

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

Capítulo 5: Análisis de resultados

Prácticas de uso y percepción de los usuarios sobre los *Objetos de Uso Público*

Parece un error pensar que la concepción de objetos artificiales en general y en particular de los *OUP* pueda leerse de manera aislada de la realidad social donde se insertan. Sus efectos sobre las personas que los utilizan e interactúan cotidianamente conllevan dificultades inherentes a esta relación.

Las dos perspectivas enunciadas al inicio de este trabajo -el *reconocimiento* de las características distintivas de los objetos y la *interpretación de las necesidades y aspiraciones* de los usuarios- ponen en evidencia las dificultades que comporta para la disciplina del diseño los *Objetos de Uso Público*, el análisis de las interacciones y sus efectos sobre su utilidad y uso.

“... lo externo, lo material digamos de las acciones y los acontecimientos sociales, lo que aparece al observador, no es siempre lo más importante en los mismos, desde el punto de vista científico. Por debajo de ellos laten frecuentemente intereses, ideologías y actitudes de los sujetos sociales que intervienen en ello. Estos aspectos son a veces los verdaderamente importantes para la investigación social, pero por su carácter íntimo e inmaterial, no se pueden observar ni tampoco medir y cuantificar directamente”. [Sierra Bravo, 2003:28]

El siguiente apartado expone el análisis y los resultados obtenidos tras los diferentes medios de recogida de información desde las diferentes aproximaciones al objeto de estudio (cualitativa y cuantitativa).



figura 5.1: Experiencias de usos en los Jardines de Luxemburgo. París, Francia 2006.

**5.1 consideraciones generales
del análisis**

**5.2. resultados de aspectos no
variables**

**5.3. resultados de aspectos
variables**

5.1.

consideraciones generales del análisis

En una primera instancia este apartado presenta los resultados obtenidos del análisis realizado por medio de la observación directa, documental y participante (aspectos no variables).

Los **aspectos no variables** buscan formar una base preliminar sobre aspectos descriptivos de cada uno de los lugares estudiados. En este sentido, para sintetizar los resultados, se exponen las características más relevantes de cada plaza, poniendo énfasis en los puntos previamente establecidos:

- › descripción del entorno, características formales, materiales y funcionales de los elementos involucrados en la habilitación del espacio. (Ficha N°1)
- › análisis de las prácticas de uso, identificación de variables involucradas en las experiencias según modelo AEIOU. (Ficha N°2)
- › selección y evaluación de experiencias significativas. (ver Ficha N°3)
- › exploración formal y propuestas de mejora. (ver Ficha N°4)

Seguido de lo anterior se presentan los resultados obtenidos del pase de la encuesta (aspectos variables), los cuales arrojan datos relevantes en cuanto a:

- › perfil de los usuarios
- › calidad de la plaza
- › valoración subjetiva
- › emociones y significados
- › lealtad
- › participación y apropiación

La información recogida en las fichas se presenta de manera parcial; sólo han sido extraídos los aspectos más relevantes para permitir ilustrar de mejor manera las observaciones registradas. En lo que respecta a las encuestas, se exponen los resultados obtenidos; en ambos casos el total de los instrumentos utilizados y cumplimentados se encuentran disponibles en los anexos, conjuntamente con el análisis estadístico de las encuestas.

5.2.

resultados de aspectos no variables

Ficha N°1 | Parte descriptiva

Observaciones Generales

En general, las tres plazas presentan una intensidad de uso significativo, lo cual fundamenta la necesidad de su existencia como lugar de reunión y esparcimiento para los vecinos.

Las actividades que son posibles de observar no difieren sustancialmente entre un lugar y otro.

Respecto a su densidad, las plazas tienen periodos de la semana (fines de semana) y del día (media mañana y media tarde) donde se observa una mayor densidad de usuarios, en especial, L'Olivereta es la que más destaca en estos aspectos.

Las características de la oferta de programas, zonas y elementos urbanos son bastante similares, pero el estado de conservación y mantenimiento reflejado es muy distinto en lugar y otro.

En cuanto a los usuarios de las plazas es posible mencionar que son de edades muy variadas, lo cual influye significativamente en los periodos del día en que son frecuentadas, los lugares o zonas utilizados como también en las actividades que se llevan cabo. L'Olivereta muestra usuarios de nacionalidad variada, situación que no se evidencia tan claramente en las otras dos plazas.

La morfología de las tres plazas posee similitudes en cuanto a zonas y actividades que ofrecen a sus usuarios, pero difieren en la organización y distribución de ellas. En todas ellas es posible identificar la zona de niños pequeños como el lugar más neurálgico, pero Can Mantega y L'Olivereta se desarrollan linealmente a diferencia de lo que ocurre en Sol de Baix donde todo ocurre de manera radial a este lugar.

También resultan muy significativas las actividades extraordinarias que se realizan en las plazas en distintas épocas del año, esto da una idea de lo que estos sitios representan para usuarios y los vecinos.

Observaciones Específicas

- **Can Mantega**

Can Mantega cuenta con una amplitud de espacios y zonas verdes, que escasean en sus alrededores. Es un espacio para llevar a cabo una serie de actividades que se hacen difíciles en otros sitios llenos de coches y calles estrechas.

El lugar ofrece a sus vecinos y usuarios una variedad de equipamientos y zonas claramente definidas. En cuanto al entorno de la plaza, el hecho de tener muy cerca varios colegios y un lugar de reunión para los abuelos (casal) hace de ella un lugar en el que se suelen reunir personas de distintas edades las cuales acuden a realizar diversas actividades. Ejemplo de lo anterior son:

- › Abundante vegetación con que cuenta en algunos de los espacios de permanencia, equipados con bancos que facilitan las actividades de lectura y conversación.
- › Pistas de Petanca destinadas principalmente a la recreación de los mayores.

- › Zonas definidas para perros lo cual les permite a los dueños y demás usuarios convivir simultáneamente en la plaza respetando las diferencias.

Destacan también la gran cantidad de elementos de mobiliario urbano, principalmente bancos y papeleras.

- **Sol de Baix**

Dentro de los elementos más destacados de Sol de Baix aparece la zona pavimentada y vallada con rejas altas ubicada en el fondo de la plaza, la cual permite realizar diversos juegos de pelota con seguridad.

La clara definición de accesos y la ubicación de zonas permite que las diversas actividades se desarrollen simultáneamente sin interferir unas con otras, es decir, juegos como el fútbol que se llevan acabo en la zona pavimentada y vallada (alta) no presentan riesgo para los más pequeños los cuales se ubican en la zona anterior separados por árboles, distancia y cerco, así mismo los transeúntes pueden ubicarse en los accesos de la plaza (zona cimentada de bancos dobles) sin necesidad de adentrarse a los lugares de mayor actividad y ruido.

- **L'Olivereta**

A su alrededor existen actividades complementarias como restaurantes, bares y cafeterías, oficinas y escuelas, actividades que hacen que la gente acuda a la plaza a diferentes horas del día. Lo último conlleva a que los niños al salir de la escuela acudan a la plaza en compañía de sus padres o solos, hecho que hace pensar en L'Olivereta como un lugar seguro por las tardes.

El estado de la plaza es un punto pendiente, si bien cuenta con un gran número del mobiliario este se presenta falto de mantenimiento.

L'Olivereta cuenta con pocos espacios verdes y árboles, escenario que genera que en el verano haya mucho calor y su uso quede limitado a ciertos periodos del día.

FICHA N°1. PARTE DESCRIPTIVA

DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DE LA EXPERIENCIA

Nombre del Lugar

Plaza de Can Mantega

Ciudad

Barcelona

Distrito

Sants-Montjuic

Barrio

Sants

Situación de la Plaza

La plaza de Can Mantega está situada en el barrio de Sants, fue construida a mediados del siglo XX y debe su nombre al de una antigua masía agrícola del lugar. Actualmente representa un lugar de acogida y reunión para todos los vecinos. A lo largo de los años se le han ido haciendo remodelaciones, como la introducción de nuevos columpios, zonas delimitadas para niños y perros.

La plaza cuenta con diversas áreas bien diferenciadas entre sí: Área de columpios para niños; área de juegos infantiles delimitada con valla de madera, donde los padres pueden dejar a los niños más pequeños jugando; zona de ping-pong para diversión de adolescentes y adultos; zona de petanca, utilizada sobre todo por personas de la tercera edad, zona de pista para patinar y pipican, zona delimitada para perros.

En Can Mantega, también se encuentra a la disposición de los usuarios un gran número de bancos y fuentes, rodeados de árboles que proporcionan sombra. También podemos encontrar en sus alrededores un kiosco para comprar la prensa, cabina telefónica, una iglesia y diferentes establecimientos comerciales. Además, destacar la incorporación de la fuente-monumento denominada "fuente del niño", la cual fue construida en el año 1880 y trasladada posteriormente a Can Mantega para embellecer sus jardines.

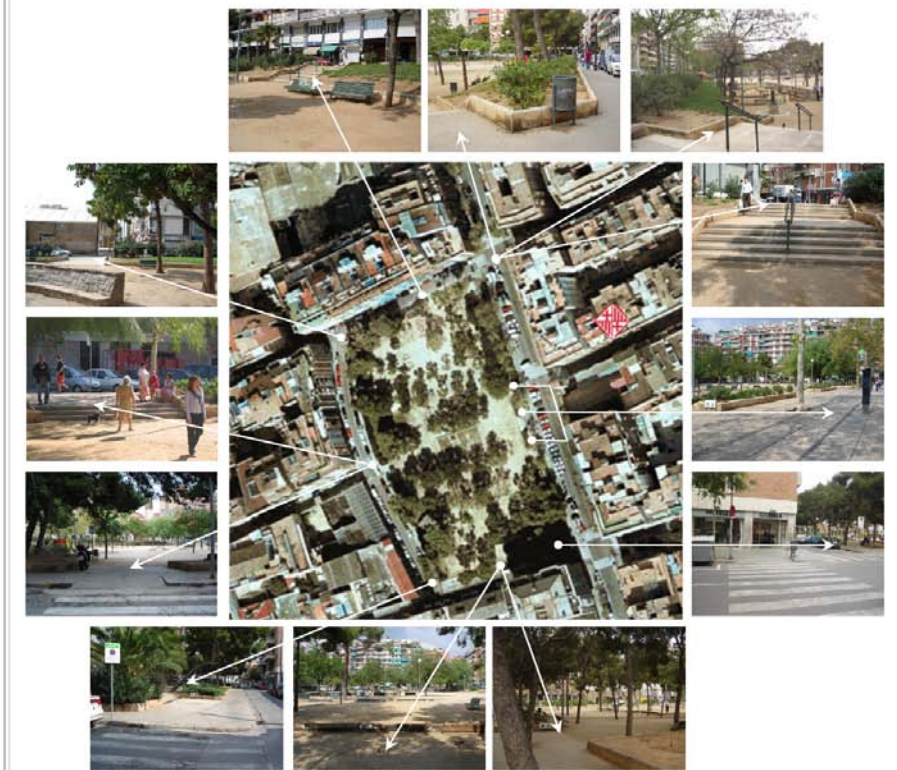
**Delimitación vías y accesos**

Can Mantega se encuentra delimitada por: Violant d'Hongria, Carrer Joan Güell, Carrer de Roses y Torrent de Perales. Todas ellas son calles de circulación de vehículos, pero con poco tránsito a excepción de Joan Güell, que es un poco más transitada.

Vista de pájaro

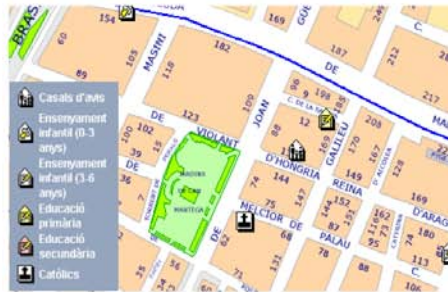


La plaza dispone de un total de diez accesos, uno en cada esquina y otro acceso central en cada calle, excepto en Joan Güell que hay tres accesos centrales (en la imagen se puede apreciar).



