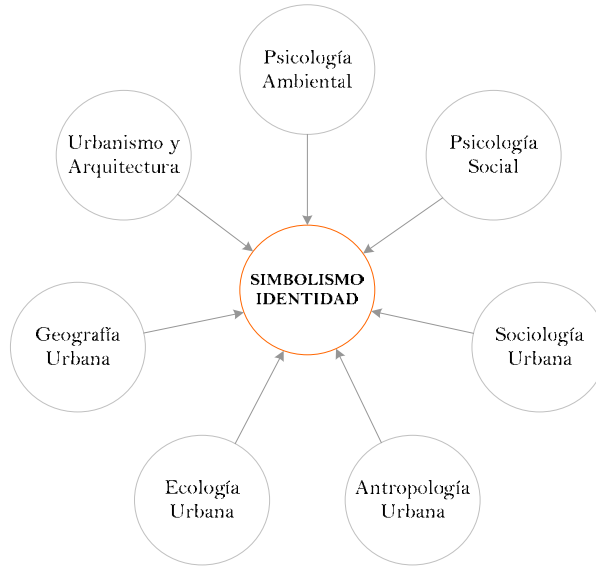
El papel que juega el ambiente (físico) y los estímulos que entrega el medio ambiente son significativos en la experiencia y el comportamiento humano.



- **Características**

Entre las características más importantes de la psicología ambiental debe destacarse la existencia de múltiples factores que inciden en el análisis y que dificultan establecer una definición única, la cual sea capaz de comprender todos los campos de acción de la psicología ambiental hoy. Algunos de los más relevantes son:

- › Debido a su cercanía y entrecruzamiento con otras disciplinas, posee límites difíciles de establecer. Resultado de esto es la participación interdisciplinar, la que se ha constituido como uno de los rasgos definidores de la propia Psicología Ambiental (ver cuadro 3.21).
- › Es una disciplina que está abierta, con una predisposición al abordaje de nuevas demandas sociales ambientales. Funciona sobre elementos dinámicos como son el entorno “ambiente” y las personas.
- › Los psicólogos ambientales apuestan por un enfoque holístico que estudia el ambiente en su conjunto, con todas las partes, personas y entorno, actuando simultáneamente, tal como lo experimentan la sociedad y las personas en su vida diaria.
- › Consideración del rol activo de la persona en su relación con el entorno.
- › Tendencia creciente a centrarse en los aspectos sociales por encima de los meramente individuales.
- › Multiplicidad de métodos de investigación así como de técnicas de recogida y análisis de datos, consecuencia de la complejidad de los fenómenos del objeto de estudio.



» cuadro 3.18:

Conjunto de disciplinas relacionadas con el tema del simbolismo espacial y la identidad.

Fuente: [Valera, s.f.]

Los efectos entre el ambiente y la conducta se consideran *bidireccionales y recíprocos*; la psicología ambiental se ocupa de analizar tanto los efectos del ambiente sobre la conducta como los producidos por la conducta sobre el ambiente.

En Psicología Ambiental las nociones de espacio y de lugar son muy importantes, incluso centrales, porque ellas permiten reconocer el nivel de control de los individuos sobre el medio. Existen cuatro niveles de interacción del individuo con su medio, teniendo fuertes implicaciones en la investigación ambiental (ver cuadro 3.19):

» cuadro 3.19:

Aspectos físicos y sociales de los diferentes niveles del ambiente. Fuente: [Moser, 2003]

Nivel	Ambiente físico	Ambiente social	tipo de espacio y control
I	Micro-ambiente, hábitat, espacio de trabajo	Nivel individual, familia	Espacios privados, control extendido.
II	Ambientes próximos, vecinancia, espacios abiertos al público	Nivel interindividual. Comunidades, usuarios, individuos	Espacios semi-públicos, control compartido
III	Ambientes públicos, ciudades, pueblos	Habitantes, conglomerados de individuos	Espacios públicos, control mediatizado
IV	Ambiente global	Sociedad, población.	País, nación, planeta, ausencia de control

Derivaciones Sociales del Entorno Público Urbano

La existencia en las ciudades se desenvuelve gracias al soporte que proporciona una minuciosa infraestructura artificial: delimitados por calles, construcciones e instalaciones, se articulan espacios y ambientes entre los cuales operan incesantes intercambios espontáneos y casuales. El flujo ordenado de mercancías y servicios constituye una intrincada red de comunicaciones globales en cuya trama interfieren otras acciones, lúdicas, deportivas o simplemente de esparcimiento. [Vélez, Santamaría y Ávila, 1997]

De las características de dicha infraestructura artificial depende considerablemente el carácter de las actividades sociales que se producen en la ciudad. Según Jan Gehl (2006) en su libro *“La Humanización del Espacio Urbano: la vida social entre los edificios, 2006”* (*Between Building: Using Public Space, 2003*) “...el carácter de la vida entre los edificios varía con los cambios en la situación de la sociedad, pero los principios esenciales y los criterios cualitativos que han de usarse al trabajar a favor de la calidad humana en la esfera pública han demostrado ser notablemente constantes”. [Gehl, 2006:13]

Para Gehl (2006) las actividades que se desarrollan en el espacio público son muy variadas y dependientes del contexto donde se producen (ver cuadro 3.20), para lo cual destaca las características del entorno físico como un factor de influencia en el tipo de actividades que promueve (gente que camina por las aceras, niños que juegan en los portales, personas sentadas en un banco mirando pasar a otras, transeúntes que se saludan, grupos que se reúnen a conversar, etc.). [Gehl, 2006]

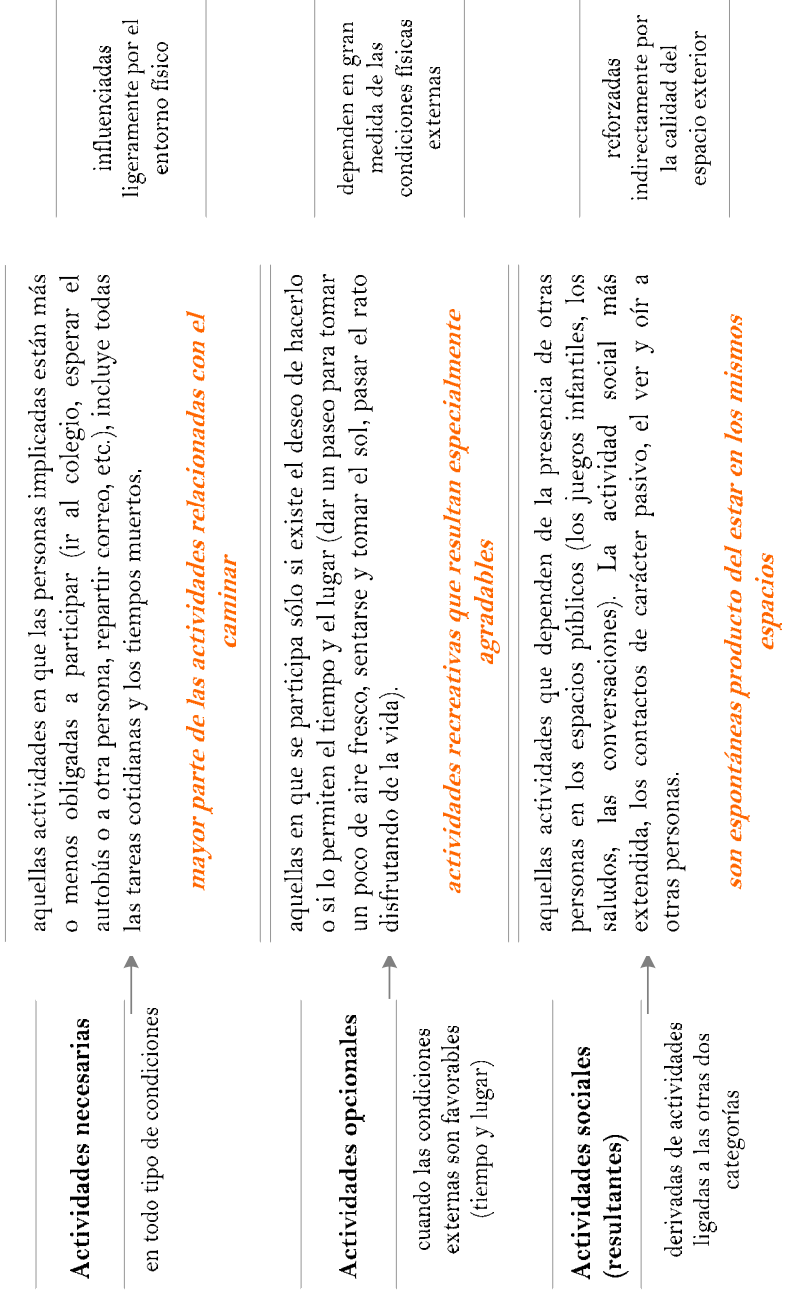
» cuadro 3.20
 Actividades
 exteriores y
 requerimientos al
 entorno físico.
 Elaboración propia
 basado en Gehl
 (2006)

requerimientos

características

categorías

Tipos de actividades exteriores



En las ciudades en general existen lugares donde las relaciones sociales que se producen y el nivel de apropiación de las personas que los utilizan son más fuertes, evidenciando un gusto o preferencia por un determinado lugar. Esta conexión con ciertos lugares disponibles en el espacio público se debe entre muchas otras cosas, a las características del espacio habilitado y por ende a sus componentes (ver figura 3.82).



» **figura 3.82:**
Plaza San Marco. Venecia,
Italia.

Según Edward Hall, existe “una identificación muy íntima entre la idea que el hombre se hace de sí mismo y el espacio que habita”. [Hall, 1972:220]

Respecto al carácter de las actividades y al tipo de conexiones que se producen entre las personas en el exterior, aparece importante precisar que poseen dos factores de influencia:

- › ***el contexto*** donde se llevan a cabo, ejemplo de esto son las relaciones más cercanas que es posible establecer en los entornos comunes para un grupo de personas (el barrio, a la salida del colegio) donde el solo hecho de verse y encontrarse con frecuencia puede permitir la aparición de otros tipos de contactos más cercanos que los que suelen ocurrir cuando nos movemos por espacios más céntricos de la ciudad.
- › ***el proyecto de la configuración física*** el cual influye de manera indirecta en la calidad, el contenido y la intensidad de los contactos sociales. Influye en cuanto genera las condiciones para los posibles encuentros y sirve como telón y punto de partida de otras formas de contacto (ver cuadro 3.24).

Para los psicólogos ambientales, son importantes todos los elementos que constituyen el ambiente, lo micro de los objetos y lo macro de los lugares.

» cuadro 3.21:

Relación entre la calidad de los espacios exteriores y el índice de aparición de las actividades exteriores. Basado en Gehl (2006)

		<i>calidad del entorno físico</i>	
		baja	alta
actividades exteriores	Actividades necesarias	●	●
	Actividades opcionales	●	●
	Actividades "resultantes"	●	●

• Las Características del Espacio Exterior

Trabajos realizados por la Psicología Ambiental han permitido establecer la relación entre el espacio público y la identidad social urbana, reconociendo a los objetos que constituyen el espacio como actores fundamentales en la identificación con el lugar (ver figuras 3.83 y 3.84).

» figuras 3.83 y 3.84:

Espacio público y objetos de uso público: Funicular de Barcelona, España y Teleférico en Santiago de Chile.



Además, reconocen que a través de la estética del mobiliario urbano, se produce una capacidad de transmitir valores de modernidad, de dinamismo, de cambio, entre otros que pueden ayudar a transformar la percepción que tiene de sí mismo el habitante de un lugar determinado y a mejorar de forma muy sustantiva la valoración que desde el exterior se hace de ellos, como espacio y como colectivo social, ayudando a conformar una identidad social más definida y positiva. [Pol y Valera, 1999]

A través de la adaptación de un ejemplo dado por López y Kramp (2002) se puede clarificar más la importancia de los *Objetos de Uso Público* en el espacio público:

- Estos autores proponen salir de una visión estática de las cosas, para ver la expresión dinámica inherente en cada una de ellas, en estrecha relación con la forma de uso que se le da a un objeto del cual el ser humano se suele servir. Un banco visto en forma estática, no es nada más que un objeto en una calle, plaza o parque, que sirve para sentarse y que puede tener variadas formas físicas (ver figura 3.85). Pero si imaginamos el acto de inclinarse, de flexionar las piernas, expresando el gesto de sentarse, el momento que tardamos en sentarnos, la necesaria incorporación de su forma a nuestra cuerpo y su capacidad en su condición de sostenedor del cuerpo y el reposo temporal que nos va a otorgar, podemos notar que deja de ser un objeto simplemente colocado en un punto del espacio, que es solidario con otras formas de expresión y que está hecho para recordarnos lo que sucede en él, cuya configuración es el reflejo de una serie de acciones consecutivas y su materialización es una única forma esencial. El resto es sólo un agregado. [López y Kramp, 2002]

» figura 3.85:
Expresión dinámica del objeto, “el banco en su condición de *Objeto de Uso Público*”.