Emplazamiento

En el entorno cercano a la plaza se pueden encontrar diferentes establecimientos comerciales, así como una iglesia, además de los portales a las viviendas. En un entorno más alejado, podemos encontrar un casal de la tercera edad, dos escuelas de educación primaria, así como un instituto de secundaria algo más alejado.



Características significativas de la Plaza


La plaza de Can Mantega representa un lugar muy amplio, con bastantes áreas bien diferenciadas para poder realizar diversas actividades, representando una superficie total de unos 12000m².

En casi toda la plaza la superficie es de arena, sin embargo, hay diversas áreas que presentan suelos diferentes, como por ejemplo la pista para patinar que esta hecha de cemento, las áreas de la pistas de petanca, donde el suelo es de una arena fina, propicia para jugar a la petanca, la aceras adyacentes que están hechas de piedra o cemento o las áreas verdes que rodean la plaza que presentan arbustos

Una prueba de que esta plaza es un centro de reunión para muchos vecinos del barrio, es que en la plaza se realizan diversas actividades extraordinarias. Entre ellas se pueden destacar por ejemplo:

- > La cabalgata de reyes del barrio de Sants siempre acaba en la plaza.
- > Este año (2006), año del comercio, los comercios salieron como cada año a la calle y en la plaza se hicieron diversas actividades para acompañar la fiesta.
- > La Casa de Granada de Barcelona celebra en la plaza las fiestas patronales de Jerez del Marquesado.
- > Hay un club de petanca que participa en ligas oficiales.
- > El domingo de ramos se realiza la misa en la plaza.

Otras características significativas con respecto a la plaza es que se construirá un área de juegos accesibles para discapacitados. La plaza de Can Mantega ha sido uno de los diez lugares escogidos de Barcelona en los que se implantará este tipo de áreas. También la plaza cuenta con una estación de muestreo del control ambiental del aire.

FICHA Nº1. PARTE DESCRIPTIVA		
DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DE LA EXPERIENCIA		
Nombre del Lugar		
Plaça del Sol de Baix		
Ciudad	Distrito	Barrio
Barcelona	Les Corts	Les Corts
Situación de la Plaza		
<p>La plaza Sol de Baix está ubicada en el barrio de Les Corts, cuenta con una gran extensión de terreno, en el cual se distribuyen diversos espacios adaptados para realizar diferentes actividades de esparcimiento, recreación y lúdicas.</p> <p>Dentro de las zonas con que cuenta la plaza es posible destacar: área vallada de juegos infantiles, áreas verdes compuesta de césped y abundante vegetación (árboles) que definen el perímetro de la zona de niños y que dan sombra a los bancos ubicados de igual forma, área para el juego de ping pong, una gran extensión cementada y protegida para la realización de actividades como patinaje, fútbol, bicicleta, etc.</p> <p>En cuanto a su equipamiento destacan los dos tipos de bancos disponibles, los cuales diferencian zonas y actividades:</p> <ul style="list-style-type: none">› alrededor de la zona de juegos infantiles están dispuestos los clásicos bancos de listones de madera. Debido a su disposición es posible establecer que su uso principal está destinado a la vigilancia de los niños en la zona vallada.› en la zona cementada de acceso se encuentran bancos de diseño más contemporáneo, los cuales permiten ser usados por ambos lados, alineados y no se visualiza ninguna relación particular con el entorno.		
		

Delimitación vías y accesos

La plaza esta situada en el barrio de Les Corts entre las calles Figols, Gerard Piera, Lluça y la Gran Vía de Carlos III.

Vista de pájaro



Sol de Baix posee sólo dos accesos claramente definidos, ubicados en los vértices que dan hacia la calle Figols. Producto de su morfología y ubicación presenta varios desniveles dificultando su acceso por cualquier lado. Los límites definidos por la zona pavimentada se encuentran cercados para permitir los juegos de pelota con seguridad.



Emplazamiento

En cuanto al entorno cabe destacar que la plaza se emplaza en un lugar tranquilo, rodeada de calles de tráfico rodado de baja velocidad. Las construcciones que la circundan están destinadas principalmente a la vivienda y como tal los servicios cercanos son de pequeña envergadura.

Dentro de los servicios disponibles destaca un colegio ubicado en uno de los límites de la plaza, el cual utiliza a la plaza como patio para sus actividades de esparcimiento.



Características significativas de la Plaza

En los años 70' algunos de los usos que había tenido el lugar iban desde basurero público hasta mingitorio para perros. Hasta mediados de los 80', Sol de Baix era un solar en el límite de Sants - Les Corts, junto al cruce del Cinturón de Ronda y la Travessera de les Corts el cual había sido desaprovechado por sucesivas administraciones municipales. (El País, 1983).

Hacia 1983 estaba constituido por una zona deportiva improvisada a partir de cuatro porterías.

Actualmente en la plaza se realizan varias actividades programadas para las fiestas de Les Corts, debido a su céntrica ubicación y grandes dimensiones la cual permite albergar a muchas personas a la vez.

FICHA N°1. PARTE DESCRIPTIVA

DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DE LA EXPERIENCIA

Nombre del Lugar

PLAZA L'Olivereta

Ciudad

Barcelona

Distrito

Sants-Montjuic

Barrio

Badal

Situación de la Plaza

La plaza L'Olivereta se encuentra ubicada cercana al límite entre la ciudad de Barcelona y la ciudad de L'Hospitalet (barrio de Badal distrito de Sants-Montjuic).

Producto de su historia y ubicación geográfica, L'Olivereta es centro de reunión de diferentes colectivos entre los cuales destacan la gran afluencia de inmigrantes latinoamericanos y marroquies, así como los españoles inmigrantes venidos del sur de España.



Vistas desde el interior



Emplazamiento

L'Olivereta cuenta con una plaza de parking privado subterráneo en su interior el cual posee bastante flujo de vehículos (entrada y salida) significando un punto de atención para adultos y niños que acuden al lugar.

Las calles circundantes a la plaza se encuentran estrechas llenas de autos aparcados, además de contar con una gran variedad de comercios en la línea del zócalo de su perímetro:

- > Por Canalejas es posible identificar algunos como venta de toldos para vivienda, un estudio fotográfico, una oficina de propiedades (Tecnocasa), pequeño mercado (Candi-fruits), cafetería (Cru Sants), etc.
- > Por Carreras i Candi una pequeña librería y juguetería (Disney), un bar, una carnicería, sucursal bancaria (La Caixa), etc.
- > Por Bacardi un restaurante, bar y cafetería
- > Por la calle Sugranyes se encuentra el ubicado el Club Deportivo Mediterráneo, el cual cuenta con una gran oferta de actividades pagadas durante todo el año (piscina temperada, natación para los colegios, gimnasia para adultos, clases de buceo, etc.)

Espacios públicos de uso privado o restringido: Terraza (3) instaladas al interior de la plaza y el parking.



Vistas del lugar.

Características significativas de la Plaza

Respecto a su nombre no hay mucha claridad. Algunos vecinos, lo más antiguos, dicen que el origen es producto de un gran y antiguo Olivo que había en el terreno.

La plaza aún conserva la chimenea de la antigua fábrica que funcionaba en el lugar; en el barrio persisten varias chimeneas como ésta, que constituyen un recuerdo de las fábricas textiles que había en abundancia y que eran conocidos como "vapors".

Debido a su cercanía al colegio de educación infantil, primaria y secundaria Lluís Vives (CEIP), la plaza L'Olivereta es un punto importante y de uso frecuente de escolares al medio día y por las tardes durante la semana.

Dentro de las características más relevantes de la plaza está la convivencia simultánea de diversos grupos etáreos. Las personas que frecuentan la plaza son usuarios habituales, que vienen generalmente en grupos (familiares o amigos).

L'Olivereta representa un lugar de reunión y celebración, en ella año a año los vecinos se reúnen a celebrar San Joan fecha en la cual niños y adultos lanzan fuegos artificiales. Hasta el año 2003, la plaza fue lugar de celebración para la fiesta mayor de Barcelona.

Circulación y usos de la plaza

Vialidades amplias, libremente definidas por los usuarios, existen zonas de usos específicos pero a su vez grandes espacios de uso libre y diverso.

Zonas - usuarios y Vías circulación



- | | | |
|----------------------|------------------------------|------------------------|
| Mayor uso de niños | Mayor uso de mayores | Circulación principal |
| Mayor uso de jóvenes | Terrazas de bares, uso mixto | Circulación secundaria |
| | | Flujos bares y mercad |

Ficha N°2 | Parte analítica

Observaciones Generales

Uno de los elementos centrales de este punto es el análisis de las dimensiones en que el espacio facilita u obstaculiza el desarrollo de las actividades que se llevan a cabo en cada una de las plazas. Lo anterior puede observarse por medio de la oferta de elementos y características del entorno disponible, el diseño y la funcionalidad de los objetos que se utilizan o intervienen en la realización de cada experiencia. (ver modelo AEIOU p. 171)

Son muchas las variables que influyen en la realización de cualquier experiencia por simple que esta sea, existen muchas interacciones entre el sujeto que la realiza y el entorno que lo rodea; por ejemplo, al observar la experiencia de los niños jugando en la plaza, las variables que hacen que la experiencia en sí tenga lugar pueden ir desde el recinto, el suelo (en este caso tierra), la construcción que hay instalada para que jueguen, los otros niños que están jugando en el mismo espacio, los otros padres que acompañan a sus niños, hasta la cercanía de la plaza con el lugar de origen.

Otro factor relevante de influencia detectado es el momento del día en que se realiza la experiencia, ya que, por ejemplo, el hecho de ir a la plaza a tomar el sol en un banco no se puede realizar en todo momento del día. Lo mismo ocurre si las condiciones que ofrece el espacio no son las adecuadas para realizarla; ir a la plaza en la noche no será una experiencia viable si las condiciones de seguridad e iluminación no son las apropiadas.

Durante el trabajo de campo ha sido posible identificar gran cantidad y variedad de experiencias, muchas de las cuales son comunes a la mayoría de las plazas, cabe destacar que este mismo hecho no basta para que una experiencia se desarrolle análogamente en todos los lugares, ya que como se ha mencionado anteriormente las características del entorno pueden ser un factor relevante para promover, inhibir o hacer que el desarrollo de cada una de ellas se diferencie de un lugar a otro.

Inicialmente los diferentes colectivos se reúnen y se adaptan a las condiciones que el espacio y las instalaciones les ofrecen. Las

experiencias puede darse de manera pura o estar asociada a otras, como por ejemplo: vigilar a los niños, comer un bocadillo luego de la salida del colegio o leer un libro mientras se toma el sol.

La experiencia de conversar en grupo es una de las actividades más características de las plazas en general. Habitualmente las personas acuden a la plaza en grupos (amigos o familiares), aunque en muchos de los casos la conversación se da de manera espontánea, producto de la cotidianidad con que los usuarios frecuentan el lugar.

En cuanto a los elementos disponibles, destacan los bancos como los objetos de mayor demanda y utilidad, sus características formales, cantidad y distribución influyen considerablemente sobre la mayoría de las experiencias que se viven en la plaza: reunirse, esperar, observar, leer, permanecer no se desarrollarían de igual manera si estos objetos no estuvieran disponibles y no fuesen funcionales.

En general las actividades que se desarrollan en la plaza requieren de un lugar donde tomar agua, producto de la duración de la estancia o por las actividades físicas que se realizan. Lo anterior provoca que las fuentes para beber agua se constituyan en otro de los elementos básicos para la realización de las experiencias.

Por último, cabe destacar que gran número de las actividades de esparcimiento que se llevan a cabo están asociadas al consumo de alimentos, sea esto por los periodos del día en que se realizan o por el largo tiempo que duran de estancias. Lo anterior hace que la existencia de colectores de basura “basureros” sea indispensable.