El ciudadano/a finalmente será siempre la única referencia que permita determinar si la invención urbanística ha tenido consecuencias positivas o negativas. Diseñar en el vacío, es decir, "(...) sin tener en cuenta al usuario puede propiciar un ejercicio artístico de gran relevancia o la manifestación del voluntarismo y del paternalismo mejor intencionado, pero no un trabajo serio tendiente a mejorar la calidad de vida de las ciudades y de sus habitantes". [Iñiguez y Pol, 1993:4]

La percepción ambiental. Una parte considerable de nuestro desempeño diario depende de la capacidad para percibir adecuadamente los diferentes elementos que conforman el medio en el cual nos desenvolvemos; nuestras percepciones ambientales condicionan las actitudes, sensibilidades, e influyen considerablemente en la orientación y regulación de nuestras acciones hacia el entorno. Por consiguiente, la percepción ambiental es definida como el proceso a partir del cual se organiza e interpreta la información sensorial en unidades significativas. La percepción ambiental es el resultado del proceso psicológico por el cual las diversas sensaciones se organizan e integran para configurar un cuadro coherente y significativo del entorno o de una parte de él.

Los psicólogos ambientales han estudiado el proceso perceptivo desde una perspectiva holística, tomando en consideración toda la complejidad del ambiente como unidad perceptiva, y analizando los procesos globales que permiten a una persona captar adecuadamente el entorno, incluyendo la propia persona dentro del proceso de definición y configuración del mismo.

- › La percepción ambiental no es el resultado de un simple proceso aditivo de sensaciones ambientales.
- › De igual manera, la percepción ambiental tampoco es el resultado directo de un proceso aditivo de percepciones objetuales.
- › La persona percibe holísticamente su entorno y lo transforma en unidades significativas para ella.

El urbanista Kevin Lynch en su obra "*la imagen de la ciudad*" plantea que, el hecho de poderse orientar en el entorno es una necesidad existencial fundamental para los humanos. En nuestro pasado distante nosotros necesitamos de un "sentido" de orientación para mantener presente la localización de nuestras fuentes de comida y

cobijo. En la era de las grandes ciudades, necesitamos este mismo sentido para "navegar" entre las numerosas situaciones en las que llevamos a cabo nuestras actividades cotidianas: casa, trabajo, ocio,.... "Un escenario físico vívido e integrado, capaz de generar una imagen nítida, desempeña asimismo una función social: puede proporcionar la materia prima para los símbolos y recuerdos colectivos de comunicación del grupo. [Lynch, 1998:13]

El lugar actúa, según señala Ittelson, como un *territorio emocional*, en el que el sujeto percibe, valora y desarrolla sus acciones en función de los distintos elementos del medio. [Ittelson, 1973]

Mientras los procesos cognitivos poseen como función fundamental reflejar los diferentes objetos y fenómenos componentes del medio ambiente, los procesos afectivos de manera primordial se encargan de significar como influyen estos elementos de la realidad, sobre los seres humanos.

Dimensión temporal. El ambiente para los psicólogos ambientales, refiere más allá del presente, posee una dimensión temporal importante. De esta manera, un espacio no es sólo el presente y la relación que se tenga con él, sino que es también dependiente de su pasado y su futuro. El contenido ambiental, objeto de percepciones, de actitudes y de comportamientos desplegados al interior, toma toda su significación en referencia a la dimensión temporal.

En este sentido, se hace referencia no solamente al espacio, sino a la historia del lugar, la cual está ligada a la historia de los individuos. El marco de vida en el cual los individuos viven y se desarrollan, procura de identidad al individuo y lo sitúa tanto en el ámbito social, económico y cultural. El medio ambiente nos informa sobre los individuos, sobre sus valores e intereses (ver figura 3.86).

En definitiva, se trata de analizar el comportamiento, derivado de las relaciones, interacciones y transacciones entre las personas, grupos sociales o comunidades y sus entornos sociofísicos, es decir, la experiencia humana en los escenarios en donde tiene lugar: edificios, calles, ascensores, parques, espacios naturales o cualquier otro lugar que las personas ocupen. [Valera, Pol i Vidal, s.f.]

» **figura 3.86:**

Luminaria pública diseñada por Pere Falqués, adaptada a las nuevas tecnologías de ahorro y consumo de energía. Paseo de Gracia. Barcelona, España.



Capítulo 4: Contrastación empírica

La importancia de integrar en el diseño de los *Objetos de Uso Público* las necesidades y aspiraciones de los ciudadanos

El uso de los espacios públicos está influenciado directamente por la calidad de la habilitación de ellos. Esta calidad se entiende como la capacidad de responder a las necesidades físicas, psicológicas y sociales de los usuarios en cada uno de los elementos que lo configuran.

Cuando las personas ven posibilidades de uso (en espacios y *Objetos de Uso Público*) y además logran intervenir en la creación de los lugares de encuentro, los espacios se enriquecen, acción que realza tanto su contenido funcional y simbólico como su contenido social, dando origen a la aceptación y por consiguiente, a la apropiación de dichos objetos y espacios, lo que se traduce en el buen uso y conservación de ellos.

Este apartado está constituido por una descripción de los aspectos prácticos realizados para la *Investigación de Campo* así como el diseño y desarrollo de los instrumentos para la recolección de la información.



figura. 4.1: Actividades y usos en la Plaza de L'Olivereta. Barcelona, España.

- 4.1 desarrollo de la investigación de campo
- 4.2. unidades de análisis y observación
- 4.3. técnicas e instrumentos utilizados
- 4.4. herramientas de análisis de resultados

4.1.

desarrollo de la investigación de campo

Aspectos Generales del Proceso

La revisión desarrollada en los apartados anteriores, ha permitido indagar desde una perspectiva teórica la posición del diseño y sus relaciones con las diferentes disciplinas que intervienen en el desarrollo de los *Objetos de Uso Público* y su participación en la configuración del espacio. Como contraparte de esta investigación se ha considerado relevante conocer la manera en que las soluciones otorgadas a los usuarios conectan con las necesidades y las reales aspiraciones de los ciudadanos.