Observaciones Específicas

El cuadro resumen que se presenta a continuación (ver cuadro 5.1) muestra el total de las experiencias identificadas durante las reiteradas visitas. Adicionalmente se destacan las que han sido analizadas con mayor profundidad y por último aquellas en las cuales se han detectado posibles espacios de intervención para producir mejoras en la calidad de las ellas.


Experiencias en las plazas	CM	SB	LO
Usar las papeleras	X	X	X
Leer	X	X	X
Beber en las fuentes	X	X	X
Pasear al perro	X	X	X
Tomar el sol	X	X	X
Charlar en un banco	X	X	X
Jugar ping pong	X	X	X
Jugar a la pelota	X	X	X
Jugar Basket	X	X	X
Andar en bicicleta	X	X	X
Niños patinando en la zona cementada	X	X	X
Niños y adolescentes en el recreo	X	X	X
Niños jugando en el caballito y demás juegos	X	X	X
Cuidado y vigilancia de los niños	X	X	X
Abuelos jugando con sus nietos	X	X	X
Descansar en un banco y distraerse mirando a los demás	X	X	X
Personas de la tercera edad pasando el rato en los bancos	X	X	X
Jugar a la petanca	X(*)		X
Personas que atraviesan la plaza buscando acortar camino	X		X
Ir a la plaza por la noche		X	X
Conversación en grupo		X	X
Jugar en la mesa de ping pong			X
Dejar las cosas (bolsos) mientras se usan las instalaciones	X(*)		

» cuadro 5.1:
Experiencias identificadas, analizadas y desarrollada.
Elaboración propia.

CM - Can Mantega SB - Sol de Baix CM - Can Mantega Identificada Analizada Desarrollada

(*) Se ha podido observar que la experiencia *dejar las cosas mientras se usan las instalaciones*, se constituye en una sub experiencia ligada a la mayoría de las actividades que se realizan durante las estancias, sin embargo, su importancia para cada una de ellas, está ligada tanto a las características de la actividad como al grupo etéreo que afecta.. Así, para Can Mantega *Jugar petanca* y *dejar las cosas (...)*, han sido analizadas y desarrolladas conjuntamente producto de su relación de dependencia con la actividad y efectos sobre la calidad del jugar que afecta al grupo de los mayores.

A continuación se presenta un extracto de las experiencias elegidas para el análisis y desarrollo en cada lugar, (Ficha N° 2).

FICHA N°2a. PARTE ANALÍTICA		
IDENTIFICACIÓN DE LA EXPERIENCIA		
Experiencia - Lugar		
Niños jugando en los columpios (caballitos) - Can Mantega		
Ciudad	Distrito	Barrio
Barcelona	Sants-Montjuic	Sants
Descripción de la experiencia		
<p>La plaza de Can Mantega presenta, como muchas otras plazas, varios caballitos para que los niños puedan jugar y pasar un rato agradable. En total, presenta cuatro caballitos, tres en un área donde hay diversos columpios, y otro en la zona delimitada para los más pequeños.</p> <p>El horario en el que suelen llevar a los niños para que jueguen suele ser al medio día o por la tarde, luego de la salida del colegio.</p>		



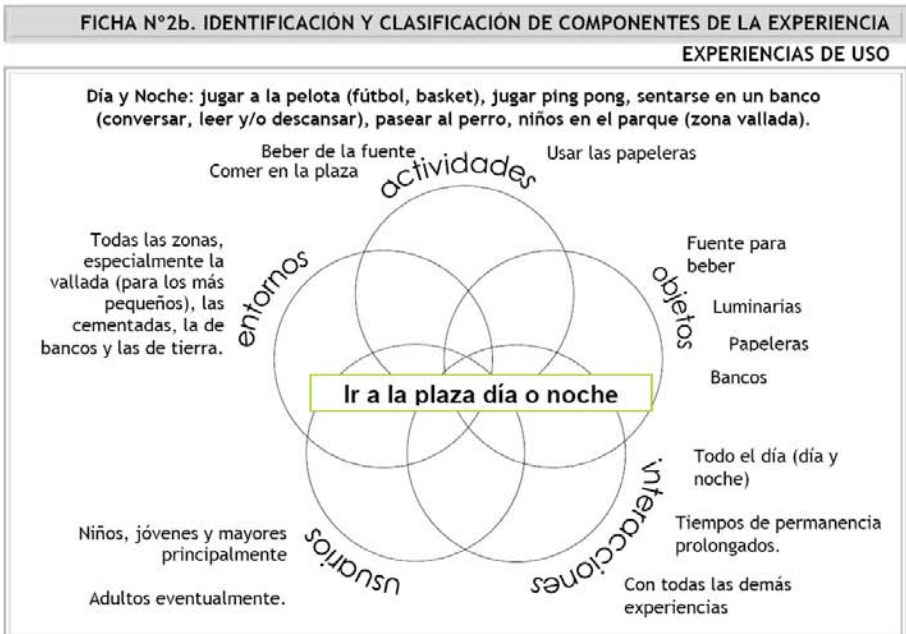
FICHA Nº2a. PARTE ANALÍTICA
IDENTIFICACIÓN DE LA EXPERIENCIA

Experiencia - Lugar		
Jugar a la petanca - Can Mantega		
Ciudad	Distrito	Barrio
Barcelona	Sants-Montjuic	Sants
Descripción de la experiencia		
<p>El juego de la petanca se realiza en una zona desarbolada de la plaza, en unas instalaciones preparadas para ello. Estas instalaciones se componen de dos pistas de petanca rodeadas de algunos bancos para que el público y los mismos jugadores se puedan sentar a espera su turno u observar el juego.</p> <p>Principalmente las personas que van jugar a la petanca son gente de la tercera edad, jubilados que se acercan a la plaza a primera hora de la mañana para aprovechar el fresco de aquella hora. Cercano a la plaza existe un club de competición el cual realiza importantes torneos.</p>		

FICHA Nº2b. IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE COMPONENTES DE LA EXPERIENCIA
EXPERIENCIAS DE USO



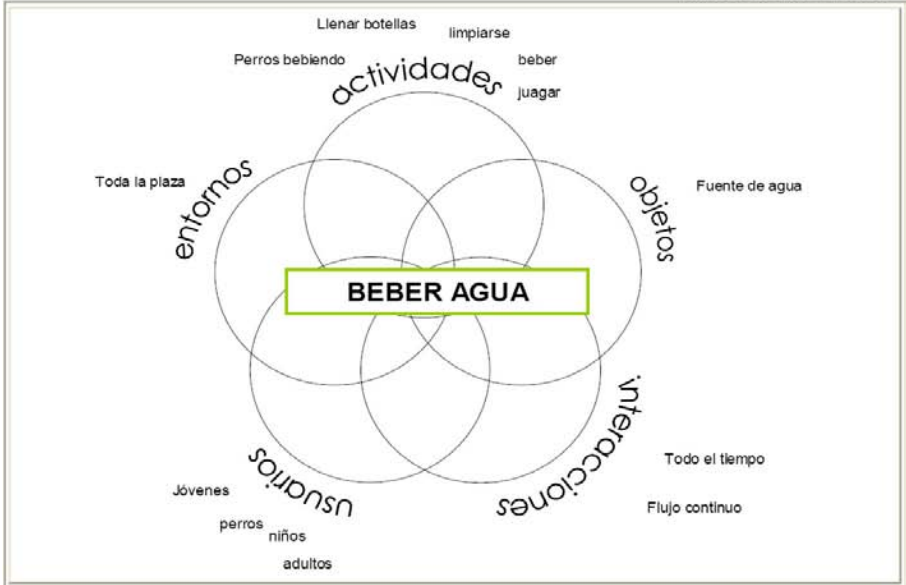
FICHA 2a. PARTE ANALÍTICA		
IDENTIFICACIÓN DE LA EXPERIENCIA		
Experiencia - Lugar		
Ir a la plaza de día o de noche- Sol de Baix		
Ciudad	Distrito	Barrio
Barcelona	Les Corts	Les Corts
Descripción de la experiencia		
<p>Las características de las experiencias identificadas (alta actividad física, largos periodos de permanencia y principalmente usuarios niños, jóvenes y mayores) ha permitido identificar sub-experiencias comunes a todas ellas y que condicionan su calidad, tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Beber agua de la fuente > Usar las papeleras > Tipo y cantidad de iluminación. <p>La iluminación si es escasa puede ser un factor disuasivo para el no uso de la plaza por parte de los grupos más vulnerables (niños y personas mayores). Por otro lado los jóvenes pueden experimentar para realizar las actividades habituales.</p> <p>Los tres puntos mencionados influyen en que la plaza prolongue su vida útil durante más horas cada día.</p>		



FICHA N°2a. PARTE ANALÍTICA
IDENTIFICACIÓN DE LA EXPERIENCIA

Experiencia - Lugar		
Beber agua en la fuente - L'Olivereta		
Ciudad	Distrito	Barrio
Barcelona	Sants-Montjuic	Badal
Descripción de la experiencia		
<p>Se pudo observar que los usuarios les otorgan a las fuentes para beber múltiples funcionalidades, estas van desde:</p> <ul style="list-style-type: none"> › Beber para refrescar y saciar la sed - Lavarse las manos › Llenar las bombas de agua en verano - Agua para jugar con arena mojada › Bebedero de mascotas y aves del lugar <p>Los usos descritos no se presentan compatibles, sobretodo cuando el surtidor de la fuente es uno solo. Lo anterior provoca que los usuarios opten por no beber en las fuentes disponibles inhibiendo la función principal de estos elementos.</p> <p>Se propone que las fuentes sean tratadas con características formales distintas a las existentes en L'Olivereta, diferenciadas en cuanto a sus usos y usuarios.</p>		

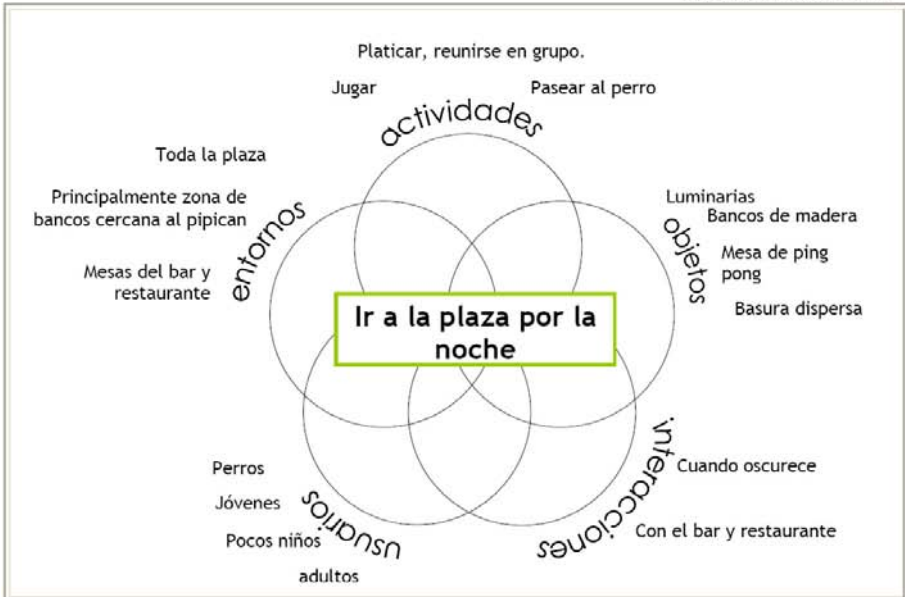
FICHA N°2b. IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE COMPONENTES DE LA EXPERIENCIA
EXPERIENCIAS DE USO



FICHA N°2a. PARTE ANALÍTICA
IDENTIFICACIÓN DE LA EXPERIENCIA

Experiencia - Lugar		
Ir a la plaza por la noche (Sensación de inseguridad) - L'Olivereta		
Ciudad	Distrito	Barrio
Barcelona	Sants-Montjuic	Badal
Descripción de la experiencia		
<p>Ir a la plaza por la noche, es una experiencia realizada principalmente por los adolescentes y adultos. Eventualmente cuando el clima lo permite se ven niños con sus padres aunque las estancias son en general bastante breves.</p> <p>Es posible apreciar una considerable disminución de actividades. Los jóvenes y adolescentes se reúnen en la plaza principalmente a conversar y beber.</p> <p>El lugar se presenta sucio evidenciando el intenso uso del día, adicionalmente es posible apreciar una escasa iluminación en las zonas de permanencia. Ambos factores aparecen como relevantes en el uso de la plaza para grupos más vulnerables (mayores y niños).</p>		

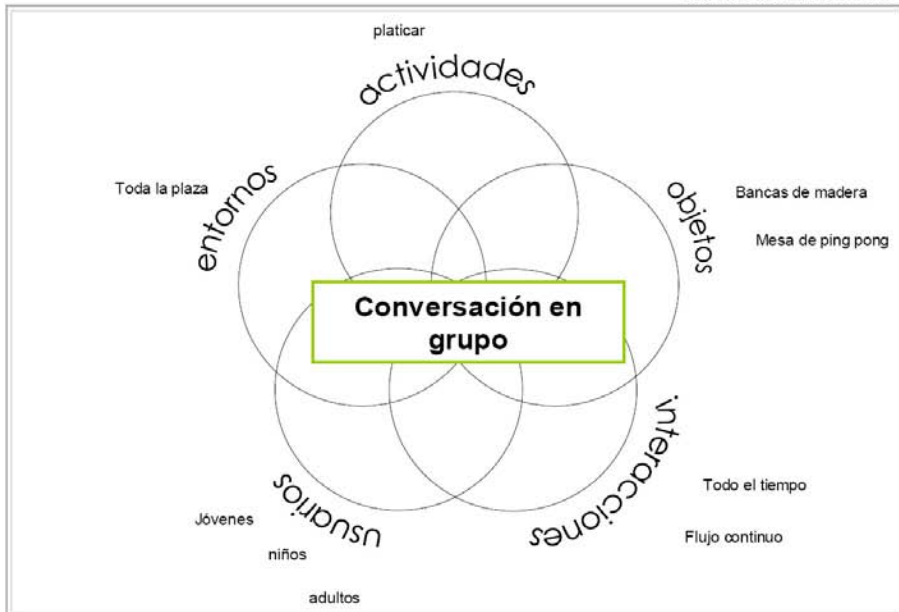
FICHA N°2b. IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE COMPONENTES DE LA EXPERIENCIA
EXPERIENCIAS DE USO



FICHA N°2a. PARTE ANALÍTICA
IDENTIFICACIÓN DE LA EXPERIENCIA

Experiencia - Lugar		
Conversación en grupo - L'Olivereta		
Ciudad	Distrito	Barrio
Barcelona	Sants-Montjuic	Badal
Descripción de la experiencia		
<p>Se desarrolla en diferentes espacios de la plaza espacios, donde tres o más personas conversan o conviven en grupo con la necesidad de verse frente a frente. Entre ellos se encuentran grupos de jóvenes, adultos y gente grande.</p> <p>Algunas de las situaciones más comunes son:</p> <ul style="list-style-type: none">› Los adultos que cuidan a sus hijos alrededor del área de juegos, que emplean como banca y al mismo tiempo tienen la necesidad de agruparse para conversar y› los jóvenes algunos sentados y otros de pie con la necesidad de estar juntos, frente a frente.		
		

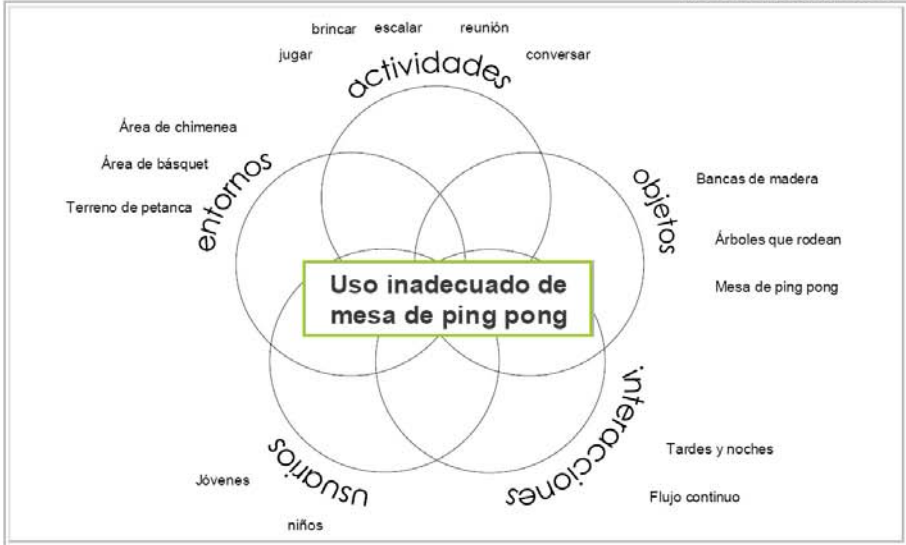
FICHA N°2b. IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE COMPONENTES DE LA EXPERIENCIA
EXPERIENCIAS DE USO



FICHA N°2a. PARTE ANALÍTICA
IDENTIFICACIÓN DE LA EXPERIENCIA

Experiencia - Lugar		
Jugar en la mesa de ping-pong - L'Olivereta		
Ciudad	Distrito	Barrio
Barcelona	Sants-Montjuic	Badal
Descripción de la experiencia		
<p>La mesa de ping-pong representa para los niños y jóvenes de la L'Olivereta un lugar excepcional. En ella aparte del clásico juego del ping-pong se realizan múltiples actividades espontáneas que dejan ver las necesidades no satisfechas de estos grupos de usuarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> › Producto de su altura, los niños la usan como tarima para cantar y bailar, además de otros juegos como el pilla-pilla. › Su superficie alejada del suelo y libre de basura generada por los usuarios y animales (perros) permite sentarse alejados de la suciedad del pavimento y organizarse en círculo para conversar. › Su extensión y regularidad en la superficie invita a utilizarla para juegos de grupo tales como cartas, autitos, etc. 		

FICHA N°2b. IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE COMPONENTES DE LA EXPERIENCIA
EXPERIENCIAS DE USO



Ficha N° 3	Parte experiencias y exploración formal de solución
Ficha N° 4	Parte propuestas finales (complementaria a la investigación)

Observaciones Generales

En general los usuarios están acostumbrados a adaptarse a las condiciones que el espacio y las instalaciones les ofrecen. Las prácticas que realizan durante las distintas experiencias demuestran conocimiento del funcionamiento de la plaza, lo que se debe principalmente a lo habitual de las visitas realizadas por ellos. Sin embargo, algunas de las prácticas observadas no son propias de la oferta del lugar, sino más bien corresponden a situaciones inconscientes que por lo cotidiano de ellas no aparecen a primera vista como disfuncionales.

La adaptación del entorno es una práctica habitual en los espacios privados, pero, en de los espacios públicos esta se lleva a cabo en la medida de lo posible.

Aspectos como el anterior permiten visualizar ciertas necesidades latentes que si son consideradas pueden comportar una mejora en la calidad de las experiencias vividas en las plazas.

Observar a los usuarios en las plazas, analizar como realizan cada una de las experiencias y preguntarles sobre sus aspiraciones y deseos ha permitido esbozar propuestas para su posterior desarrollo de diseño más acordes con la realidad específica de cada lugar.

El análisis desarrollado en terreno sobre las diferentes experiencias seleccionadas (Ficha N°3) y los esbozos preliminares de alternativas de solución (Ficha N°4) es ilustrativo de lo anteriormente mencionado. (ambas fichas se presentan a continuación)

A partir de lo realizado ha sido posible identificar tres aspectos a considerar en un análisis del espacio para la evaluación y desarrollo de mejoras que pueden servir de guía para otros casos:

- › Funcionamiento del sistema actual y adaptación de los usuarios
- › Funciones no contempladas en el diseño. (sobre lo existente)
- › Relación del uso con los diferentes usuarios

Observaciones Específicas

El siguiente cuadro (ver cuadro 5.2) expone los resultados de las observaciones y las necesidades detectadas; así mismo, lo anterior se complementa con algunos datos más ilustrativos extraídos de las fichas N°3 y N°4:

» cuadro 5.2:
Síntesis de las
fichas N°3 y N°4.
Elaboración
propia.

Experiencias	Funcionamiento del sistema actual y adaptación de los usuarios	Funciones no contempladas en el diseño, (sobre lo existente)	Relación del uso con los diferentes usuarios
Can Mantega Jugar a la petanca	Las personas llegan a la zona de juegos y en un acto reflejo, dejan sus cosas encima del banco impidiendo que alguien se pueda sentar.	Disminución del espacio disponible en los bancos durante el juego.	Soluciones Los principales usuarios que utilizan los bancos son la gente mayor que va a jugar a la petanca. Ampliar las superficies para sentarse (bancos) y contemplar donde dejar las pertenencias a la vista. Jugadores de petanca y acompañantes y los demás usuarios de la plaza. Lugar donde dejar las cosas de manera segura y al alcance.
Dejar las cosas mientras se usan las instalaciones	Los bolsos y carteras se mantienen cercanos a los usuarios, dependiendo de la actividad que se realice suelen dejarlos encima de los bancos o colgados de algún árbol cercano.	Incomodidad para realizar libremente ciertas actividades debido a la preocupación de los jugadores por el cuidado de sus pertenencias.	Los usuarios que los utilizan son los niños pequeños acompañados a veces por sus padres, abuelos o niñeras. Control y seguridad en el movimiento de los balancines (cabalitos)
Sol de Baix Beber en las fuentes	El eventual uso de las fuentes para beber por animales que acuden la plaza, provoca que los usuarios queden desprovistos de la posibilidad de utilizarlas.	Las fuentes para beber son utilizadas indistintamente por personas y mascotas frente a la necesidad de hidratarse.	Todos los usuarios, personas y mascotas (perros y aves). Permitir a los diferentes usuarios de la plaza, personas y mascotas, puedan hacer uso de las fuentes frente a la necesidad de hidratarse.
Usar las papeleras	Los basureros se encuentran dispuestos cercanos a los bancos y accesos. En épocas de verano las personas evitan sentarse cerca de ellos.	Facilidad de acceso a la basura para niños pequeños y su posible uso como canastas pudiendo provocar un riesgo para los más pequeños.	Todos los usuarios de la plaza. Evitar el acceso de niños a la basura y disminuir los olores provocados por la basura en las papeleras en verano.
Ir a la plaza por la noche	Los usuarios, especialmente personas mayores y niños, al anochecer se ven "obligados" a dejar la plaza por la falta de luz.	La iluminación existente dificulta que se lleven a cabo experiencias como el leer, observar a los demás y jugar balón, ping pong, o en los juegos infantiles.	Todos los usuarios, aunque mayores y niños pequeños principalmente. Evitar la contaminación lumínica y aumentar la iluminación en la plaza sin incomodar al usuario.
L'Olivetera Conversación en grupo	Las personas al reunirse a conversar en grupo se disponen en los bancos lo cual hace que algunos de ellos queden de pie para poder estar de frente a sus interlocutores.	La estructura lineal de los elementos existentes, bancos y muro zona vallada, hace que adultos y mayores deban adoptar posturas incómodas o quedarse de pie para poder conversar en grupo.	Principalmente padres que vigilan a sus hijos en la zona vallada y personas mayores que se reúnen a conversar. Estructura no lineal que permita la reunión y la conversación grupal. Grupos de niños principalmente.
Uso inadecuado de la mesa de ping pong	La mesa de ping pong es utilizada frecuentemente como tarima de juegos grupales, o para reunirse a conversar más que para jugar ping pong.	Reemplazar la mesa de ping pong por otro elemento que resuelva las necesidades de conversar y jugar de niños y adolescentes.	Espacio para reunirse e interactuar para niños y jóvenes.
Ir a la plaza por la noche	Al anochecer los mayores y niños se sienten inseguros de estar en la plaza debido a la escasa iluminación en ciertas zonas.	La escasa iluminación invita a que grupos de adolescentes se agrupen a beber aumentando la percepción de inseguridad para mayores y niños.	Todos los usuarios y vecinos de la plaza. Aumentar la iluminación baja para crear la percepción de seguridad en la plaza