En los últimos años la importancia de implicar los usuarios en el desarrollo de objetos se ha tornado un hecho relevante para el éxito de cualquier iniciativa [Vinyets, 2003a] y a este respecto los *Objetos de Uso Público* y el espacio público urbano no han quedado ajenos. [Pol, 1996; Vidal, 2002]. Sólo en Barcelona se han realizado varios estudios, algunos de los cuales se muestran a continuación:

1994	I Nosaltres què? El que els usuaris pensen dels elements urbans.
<p>Iñiguez, I., de la Madrid, C., Igartua A. y Vidal, T. Documents de Medi Ambient n° 13. Universidad de Barcelona. Barcelona, España.</p> <p>(ver documento completo en anexos c.)</p>	<p>Esta publicación presenta los resultados obtenidos por medio de un estudio valorativo sobre lo que los usuarios piensan de una selección de elementos urbanos de la ciudad de Barcelona. Su objetivo principal fue evaluar la adecuación de los elementos a las funciones previstas y el grado de satisfacción de los diferentes usuarios. Para la valoración de los usuarios se contó con una selección de los objetos más representativos del espacio urbano tales como, bancos, luminarias, fuentes, papeleras, vallas, etc. La actividad se llevó a cabo en el año 1993 dentro de la celebración de la primavera del diseño en Barcelona.</p>
1998	Pautes de Disseny III. Places de Barcelona.
<p>Montañola, J., 1998. Edición de la Universidad Politécnica de Cataluña. Barcelona, España.</p>	<p>Corresponde a un estudio piloto sobre los espacios públicos (plazas) de Barcelona. El autor propone un modelo de análisis para aplicar en los espacios públicos existentes basado en el reconocimiento de que las ciudades son de todos. Por esta razón, cualquier proyecto de diseño y/o transformación del espacio público debe hacerse luego de conocer aspectos históricos, culturales, políticos y sociales vinculados al lugar (pasado, presente y futuro). Así mismo, destaca la complejidad de analizar los espacios considerando la interacción entre arquitectura y sociedad, pero manifiesta que es un reto necesario. Para esto el modelo propuesto por el autor centra su atención en tres aspectos: uso actual del espacio y valoración de los usuarios, historia del espacio y su génesis y situación actual arquitectónica y urbanística.</p>
2005	La U Urbana des de la Percepció de L'usuari a El Llibre Blancs dels Carrers de Barcelona.
<p>Pol, E., Bonet, Ma. R., Duque, I, Di Masso, A. y Vidal, T. (2004). (ed. digital e impresa 2005). Ajuntament de Barcelona.</p> <p>(ver capítulo en anexos c.)</p>	<p>A través del análisis de los elementos urbanos y arquitectónicos que forman parte del espacio público urbano, el estudio pretende ofrecer pautas de actuación para intervenir de manera sistemática en las calles de Barcelona y en la implantación de los elementos urbanos. Como parte del trabajo se incorporó un estudio desde la Psicología ambiental (desarrollado por la Universidad de Barcelona) sobre la percepción del usuario respecto al mobiliario urbano disponible en la ciudad. La investigación se realizó a través de talleres con vecinos en cinco barrios que coincidieran con zonas de especial interés para el estudio (Ciutat Vella, L'Eixample, Poble Nou i Front Marítim, Nou Barris i Sarrià-Sant Gervasi).</p>

2007	Aceptación Social del Mobiliario Urbano como Servicio Público y Soporte Publicitario: Antecedentes, evolución e integración de las distintas concesiones municipales de 1986 a 2005 en Barcelona.
Jornet Jové, L., Tesis doctoral. Universitat Ramon Llull, Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna.	Por medio de una examen profundo y exhaustivo sobre la relación existente entre el mobiliario urbano y la publicidad a través de diversos frentes (normativo, social y cultural), la investigación busca ser un aporte al conocimiento centrado en la aceptación social y su integración urbana, postulando que un mejor conocimiento de estas relaciones favorece la elaboración de las estrategias y planificaciones de medios más adecuados para las marcas que se publicitan.

Es a partir de lo anterior que esta investigación ha buscado ser un aporte en la línea de las experiencias antes mencionadas, por medio de la realización de un estudio etnográfico: *observación de campo*, el cual busca evidenciar la importancia y necesidad que tiene para el diseño de *Objetos de Uso Público* la consideración e implicación de los usuarios en la resolución de problemas de habilitación del espacio público urbano. En este espacio el diseño, a pesar de todas sus complejidades, se ha desarrollado generalmente de manera autónoma e incluso soberana y tradicionalmente no ha tomado en cuenta al usuario.

El objetivo principal de este trabajo de observación ha sido revelar las prácticas de uso que realizan los diferentes colectivos de usuarios (jóvenes, adultos y mayores de ambos sexos) durante su estancia en plazas en la ciudad de Barcelona. A pesar de ser una mirada esencialmente de carácter cualitativo, se ha utilizado en algunos casos la estadística para identificar y dar a conocer ciertas preferencias manifiestas de los usuarios, sus expectativas y valoraciones.

Se propone aquí determinar cómo la calidad y los *Objetos de Uso Público* disponibles, los procesos de gestión involucrados en el desarrollo de ellos y la habilitación del espacio, influyen sobre el uso del lugar. Se busca igualmente identificar los sentimientos de pertenencia y referentes identitarios de los espacios públicos urbanos estudiados, dentro las capacidades disciplinares del diseño.

- **Los Objetivos de la Investigación de Campo**

Los objetivos de la investigación de campo son los siguientes:

generales de la investigación	específicos	actividades
Identificar y proponer mecanismos interpretativos y conceptuales para destacar la componente significativa y simbólica de los <i>OUP</i> , que es un factor determinante para la aceptación, uso y conservación de ellos, para lo que se mencionarán y analizarán algunas modalidades de participación ciudadana para el desarrollo de <i>OUP</i> .	<ul style="list-style-type: none"> › Estudiar de qué manera actúa el mobiliario urbano en el proceso de apropiación del espacio público urbano. › Identificar y analizar los roles de la forma a partir de la percepción que tienen los usuarios. 	<ul style="list-style-type: none"> › Identificación, descripción y análisis de las características físicas del espacio de uso cotidiano (plazas) según hábitos relacionados, tomando en cuenta aspectos étéreos, de género, territoriales y sociales. › Identificación, descripción y análisis de las prácticas cotidianas que realizan los usuarios en lugares de estas características.
Identificar, definir y evaluar principios para incorporar la participación activa de los usuarios en el proceso de diseño, para permitir que los beneficios de estos objetos sean apropiados más fácilmente por sus beneficiarios.	<ul style="list-style-type: none"> › Analizar diferentes modelos de gestión y desarrollo de <i>OUP</i>, con el fin de identificar como afectan estas diferencias en el proceso de aceptación y apropiación de los <i>OUP</i> de parte de ciudadanos/as (usuarios). 	<ul style="list-style-type: none"> › Análisis de las formas en qué el espacio habilitado responde a las experiencias de uso que realizan los ciudadanos, a partir de la observación y encuesta a los usuarios. › Identificación desde la información entregada por los usuarios, sobre sus intereses respecto a diferentes opciones de participación y/o inclusión en el desarrollo de los <i>OUP</i>.

- **El Contexto**

Para efectos de esta investigación se ha considerado relevante como criterio de decisión para la selección del lugar los factores analizados por Gehl, (2006). Este autor muestra como el contexto y la configuración física del espacio pueden influir sobre el carácter de las

actividades que se desarrollan en cada lugar (ver cuadro 3.20, p.200). Entiende que los diferentes espacios públicos urbanos donde ocurre esta conexión, ofrecen diferentes posibilidades de acuerdo a las características que les son propias, paseos, aceras, calles, plazas, parques, etc.