FICHA N°3. PARTE PROPUESTAS	
DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DE LA EXPERIENCIA	
Nombre de la Experiencia	
Jugar a la petanca	
Distrito	Plaza
Sants-Montjuic	Can Mantega
Identificación del Problema	
<p>Al observar como se desarrolla la experiencia de jugar a la petanca en la plaza de Can Mantega, se han detectado varios problemas de no muy difícil solución. Lo más significativo, y por lo tanto en lo que se ha centrado la búsqueda de solución es, la utilización de los bancos disponibles al lado de cada una de las pistas para dejar las mochilas, bolsos, bolsas, chaquetas o cualquier otra cosa que una persona lleve cargando, lo cual resulta bastante inseguro e incómodo.</p> <p>La utilización de estos bancos para tal fin reduce considerablemente el espacio para sentarse. Esto resulta un grave problema sobre todo teniendo en cuenta que solo hay un banco por pista y que las personas que suelen jugar a la petanca son personas de la tercera edad.</p> <p>Otro problema que se ha detectado también es que en los lados laterales de las pistas no hay barreras en el suelo y las bolas pueden salir de la pista con facilidad y hacer daño a una persona que esté pasando por allí en ese instante.</p> <p>Por último, mencionar que no hay un marcador para llevar la puntuación, lo que implica que tengan que memorizar la puntuación durante toda la partida o recurrir al sistema clásico del papel y lápiz.</p>	
	

Propuesta conceptual

Inicialmente para dar respuesta el problema principal (donde dejar las mochilas, bolsos, etc.) se han propuesto tres soluciones.

- › Conservar el diseño de los bancos existente incorporando una modificación es su respaldo: ganchos detrás (respaldo) para colgar las cosas,
- › desarrollar un nuevo diseño de banco más innovador, en el que el banco incorpora detrás una superficie para dejar las cosas,
- › y por último, se ha propuesto utilizar una especie de perchero que serviría para colgar cualquier cosa, incorporado como elemento independiente del banco y complementario a la plaza (este perchero también podría ser útil en otras experiencias como por ejemplo jugar ping pong).

(Además, se ha pensado en colocar más bancos en los laterales de cada pista no sólo para la gente que está jugando, sino también para la gente que está observando.)

En cuanto al punto de que las bolas se pueden salir fácilmente de la pista, existe un problema grave porque las reglas de la petanca juegan precisamente con esa condición, y es que si la pelota sale de la pista, significa que la bola está nula. Entonces se ha pensado en la posibilidad de colocar la barrera pero justo un poco después de la pista, permitiendo que la bola salga (y quede eliminada), pero no salga muy lejos de la pista.

Finalmente se ha propuesto poner un marcador para llevar la puntuación de las partidas.

Nota: En las propuestas que se muestran posteriormente, solo se muestran los tres nuevos diseños para solucionar el problema principal.

Requerimientos

Requerimientos del proyecto:

- › Dar seguridad en el guardado de bolsos y ropa durante el juego,
- › Integrarse a las soluciones existentes (imagen y materiales)
- › Considerar a los principales usuarios (facilidad de uso y limpieza)

Condicionantes / Limitaciones

Las soluciones deben velar por la seguridad de los transeúntes: los bancos con ganchos detrás, se ha de vigilar que estos ganchos no sobresalgan mucho de los bancos para que los niños no se puedan hacer daño. Además, estos ganchos presentarían la punta redondeada de tal manera que no se enganche y que no corte.

- › No interferir con el juego,
- › No interferir con la superficie de descanso

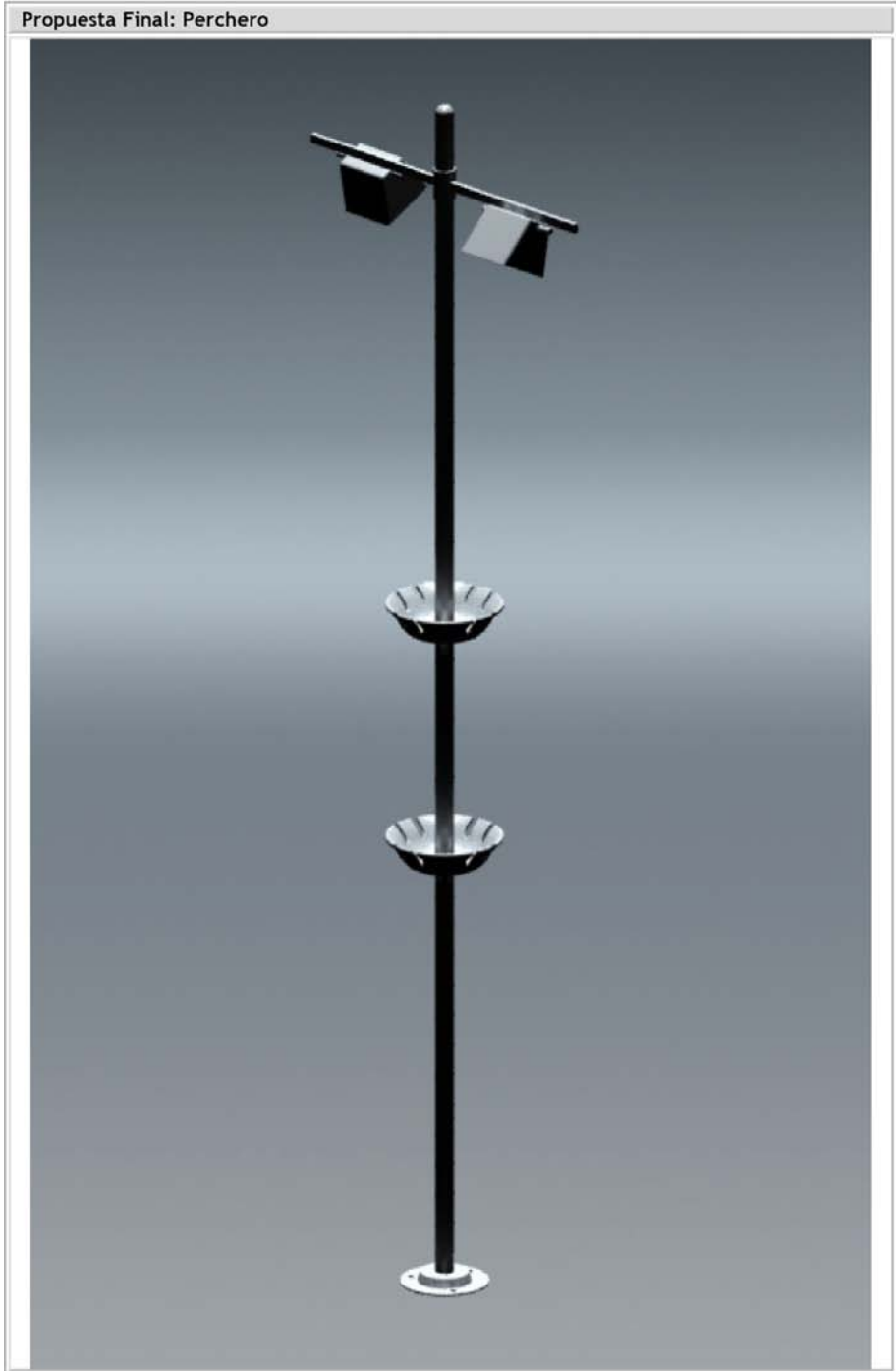
Ambientación / Recreación de la Experiencia de Uso

ANTES



DESPUÉS






Ambientación / Recreación de la Experiencia de Uso

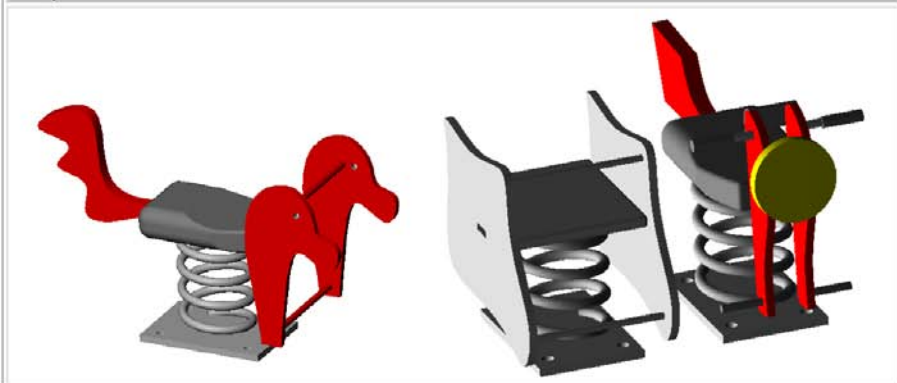
STORYBOARD



FICHA N°3. PARTE PROPUESTAS	
DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DE LA EXPERIENCIA	
Nombre de la Experiencia	
Niños jugando al caballito	
Distrito	Plaza
Sants-Montjuic	Can Mantega
Identificación del Problema	
<p>El diseño que tienen los caballitos de plaza de Can Mantega (son como los que hay en la mayoría de plazas) presenta algunos problemas de seguridad. Durante las observaciones en terreno se ha podido constatar que los niños (más pequeños) cuando están jugando subidos a ellos, al balancearse suelen golpearse la frente o cara con la cabeza del caballito. Esto es realmente un peligro para los niños, y además es algo que pasa muy frecuentemente.</p>	
	
Propuesta conceptual	
<p>Para solucionar el problema se ha propuesto el diseño nuevo de dos diferentes modelos de caballito:</p> <ul style="list-style-type: none"> › uno parecido al diseño que ya existe en la plaza, pero que incorpora una superficie de goma para amortiguar los posibles golpes › y otro en el que el soporte a través del cual el niño se sujeta (con las manos) es una barra horizontal y está justo en frente de la cara del niño; de esta manera la cara del niño queda bien protegida porque en caso de irse hacia delante, la cara se encuentra con sus propios brazos. Este modelo también incluye una barra horizontal mas abajo para apoyar los pies. 	
Requerimientos	
<p>Para llevar a cabo la solución se requiere:</p> <ul style="list-style-type: none"> › generar una solución estándar para los diferentes modelos de “caballitos”, › conservar el carácter lúdico del juego (riesgo controlado), › aumentar la seguridad contra posibles golpes, › mejorar la experiencia para padres y niños. 	

FICHA N°4. PARTE PROPUESTAS FINALES
VISTA GENERAL DE LA PROPUESTA

Propuesta Final. Caballitos



Ambientación / Recreación de la Experiencia de Uso

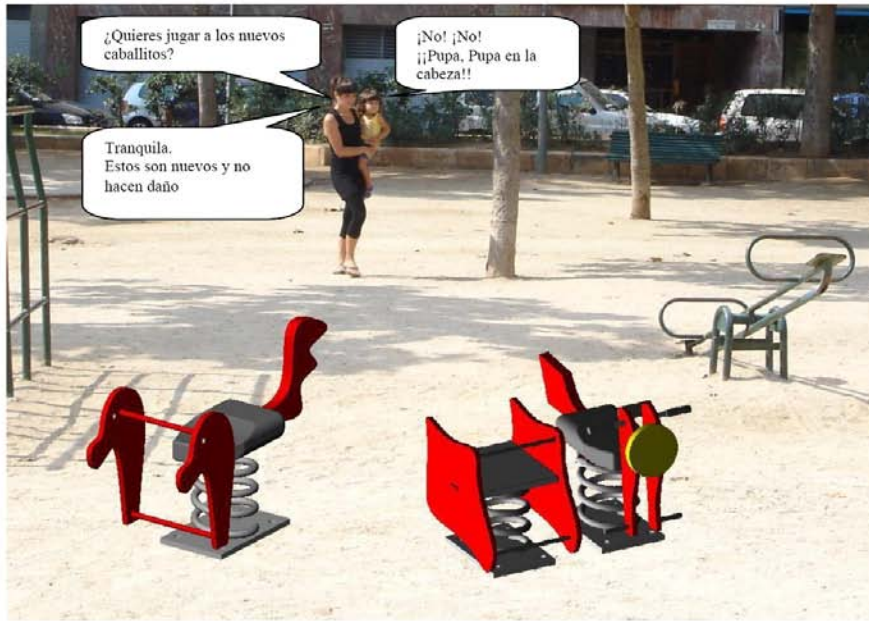
ANTES




DESPUÉS



Ambientación / Recreación de la Experiencia de Uso

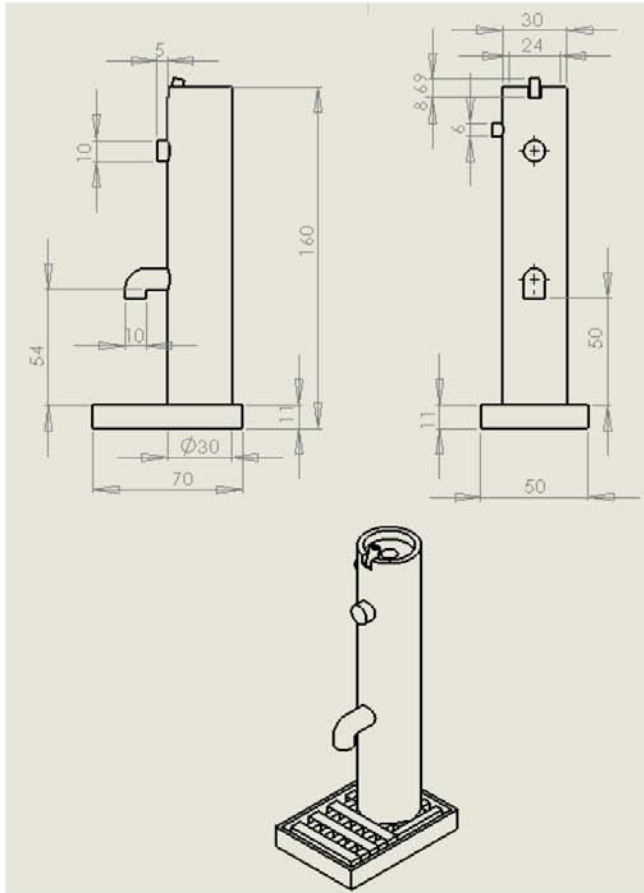
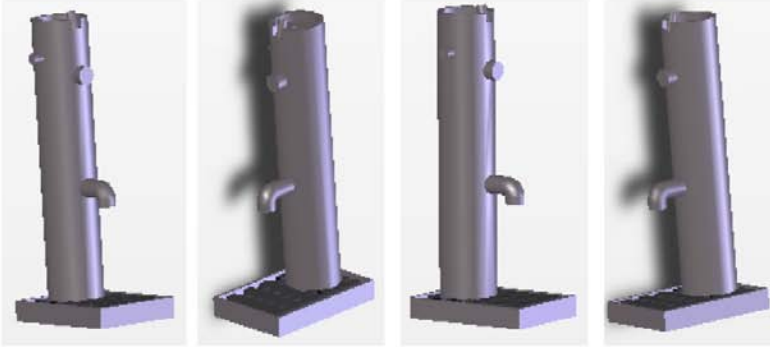
STORYBOARD:

FICHA N°3. PARTE PROPUESTAS	
DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DE LA EXPERIENCIA	
Nombre de la Experiencia	
Beber de las fuentes	
Distrito	Plaza
Les Corts	Sol de Baix
Identificación del Problema	
<p>Durante las progresivas visitas que se han realizado a la plaza ha sido posible detectar que las fuentes presentan ciertos problemas en su funcionalidad. Uno de los aspectos más destacados es la altura y postura que se debe adoptar para poder beber agua.</p> <p>Otro problema que se ha identificado tiene relación con los perros. Normalmente suelen ser perros los animales que beben en las fuentes públicas dedicadas en un principio a las personas. Lo anterior genera un problema de higiene y de percepción de seguridad en las personas que utilizan la fuente.</p> <p>Las observaciones en terreno realizadas nos demuestran que los usuarios/as de la plaza en su gran mayoría también tienen esta impresión de las fuentes que hay en Sol de Baix.</p> <p>Las fuentes es un objeto básico e indispensable en cualquier parte de una ciudad y más aún si se trata de una plaza o de un parque, por lo tanto, se ha decidido rediseñarlas para hacerlas mas funcionales y acordes con las necesidades actuales.</p>	
	
Propuesta conceptual	
<p>Diseñar un nuevo tipo de fuente la cual permita beber agua de manera simultánea y diferenciada a personas y mascotas. Lo anterior con el objetivo de otorgar mayor comodidad, higiene y seguridad a todos los usuarios.</p>	
Requerimientos	
<p>Generar el menor impacto formal posible en el entorno. Considerar los diseños existentes para incorporar criterios similares en cuanto a forma y materiales.</p> <ul style="list-style-type: none">› La aleación que se utiliza para hacer los grifos.› Instalación (en caso de que no hubiera) de agua en el sitio donde vaya ubicada la fuente.	
Condicionantes / Limitaciones	
<p>Fácil funcionamiento para personas de distintas edades, respetar los lugares previamente establecidos para facilitar su reconocimiento.</p>	

FICHA N°4. PARTE PROPUESTAS FINALES

VISTA GENERAL DE LA PROPUESTA

Propuesta Final



Ambientación / Recreación de la Experiencia de Uso

EJEMPLO



Ambientación / Recreación de la Experiencia de Uso

STORYBOARD



¿Quién la habrá diseñado?

¡¡GUAU GUAU!!
(por fin una fuente para perros)

Qué pocas fuentes hay en Sol de Baix



FICHA N°3. PARTE PROPUESTAS

DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DE LA EXPERIENCIA

Nombre de la Experiencia	
Las papeleras - Sol de Baix	
Distrito	Plaza
Les Corts	Sol de Baix

Identificación del Problema

Producto de la humedad ambiental característica de la ciudad, los residuos orgánicos existentes en las papeleras con boca abierta expelen malos olores.

Sobre el mediodía, cuando el sol calienta más, este hace que los residuos que están en la papelera desprendan un hedor un poco molesto para los usuarios de la plaza.

Si bien el la boca amplia de las papeleras facilita el vertido de residuos, también es un riesgo para los más pequeños que pueden acceder fácilmente a los residuos motivados por su curiosidad.

Las características materiales actuales (metal perforado), hacen necesario un segundo material estanco (bolsas). Un contenedor que contiene otro contenedor, es decir, saturación de funciones.



Propuesta conceptual

Generar un contenedor de residuos estanco, que permita un fácil acceso para el vertido de basuras pero que se mantenga cerrado cuando no está en uso.

Debe ser de fácil limpieza y desinfección, al igual que deben situarse en los accesos y lugares próximos a las zonas de permanencia y actividad, pero lo suficientemente distantes para no generar malestar en los usuarios.

Requerimientos

Material plástico no deformable con la temperatura.

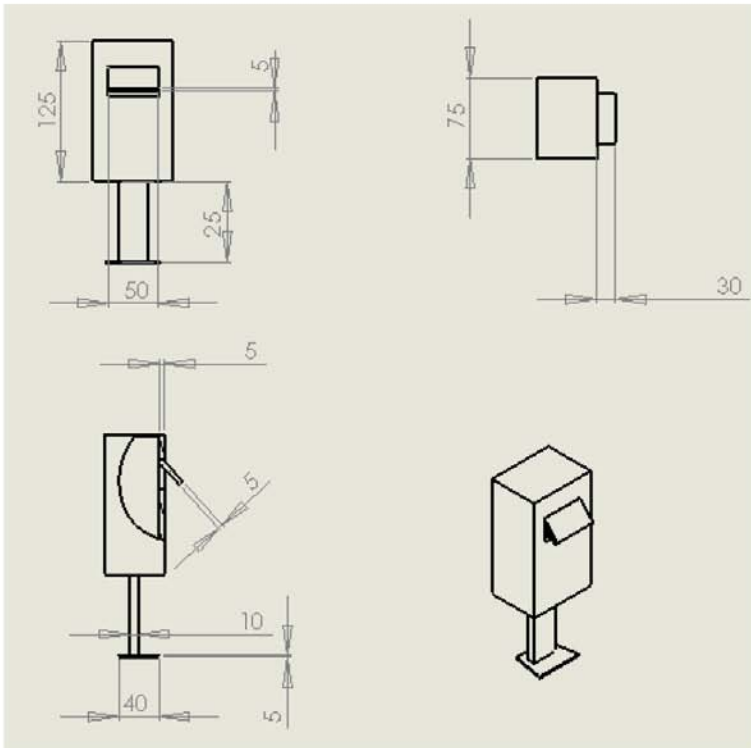
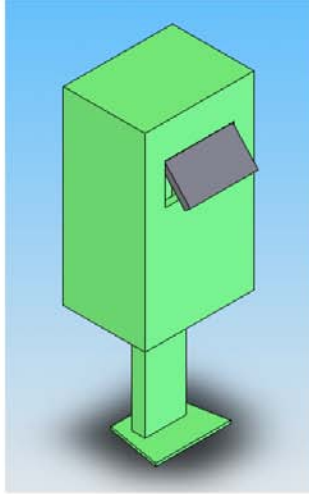
Condicionantes / Limitaciones

Tiene que haber espacio para poder usar, limpiar y realizan mantenimientos de la papelera