Respecto a la diversidad de tipos de espacios, se ha escogido trabajar con el espacio público definido como *plaza*. La plaza ha sido siempre el referente más importante de la vida colectiva. Una plaza sirve para que las personas puedan recrearse y descansar, pero a la vez para que las personas puedan compartir con otros, conversando, jugando o simplemente observando al otro. Desde el ágora griega y el foro romano, pasando por la Edad Media y el Renacimiento hasta nuestros días ocurre lo mismo. Lugar de contacto, de diálogo, de confrontación, a la vez de recreación, de descanso, de noticias. Corresponde al espacio más participativo de la ciudad, el de la participación espontánea, el de más rica vida comunitaria, el más representativo de la condición de ser social del hombre.

- **La Metodología**

La investigación de campo ha sido estructurada en dos partes generales. La primera dirigida a recabar información descriptiva, relacionada con los aspectos físicos e históricos del lugar (llamados aquí *aspectos no variables*), y la segunda, dirigida al conocimiento profundo de los usuarios, de sus percepciones, valoraciones y del uso que realizan de los entornos estudiados (que se llaman aquí *aspectos variables*).

- › ***aspectos no variables***: Historia y hechos relevantes asociados a la plaza, características físicas del lugar, emplazamiento, características de la habilitación del espacio, identificación de los elementos utilizados en sus habilitaciones y finalmente identificación y análisis de las experiencias de uso que se desarrollan en el lugar. (Ficha N° 1, Ficha N° 2 y Ficha N° 3 y como complemento Ficha N° 4)
- › ***aspectos variables***: desarrollo, implementación y pase de la encuesta a los usuarios. (Cuestionario)

Para el desarrollo práctico de la investigación de campo ha sido necesario realizar una serie de actividades y desarrollar previamente instrumentos de análisis y recogida de datos, los cuales se detallan a continuación en el cuadro nº 4.1:

» cuadro 4.1:
Proceso de desarrollo de la investigación de campo.
Elaboración propia.



Para la información contenida en las fichas y la aplicación del cuestionario, se trabajó a partir de la tarea encomendada a los alumnos del curso de *Apreciación del Producto y Estética* de la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC), otoño 2006 - 2007, Barcelona, España. Los estudiantes participaron activamente en el proceso de recogida y selección de información, con lo cual posteriormente como parte del curso y complementaria a esta investigación, realizaron propuestas de diseño y rediseño de *Objetos de Uso Público* que según los antecedentes recogidos supondrían mejoras en la habilitación y desarrollo de las experiencias para los usuarios en los lugares estudiados.

4.2.

unidades de análisis y de observación

La base para realizar las observaciones ha sido la relación de los usuarios con el espacio y su interacción con la plaza en su conjunto. Se ha buscado identificar los límites y posibilidades que la plaza les ofrece para el desarrollo de las actividades de esparcimiento, socialización y ocio (experiencias de uso). Es a partir de lo anterior, que los mismos usuarios se han constituido en informantes claves para el trabajo de investigación de campo, ya que han sido ellos los que han manifestado (de manera comportamental y explícita) su percepción respecto al espacio, la utilidad, las valoraciones de los elementos disponibles en su habilitación y las posibilidades de adecuar estos espacios y los *OUP* a sus demandas no satisfechas.

Por consiguiente, la unidad de análisis identificada para la realización del estudio han sido los espacios públicos conocidos como plazas, con acento en los elementos que la constituyen (*Objetos de Uso Público* y programas) y la unidad de observación han sido los usuarios presentes en las plazas durante las reiteradas visitas.

La Muestra

- **Lugares**

El trabajo de campo ha sido realizado en tres plazas de la ciudad de Barcelona. Las plaza Can Mantega, L'Olivereta y Sol de Baix, de las cuales las dos primeras corresponden a los distritos de Sants Montjuïc y la última al de Les Corts, ubicados en el límite sur y al oeste de ciudad respectivamente.

Para la selección de los lugares fue utilizado como instrumento guía el documento desarrollado por Proyecto Public Space (PPS) “*Ten Principles for Creating Successful Squares*” (diez principios para la creación de plazas exitosas). El interés de la aplicación de dicho instrumento guía ha sido identificar lugares que contasen con características similares y de esta forma poder realizar comparaciones en cuanto a la percepción y el uso de dichos espacios, entre los cuales se destacan las siguientes características: [Project for Public Space (PPS), en línea] (ver en anexos c.):

- › ***Intensidad de uso***, las actividades y funciones que ofrecen los lugares escogidos presentan un uso constante y diverso durante los diferentes periodos del día.
- › ***Diversidad de funciones (actividades y distribución)***, los tres lugares presentan características relevantes en este aspecto; son espacios que se encuentran equipados con una variedad de *Objetos de Uso Público*, capaces de responder a las diversas demandas, tales como charlar, botar basura, descansar, hacer deporte, etc.
- › ***Diversidad de usuarios***, debido a las características de las instalaciones y del entorno (oficinas, colegio y comercio), son utilizados por una diversidad de usuarios en cuanto a edad, actividad, género y nacionalidad.
- › ***Oferta variada de elementos (OUP)***, la multiplicidad de actividades que se realizan en ellos cuentan con una variada oferta de equipamientos para complementar las experiencias de uso en el lugar.

Adicionalmente, se tomó en cuenta su similitud morfológica en cuanto a dimensiones, forma, organización del espacio y actividades de borde referidas al entorno.

• **Usuarios**

La muestra consideró como universo para el estudio a los usuarios de las plazas, presentes en el lugar durante el trabajo de campo. Para el desarrollo del estudio se buscó obtener una muestra lo más semejante posible entre las tres plazas en cuanto número de encuestados, género y edad.

A continuación se presentan los datos relevantes que conforman la muestra de personas estudiadas:

Número	El número de personas que conformaron la muestra fue de 98, las cuales se distribuyeron entre las plazas de la siguiente manera:
	<ul style="list-style-type: none"> > Can Mantega (CM) 24 personas > Sol de Baix (SB) 36 personas > L'Olivereta (O) 38 personas
Edad	Fueron definidas tres categorías de usuarios respecto a su rango de edad para realizar el estudio: jóvenes, adultos y mayores. En la conformación de la muestra general de usuarios se decidió trabajar con una representación lo más homogénea posible de cada una las diferentes categorías de usuarios, así la representación en cuanto a la edad del total de la muestra fue:
	<ul style="list-style-type: none"> > Jóvenes (- a 22 años) 37 (CM=8; SB= 14; O=15) > Adultos (23 a 54 años) 31 (CM=8; SB= 10; O=13) > Mayores (55 a + años) 30 (CM=8; SB= 12; O=10) <p>Adicionalmente, es importante destacar que cada grupo etáreo se conformó de una gran variedad de usuarios dentro de su rango de edad, lo que permitió recolectar información de una gran gama de sujetos dentro de cada grupo (categoría).</p>
Género	En cuanto a la representación por género, la muestra fue homogénea con una representación de:
	<ul style="list-style-type: none"> > Hombres 50 > Mujeres 48

En resumen, trabajar con *plazas* similares y con estudio de usuarios según las características mencionadas, permitió realizar un análisis sobre el total de la muestra (agregativos) y posteriormente realizar comparaciones en los distintos lugares para constatar las diferencias y similitudes.

4.3.

técnicas e instrumentos utilizados

Las Técnicas

- **La Observación**

Se utilizaron cuatro técnicas de recolección de información: observación directa y documental, observación participante y observación mediante encuesta con representación de los espacios utilizados por los usuarios. [Sierra Bravo, 2003]. A través de ella fue posible describir tanto las características del espacio que utilizan los usuarios, como la forma en que lo hacen (usos y hábitos de consumo del lugar), las restricciones que dichos espacios imponen a los diferentes usuarios y las experiencias de uso.

Las técnicas de observación directa, documental y participante han sido utilizadas como un modo de acercamiento a los espacios “plazas” de uso cotidiano de los usuarios. Su objetivo principal ha sido recabar información *descriptiva* tanto de las características morfológicas, significativas y simbólicas del espacio de utilidad, como de la manera en que se consolida cada experiencia (usos y hábitos de consumo del lugar), asimismo un foco revelante para el desarrollo de esta investigación han sido las restricciones que dichos espacios imponen

a los diferentes usuarios y como estas restricciones condicionan las experiencias de uso que los usuarios experimentan en el lugar.

Los Instrumentos



- Las Fichas

Las fichas han servido como guía para la recogida de información no variable así como para la organización, jerarquización y presentación de la información obtenida durante la investigación de campo.

En el siguiente cuadro se especifican las utilidades de cada ficha utilizada, las cuales a su vez corresponden a una etapa específica del proceso de observación enmarcadas en los definidos anteriormente como **aspectos no variables** (ver cuadro 4.2):

» cuadro 4.2:

Utilidades y modelos de fichas empleados en las diferentes etapas del proceso (Matriz de fichas n°1, n°2, n°3 y n°4 disponibles en anexos a.)

Ficha N° 1	Parte descriptiva
	<p>En una primera etapa la pauta de observación identificada como <i>Ficha N° 1 Parte descriptiva</i>, se estructuró para definir las características del entorno, descripción de las características materiales y formales de los Objetos de Uso Público existentes en la habilitación del espacio plaza. Conjuntamente, se desarrolló un documento complementario como guía para la identificación y clasificación de los <i>OUP</i> (anexo a.) basado en el libro de Joseph Ma Serra, 2000.</p>
Ficha N° 2	Parte analítica
	<p>En una segunda etapa, <i>Ficha N° 2 Parte analítica</i>, se observaron las prácticas de uso que realizan las personas cotidianamente en el lugar, con la finalidad de identificar las dimensiones en que el espacio podía facilitar u obstaculizar el desarrollo de estas, en cuanto a su oferta de elementos y características del entorno disponible según lo propuesto por Cuni, s.f.</p> <ul style="list-style-type: none"> » <i>Ficha N° 2a</i> - Descripción y análisis de la experiencia. » <i>Ficha N° 2b</i> - Clasificación y registro de variables involucradas en la experiencia. » <i>Ficha N° 2c</i> - Registro gráfico de variables de la experiencia de uso.

Ficha N° 3



Parte experiencias y exploración formal de solución

En una tercera etapa, luego del análisis de las experiencias identificadas, se seleccionaron y evaluaron las experiencias que presentaban eventuales carencias o dificultades en cuanto a las necesidades de los usuarios de manera más evidente (*Ficha N° 3 Parte selección y propuestas*). Esta evaluación sirvió para contrastar posteriormente en el cuestionario si las demandas manifiestas de los usuarios concordaban con las percepciones del observante.

Ficha N° 4



Parte propuestas finales (complementaria a la investigación)

Finalmente en la ficha N°4 están contenidas las propuestas finales desarrolladas (por los alumnos), las cuales se complementan con una recreación de las mejoras implementadas por medio de el desarrollo de *Storyboards*⁸ de la experiencia.

- › Las propuestas buscan recoger y representar de manera básica los deseos de los usuarios y los posibles efectos sobre las experiencias.
- › No representan soluciones formales concluyentes, son más bien esbozos sobre lo que debería tenerse en cuenta para el desarrollo formal definitivo. (gráficamente).

- **La Fotografía**

La fotografía como instrumento de recogida de información y la elaboración de los modelos de análisis de experiencias de uso, se utilizó en el contexto de las visitas de observación como apoyo e insumo para el desarrollo de las fichas de registro y posterior análisis grafico de los hechos identificados.

En el registro visual de imágenes estáticas (fotografía) de la observación de las experiencias de uso se buscó dar cuenta, a través de los usuarios representativos de los casos observados, de la relación

⁸ *Storyboards*: son una serie de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo en este caso de servir de guía para entender como mejoraría la experiencia del usuario en el parque o plaza.

que establecen con la *plaza* que usan cotidianamente, ilustrando los objetivos de análisis y las observaciones abordadas en el proyecto de estudio.

- **La Encuesta**

- › **El cuestionario**

Respecto al cuestionario utilizado para el desarrollo de la investigación, cabe destacar que el desarrollo de este se ha basado principalmente en el cuestionario denominado “Calidad de Entornos Abiertos” (CEA), diseñado por el equipo WONT Prevención Psicosocial de la Universitat Jaume I y aplicado previamente para el “*Desarrollo de un modelo prospectivo de espacios urbanos y diseño adaptados a grupos de usuarios: lugares al aire libre para personas mayores*” (Proyecto: P1 1A2002-09, Investigadora principal: Marina Puyuelo Cazorla.). [Puyuelo, M., Gual, J. y Galvis, M., 2005]

Se escogió utilizar como base este cuestionario debido las ventajas que plantea Cea, Ma. (1996) sobre este proceder en trabajos con características similares y afines: [Cea, 1996]:

- › Permite replicar los hallazgos de estudios anteriores en una población distinta o en una fecha posterior.
- › Es posible estimar la fiabilidad de las respuestas, contrastándolas con las recogidas en estudios realizados con poblaciones y contextos similares.
- › Posibilita analizar la tendencia de los datos si se observan cambios en los resultados obtenidos con respecto a los estudios anteriores.