FICHA N°4. PARTE PROPUESTAS FINALES

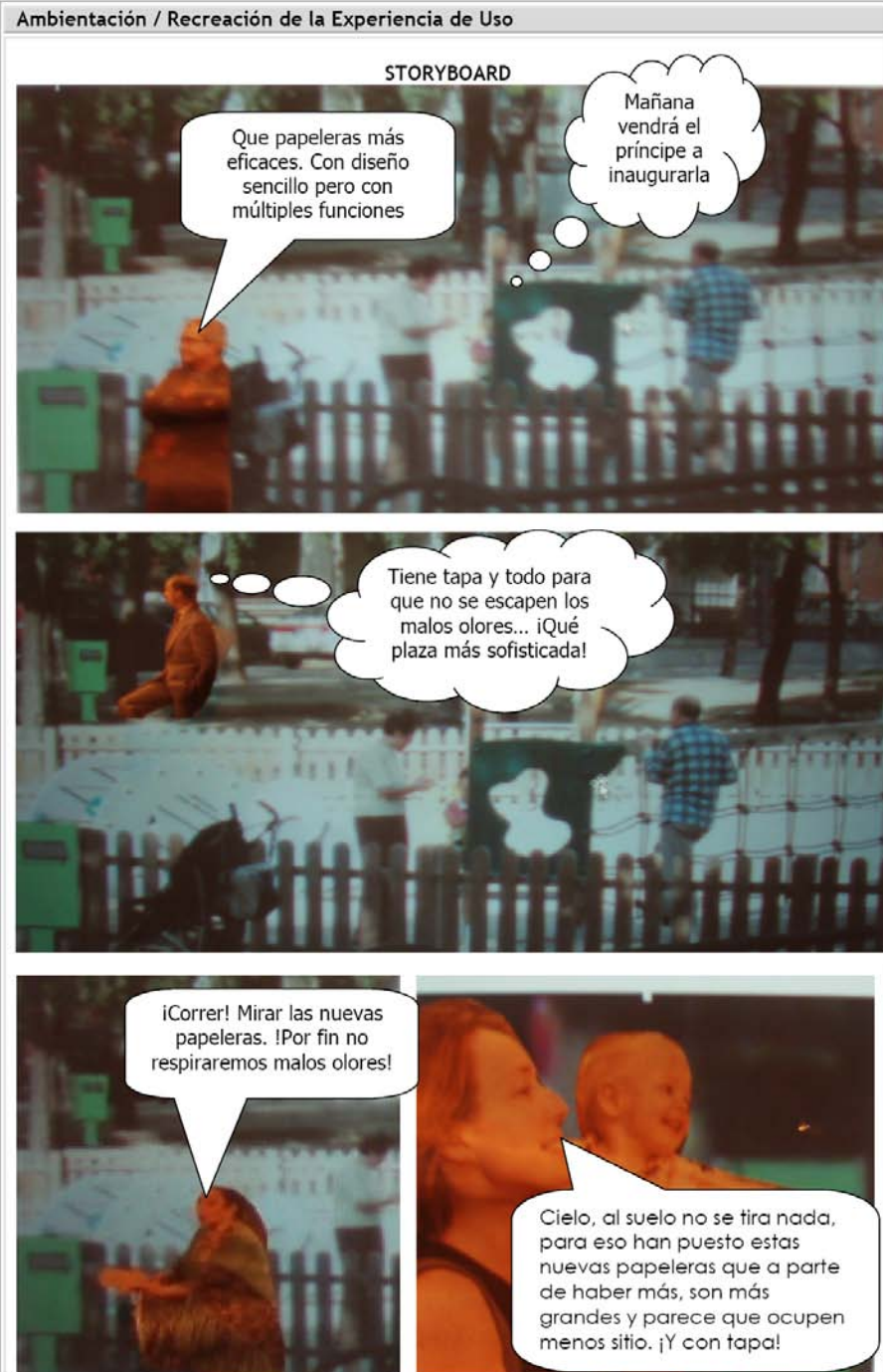
VISTA GENERAL DE LA PROPUESTA

Propuesta Final: Papelera



Ambientación / Recreación de la Experiencia de Uso

STORYBOARD



Que papeleras más eficaces. Con diseño sencillo pero con múltiples funciones

Mañana vendrá el príncipe a inaugurarla

Tiene tapa y todo para que no se escapen los malos olores... ¡Qué plaza más sofisticada!

¡Correr! Mirar las nuevas papeleras. ¡Por fin no respiraremos malos olores!

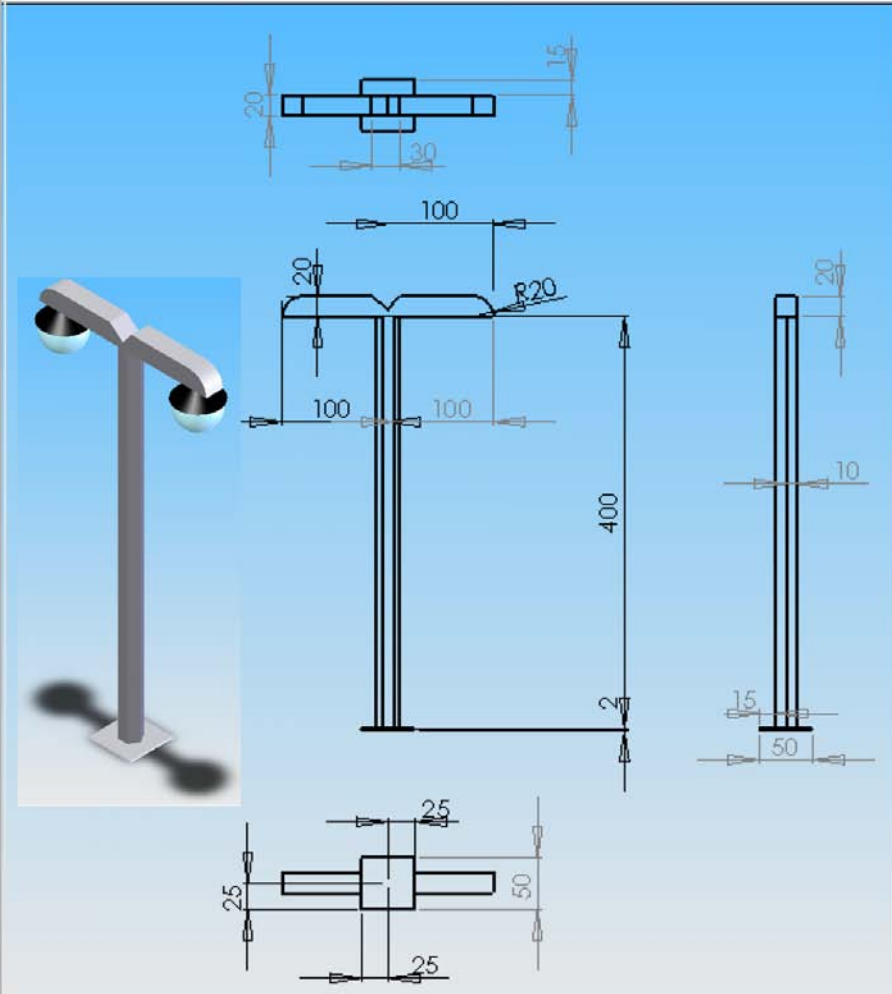
Cielo, al suelo no se tira nada, para eso han puesto estas nuevas papeleras que a parte de haber más, son más grandes y parece que ocupen menos sitio. ¡Y con tapa!

FICHA N°3. PARTE PROPUESTAS	
DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DE LA EXPERIENCIA	
Nombre de la Experiencia	
Experiencia ir de noche a la plaza	
Distrito	Plaza
Les Corts	Sol de Baix
Identificación del Problema	
<p>La observación en terreno ha permitido constatar la poca iluminación que hay en la plaza cuando oscurece, este hecho influye no sólo para jugar con las raquetas sino también para leer y realizar otras actividades.</p> <p>La escasa iluminación puede obligar a muchas personas a interrumpir sus actividades en la plaza ya que gracias a los cuestionarios, pudimos observar lo disgustados que estaban con el tema.</p> <p>En el invierno, al oscurecer más temprano, no se puede leer a gusto sin necesidad de fijar la vista. También, a los usuarios de la tercera edad se sienten desprotegidos ya que es fácil que tropiecen con algún escalón, etc.</p> <p>Es necesario destacar que las farolas que actualmente están en la plaza estarán prohibidas de aquí a un tiempo debido a la contaminación lumínica que éstas provocan.</p>	
	
Propuesta conceptual	
<p>La idea principal es aportar más iluminación a la plaza para que los usuarios puedan realizar sus actividades sin ningún tipo de dificultad cuando oscurezca. Sean estas leer, jugar a ping-pong, pasear, etc.</p>	

FICHA Nº4. PARTE PROPUESTAS FINALES

VISTA GENERAL DE LA PROPUESTA

Propuesta Final



Ambientación / Recreación de la Experiencia de Uso

STORYBOARD

The storyboard consists of three panels. The top panel is a solid black rectangle with two white speech bubbles. The first bubble on the left says "¡Ni que lo digas!!" and the second bubble on the right says "¡Qué oscuro esta!!!". The bottom panel contains three photographs of people with speech bubbles. On the left, a man is on a mobile phone with a bubble saying "¡Qué bien! Ahora se verá mejor!!". In the center, a man is talking with a bubble saying "¡Cariño! Han cambiado las farolas, son mucho más grandes e iluminan mucho más!". On the right, a woman is talking with a bubble saying "¡Ahora que acaban de cambiar las farolas mis padres me dejan quedar un rato más en la plaza!!".

¡Ni que lo digas!!

¡Qué oscuro esta!!!

¡Qué bien! Ahora se verá mejor!!

¡Cariño! Han cambiado las farolas, son mucho más grandes e iluminan mucho más!


¡Ahora que acaban de cambiar las farolas mis padres me dejan quedar un rato más en la plaza!!



¡Perfecto! Ahora podremos ir a patinar y ni importa si se hace oscuro!!



¡Menuda plaza más iluminada!! Aquí podré estudiar todos mis guiones sentado en un banco.

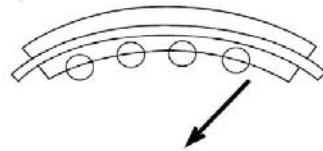
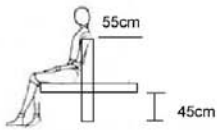
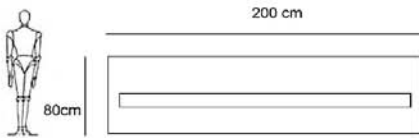
FICHA N°3. PARTE PROPUESTAS	
DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DE LA EXPERIENCIA	
Nombre de la Experiencia	
Conversación en grupo	
Distrito	Plaza
Badal	L'Olivereta
Identificación del Problema	
<p>Descripción de los problema(s) identificados en la experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> › No existen lugares para sentarse cómodamente en grupo, ni por disposición ni cantidad de personas. › Las soluciones existentes, bancos son individuales o triples se encuentran ubicados en línea lo cual es un problema para charlar frente a frente. › Los jóvenes se sientan sobre la mesa de ping pong para conversar inhibiendo el uso de la mesa para el juego. 	
	
Propuesta conceptual	
<p>Lograr por medio de un nuevo mobiliario dar respuesta a las necesidades de reunión en grupo, sea esta de dos o más personas.</p>	
Requerimientos	
<ul style="list-style-type: none"> - Espacio de mayor rango de visión - Ergonomía de los posibles asientos, confortabilidad y descanso - Espacio para dos o mas personas - Materiales de acuerdo al entorno - Unificación de estilo con la plaza y demás mobiliario. 	
Condicionantes / Limitaciones	
<ul style="list-style-type: none"> - Espacio circundante - Vías de circulación - Confortabilidad para múltiples edades - Atmósfera (luz, temperatura, etc.) - Edades múltiples de uso. 	

FICHA N°4. PARTE PROPUESTAS FINALES

VISTA GENERAL DE LA PROPUESTA

Propuesta Final

banco de reunión



Un ángulo que permite la visión de todos los usuarios



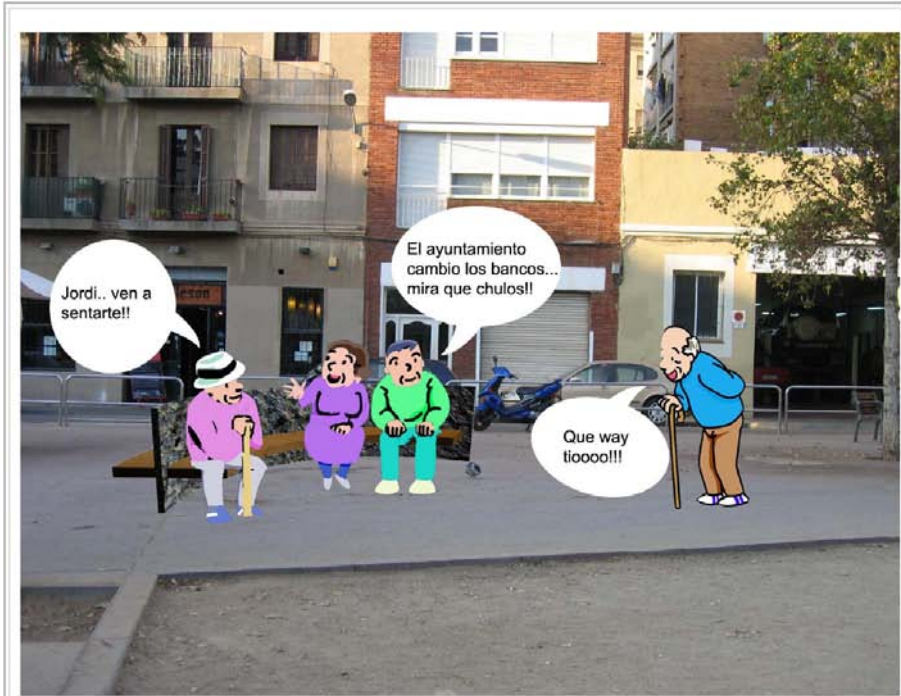
Materiales:
Madera
Hormigón



Ambientación / Recreación de la Experiencia de Uso

STORYBOARD





Fotomontaje:



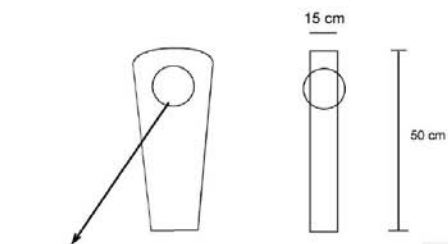
FICHA Nº3. PARTE PROPUESTAS	
DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DE LA EXPERIENCIA	
Nombre de la Experiencia	
Ir a la plaza por la noche - Sensación de inseguridad	
Distrito	Plaza
Badal	L'Olivereta
Identificación del Problema	
Experiencia :	
Se presenta un alto nivel de inseguridad cuando oscurece, facilitando la reunión de grupos juveniles vándalos, que crean situaciones incomodas para las personas del entorno.	
	