En su desarrollo se han incorporado aspectos relacionados a la evaluación de la apropiación del espacio y a las instancias y preferencias de participación, hechos importantes para el fin de esta investigación. (ver figura 4.2)

CUESTIONARIO

A. DATOS GENERALES

Nombre de la Plaza

Fecha de realización

1. Edad años 3. Profesión

2. Sexo Hombre Mujer 4. Nacionalidad

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CATALUÑA
curso de apreciación estética del producto

Piense en las zonas verdes y de espaciamiento disponibles para usted, como por ejemplo esta plaza y conteste a las siguientes cuestiones según la siguiente escala:

1 Pocas	2 Algunas	3 Muchas
-------------------	---------------------	--------------------

5. En mi barrio las zonas verdes y de espaciamiento (plazas o parques) son 1 2 3

6. En la ciudad de Barcelona las zonas verdes y de espaciamiento (parques o plazas) son 1 2 3

7. Cuanto tiempo le cuesta llegar a la plaza (minutos) - 5 +/- 10 + 10

8. Desde cuando viene a este parque? Días Meses Años

9. Con que frecuencia viene a la Plaza (señale con una X)

- Un par de veces al año
- Una vez al mes
- Un par de veces al mes
- Una vez a la semana
- Un par de veces a la semana
- Un vez al día
- Un par de veces al día

10. Suele visitar la Plaza a la misma hora: Sí No

11. Cuando viene a la Plaza

- Por la mañana
- Por la tarde
- Por la mañana o por la tarde
- Por la mañana y por la tarde

12. Cuanto tiempo suele estar usted en la Plaza

- Menos de una hora
- Entre una hora y dos horas
- Toda la mañana / tarde

» figura 4.2:
Modelo de la encuesta utilizada, disponible en anexo b.

El cuestionario corresponde al tipo estructurado y ha contemplado preguntas cerradas y abiertas las cuales se han agrupado en 6 apartados según objetivos planteados, los cuales se detallan en el siguiente cuadro (ver cuadro 4.3):

» **cuadro 4.3:**

Estructura del cuestionario, variables por apartado y tipo de preguntas según objetivos.

A. datos generales / perfil de usuario		variables	según finalidad	según formato
objetivo general:	Identificar el grado de vecindad de los usuarios.			
objetivos específicos	Construir un perfil general de usuario, con una clasificación por rangos de edad a partir de las características comunes de cada grupo de personas usuarias de la plaza. (niños, jóvenes, adultos y mayores)	<ul style="list-style-type: none"> › Edad › Sexo › Nacionalidad › Profesión o Actividad › Vecindad 	<ul style="list-style-type: none"> Descriptiva Descriptiva Descriptiva Descriptiva Valorativa 	<ul style="list-style-type: none"> Razón Nominal / Dicotómicas No estructurada No estructurada De Escala / Likert
	Identificar si la distancia física reflejada en el tiempo percibido del trayecto es una determinante para definir a los principales usuarios del lugar.			
	Identificar si las personas que hacen uso de la plaza durante el pase del cuestionario representan a los usuarios asiduos a la plaza. Adicionalmente establecer si la antigüedad en el uso influye sobre el interés (implicancia) de los acontecimientos vinculados al lugar.	<ul style="list-style-type: none"> › Antigüedad en el uso 	<ul style="list-style-type: none"> Valorativa 	<ul style="list-style-type: none"> De Escala / Likert
	Conocer los hábitos de los usuarios en cuanto al uso del lugar y conocer si los factores de edad, sexo, actividad o distancia influyen sobre la frecuencia.	<ul style="list-style-type: none"> › Frecuencia de uso 	<ul style="list-style-type: none"> Valorativa 	<ul style="list-style-type: none"> De Escala / Likert
	Los tiempos de permanencia en el lugar con la finalidad de conocer los hábitos de los usuarios y establecer periodos de mayor uso (consumo)	<ul style="list-style-type: none"> › Duración de la estancia 	<ul style="list-style-type: none"> Valorativa 	<ul style="list-style-type: none"> De Escala / Likert
	Identificar las relaciones sociales que se propician con la concurrencia al lugar, además de conocer las actividades preferentes de los usuarios durante su permanencia.	<ul style="list-style-type: none"> › Conducta social en la plaza 	<ul style="list-style-type: none"> Descriptiva Descriptiva 	<ul style="list-style-type: none"> Nominal / Dicotómicas No estructurada

B. calidad de la plaza			
	objetivo general: Identificar y analizar los hechos y elementos del entorno que influyen sobre la valoración de la calidad de la estancia a partir del análisis del entorno físico disponible en cuanto a la oferta de actividades y elementos presentes en las plazas para los diferentes tipos de usuarios.		
	objetivos específicos Identificar y analizar las características del contexto -hechos y elementos- que influyen en la percepción y valoración de calidad en las plazas. Conocer las preferencias y frecuencias de usos de los elementos de mobiliario urbano e instalaciones disponibles.	variables › Valoración general de la plaza › Frecuencia de uso de los elementos e instalaciones disponibles › Valoración de la calidad de los elementos, servicios e instalaciones	según finalidad Descriptiva Valorativa Valorativa según formato No estructurada De Escala / Likert De Escala / Likert
	Conocer por parte de los usuarios la valoración de la calidad de los elementos en relación a sus aspectos operativos, perceptivos y significativos.		Valorativa De Escala / Likert
C. valoración subjetiva de la plaza (*)			
	objetivo general: Identificar, analizar y caracterizar las impresiones que la plaza produce en el usuario.		
	objetivos específicos Conocer el valor significativo que el espacio público "plaza" tiene para cada uno de los usuarios.	variables › Apreciación estética › Pertenencia › Familiaridad › Pertinencia	según finalidad Valorativa según formato De Escala / Diferencial Semántico

D. emociones y significados con la plaza			
objetivos generales:	variables	según finalidad	según formato
Evaluar el significado que tienen los hechos atinentes al lugar a partir del sentimiento de propiedad que provoca el estar en ella y frecuentarla, dentro de la categoría social barrio-vecinos.			
objetivos específicos			
Conocer si el lugar "plaza" constituye un elemento representativo de la categoría social Barrio- Vecinos	› Significado del lugar	Valorativa	De Escala / Likert
Conocer el grado de propiedad con que los usuarios valoran el lugar.	› Sentido de propiedad	Valorativa	De Escala / Likert
Conocer la importancia que le otorgan los usuarios a los hechos que puedan afectar a la plaza.	› Sentido de pertenencia	Valorativa	De Escala / Likert
Conocer si los usuarios se sienten parte importante en las decisiones que se tomen respecto a la plaza.	› Sentido de pertinencia	Valorativa	De Escala / Likert
E. lealtad a la plaza			
objetivos generales:	variables	según finalidad	según formato
Evaluar la calidad percibida de la plaza por los usuarios a partir de la lealtad en el uso y difusión del mismo.			
objetivos específicos			
Conocer el grado de lealtad que los usuarios sienten hacia el lugar.	› Lealtad y estima (apego) hacia el lugar	Valorativa	De Escala / Likert

F. participación y apropiación				
	objetivos específicos	variables	según finalidad	según formato
	objetivo general: Evaluar y jerarquizar las preferencias de los usuarios frente a su rol participativo en el desarrollo de proyectos de mejora vinculados al lugar.			
	Conocer la disposición a participar en proyectos vinculados al lugar.	<ul style="list-style-type: none"> › Disposición a participar 	Descriptiva	Nominal / Dicotómicas
	Identificar etapas del proyecto preferentes para la participación.	<ul style="list-style-type: none"> › Preferencias sobre temporalidad tipos de participación 	Descriptiva	Nominal / Catorciales
	Identificar periodos de inclusión de los usuarios en posibles proyectos participativos futuros.			
	Conocer la valoración que los usuarios hacen sobre los posibles aportes que se pueden generar con su participación en proyectos similares.	<ul style="list-style-type: none"> › Aspectos simbólicos sobre la participación 	Descriptiva	Nominal / Dicotómicas
	Conocer los argumentos que los usuarios declaran sobre su inclusión en proyectos similares.	<ul style="list-style-type: none"> › Expectativas sobre los resultados 	Descriptiva	No estructurada

(*) Diferencial Semántico

El *diferencial semántico* (DS) creado por Osgood et. al. en 1957 (*The measurement of meaning*), es una técnica que permite medir objetivamente el significado psicológico que para un sujeto tienen ciertos acontecimientos, hechos, objetos o personas. [UÑA, O et al., 2004]

La técnica se basa en el estudio de las actitudes por medio del lenguaje, esencialmente en el significado connotativo (semántico), entendido como el significado que cada persona tiene de una cosa, hecho o persona. La valoración por parte de los encuestados se realiza a través de una serie de adjetivos (opuestos) previamente definidos sobre los cuales el encuestado debe definir su posición entre cada par de adjetivos presentados.

“El proceso de calificación se puede definir como la posición que ocupa un concepto dentro de un continuo bipolar en función de nuestra experiencia”. [UÑA, O. et al, 2004:387]

Para la construcción de la escala del Diferencial Semántico (DS) se consideró el concepto “plaza” (ver cuadro 4.4) con la finalidad de conocer el significado que los usuarios le atribuían al lugar y para la construcción de la valoración fueron utilizados 6 pares de adjetivos opuestos, seleccionados previamente de la “*lista de adjetivos de cualidades afectivas*” presentada por José Antonio Corraliza en 1987 en su libro “*La Experiencia del Ambiente*”. [Corraliza, 1987:151]

C. VALORACIÓN SUBJETIVA DE LA PLAZA

Pasamos ahora analizar la impresión que en usted produce la Plaza en general y lo que usted siente cuando está en este espacio.

46. Le proponemos una serie de adjetivos que podrían calificar la Plaza. Usted debe contestar teniendo en cuenta la impresión que le produce la plaza en su conjunto. Los adjetivos son contrarios pero usted puede opinar en una escala gradual.

Bonita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Fea
Segura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Insegura
Agradable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Desagradable
Pertenciente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ajena
Personal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Impersonal
Familiar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Extraña
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	1	2	3	4	5	6	7	

» cuadro 4.4:
Parte del cuestionario destinada al Diferencial Semántico. Elaboración propia.

La escala constituida por 7 casillas representa:

- › 1 a 3 **valoraciones positivas**, siendo 1 el punto de mayor intensidad positiva
- › 4 representa una valoración **neutra** para los adjetivos propuestos.
- › 5 a 7 **valoraciones negativas**, siendo 7 el punto de mayor intensidad negativa

Durante el pase de la encuesta se solicitó a los usuarios que situaran su posición en las escalas descriptivas de adjetivos bipolares; la posición del usuario quedó entonces determinada por su proximidad o lejanía al adjetivo que se encuentra al extremo de la escala y definida por tanto en **dirección** e **intensidad**.

› **Aplicación del cuestionario**

La recogida de datos por medio del pase del cuestionario se realizó con encuestadores que fueron capacitados inicialmente sobre los procedimientos de aplicación, contenidos y objetivos que se perseguían.

La aplicación del cuestionario en los diferentes lugares (plazas) se llevó a cabo durante la primera quincena del mes de noviembre de 2006; su realización tuvo efecto en diferentes periodos del día (mañana y tarde) con la finalidad de lograr una representación más completa de usos y usuarios en las diferentes franjas horarias.

› **Diseño del cuestionario**

Para el diseño del cuestionario, se utilizó el programa computacional Adobe Live Cycle Design (versión 7.0), el cual permite que el encuestador visualice y rellene el cuestionario durante el proceso de la encuesta (en terreno) o posteriormente directamente en el ordenador, mediante el programa Acrobat Reader (versión 6.0 o superior). El uso de esta tecnología presenta ciertos requerimientos y ventajas principales:

Para el tratamiento de los datos, el cuestionario cuenta con un cuadro de diálogo donde se indica la opción de enviar datos por correo o a otros programas. Cuando el encuestador utiliza esta opción, se crea un fichero del tipo XML10, el cual puede ser leído e interpretado por programas como el SPSS y Microsoft Excel, los cuales fueron utilizados para el análisis estadístico de los datos.

4.4.

herramientas de análisis de resultados

Para el análisis de datos se utilizaron dos programas estadísticos el SPSS y XLSTAT

› SPSS

El *Statistical Package for the Social Sciences* (versión SPSS 15, 2006), es un programa estadístico informático muy usado en las ciencias sociales y las empresas de investigación de mercado.

A través de este programa se realizaron análisis de frecuencias para cada ítem, cruces de datos por grupo etáreos, por género y lugar.

Adicionalmente se trabajó con el programa XLSTAT para complementar en algunos aspectos de representación de los resultados obtenidos.

› XLSTAT

XLSTAT basa su funcionamiento en Microsoft Excel para la introducción de datos y publicación de los resultados.

› **XLSTAT-PRO**

XLSTAT-Pro es el producto principal, el cual permite por medio de Excel hacer análisis de datos y modelización. XLSTAT-Pro ofrece funciones que cubren el conjunto de las necesidades clásicas del análisis de datos y estadística.

› **XLSTAT-MX**

XLSTAT-MX es un módulo principalmente destinado a los usuarios de XLSTAT-Pro implicados en los estudios de marketing y al análisis del comportamiento de los consumidores. Sin embargo, puede ser utilizado en otros campos ya que las problemáticas se formulan de manera similar, particularmente en sociología, etología o ecología.

Su utilidad para la investigación realizada ha estado centrada principalmente en el tratamiento del *Diferencial Semántico*, más concretamente en el análisis y representación gráfica de los resultados.