Propuesta conceptual	
Creación de una atmósfera iluminada, aumentando el nivel de luz física para que las personas tengan una mayor visión sobre el entorno e impida o disminuya el nivel de inseguridad percibido actualmente, propiciando así, un mejor ambiente para todos los usuarios.	
Requerimientos	
<ul style="list-style-type: none"> › Ángulo de iluminación › Sensación de seguridad › Instalaciones mas iluminadas › Estilo acorde al diseño y estética de la plaza. 	
Condicionantes / Limitaciones	
<ul style="list-style-type: none"> › Espacio circundante › Vías de circulación › Luminarias permitidas › Condiciones de confortabilidad de los vecinos del parque › Fuentes de energía 	

FICHA N°4. PARTE PROPUESTAS FINALES

VISTA GENERAL DE LA PROPUESTA

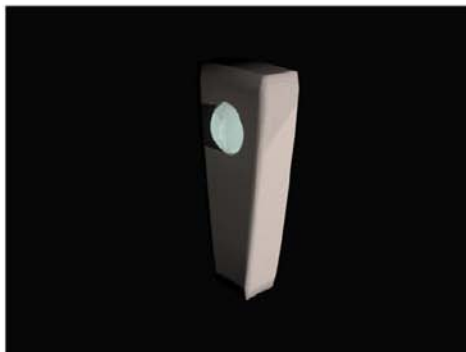
Propuesta Final

iluminación



con esfera protectora

Materiales:
Hormigón
Esfera cristal



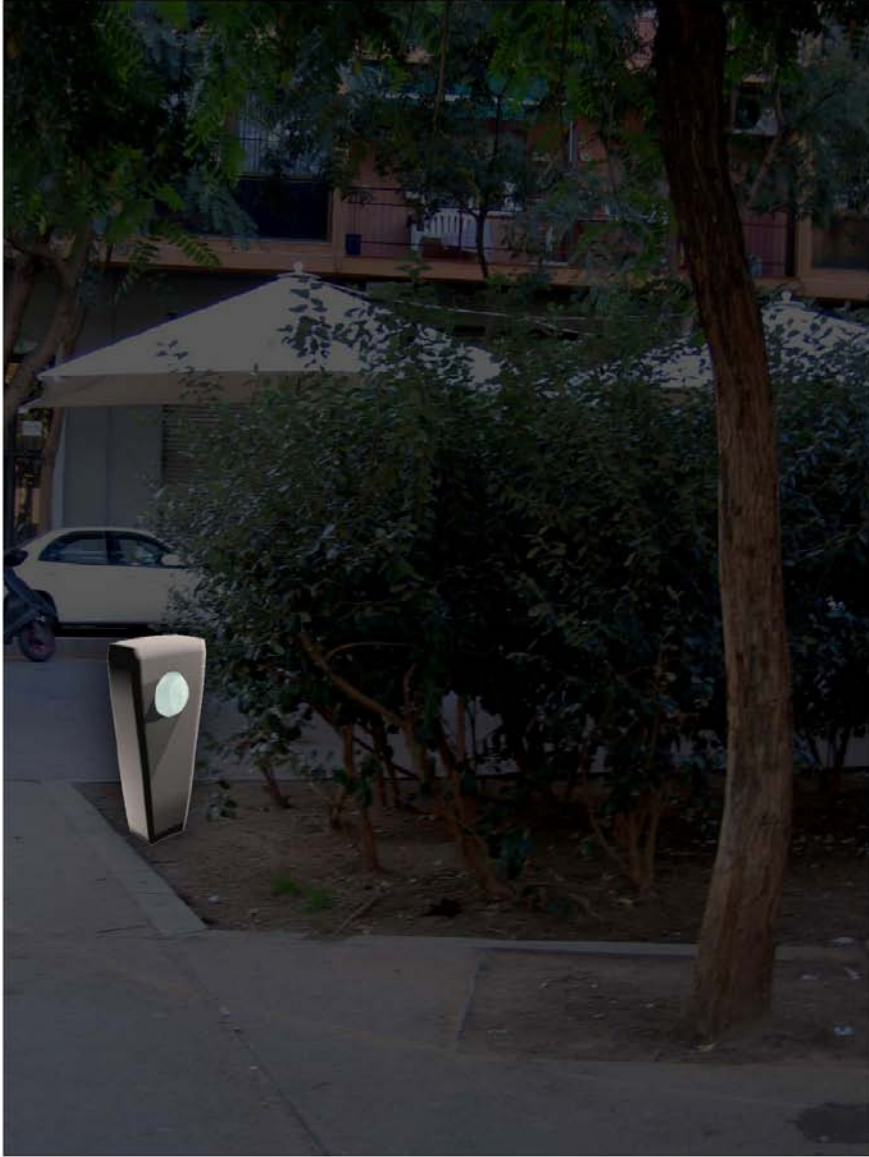
Ambientación / Recreación de la Experiencia de Uso

STORYBOARD





Fotomontaje:



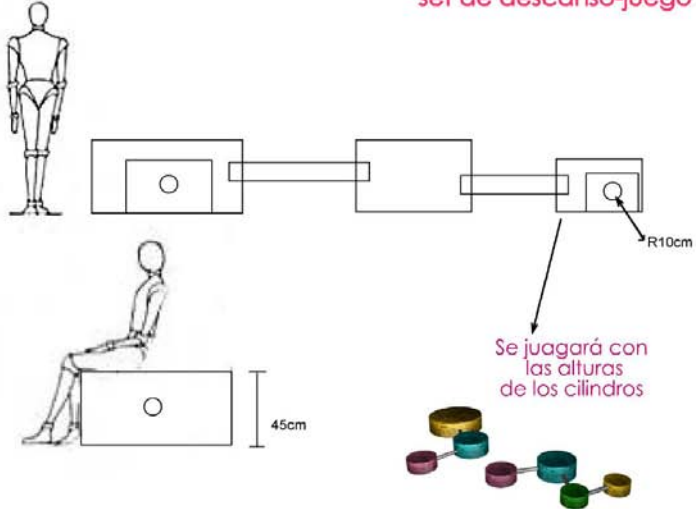
FICHA N°3. PARTE PROPUESTAS	
DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DE LA EXPERIENCIA	
Nombre de la Experiencia	
Uso inadecuado de mesa de ping-pong	
Distrito	Plaza
Badal	L'Olivereta
Identificación del Problema	
<p>Las numerosas actividades que se llevan a cabo en la mesa de ping-pong ponen de manifiesto la necesidad de un lugar que resuelva de manera conjunta la reunión, el juego y la conversación para jóvenes y niños.</p> <ul style="list-style-type: none">› un punto de reunión donde se sientan los jóvenes a conversar;› al mismo tiempo los niños la emplean como un módulo de juego.	
	
Propuesta conceptual	
<p>Desarrollar un elemento de mobiliario urbano que reemplace la mesa de ping pong y de respuesta a las necesidades mencionadas de conversar, reunirse y jugar de manera conjunta y simultanea si es necesario.</p>	
Requerimientos	
<ul style="list-style-type: none">› Medidas estándar› Ergonomía del posibles asientos› Espacio disponible› Materiales de acuerdo al entorno	
Condicionantes / Limitaciones	
<ul style="list-style-type: none">› Espacio circundante› Vías de circulación› Confortabilidad para múltiples edades› Atmósfera (luz, temperatura, etc.)	

FICHA Nº4. PARTE PROPUESTAS FINALES

VISTA GENERAL DE LA PROPUESTA

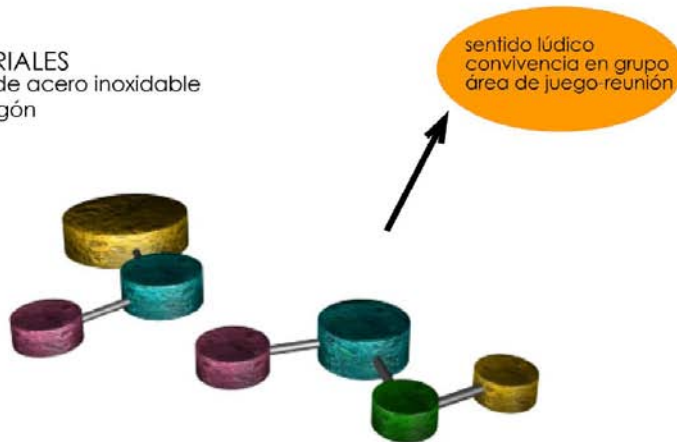
Propuesta Final

set de descanso-juego



set de descanso-juego

MATERIALES
- tubo de acero inoxidable
- hormigón



Ambientación / Recreación de la Experiencia de Uso

STORYBOARD









Fotomontaje



5.3.

resultados de aspectos variables

Análisis Integral de Datos Obtenidos del Pase de la Encuesta

El análisis de los datos obtenidos tras el pase del cuestionario y analizados con los programas estadísticos SPSS 15.0, XLSTAT-PRO, Microsoft Excel y XLSTAT-MX se presentan a continuación bajo la siguiente estructura:

- **Análisis global** de las tres plazas de manera conjunta (N=98), con la incorporación de la variable sexo (Hombre=50 y Mujer=48) y edad (Jóvenes=37, Adultos=31 y Mayores=30) en los apartados donde se identificó su influencia como un hecho relevante para la constitución del perfil de usuario.
- **Análisis pormenorizado** de similitudes y diferencias significativas de las plazas en algunos casos.
- **Análisis de cruces** de datos significativos para el estudio con el objeto de identificar la influencia conjunta de más de una variable.

1er. barrido | análisis global + análisis pormenorizado

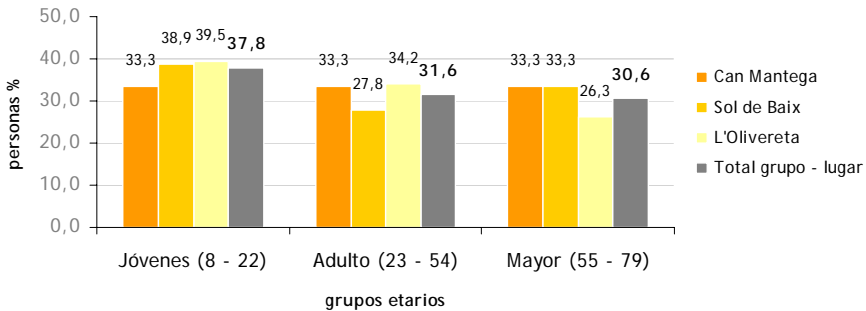
A. Datos Generales / Perfil del Usuario

1.- Distribución de la muestra respecto a la edad de los entrevistados:

El pase del cuestionario permitió obtener datos de usuarios que van desde los 8 hasta los 79 años.

La muestra obtenida se compone de 98 personas (N=98). Del 100% de los entrevistados, la distribución general en términos de edad ha sido la siguiente: los **jóvenes con un 37,8%**, **adultos 31,6%** y finalmente los **mayores con 30,6%** de representación.

Distribución de Edad por Lugar
(total muestra)



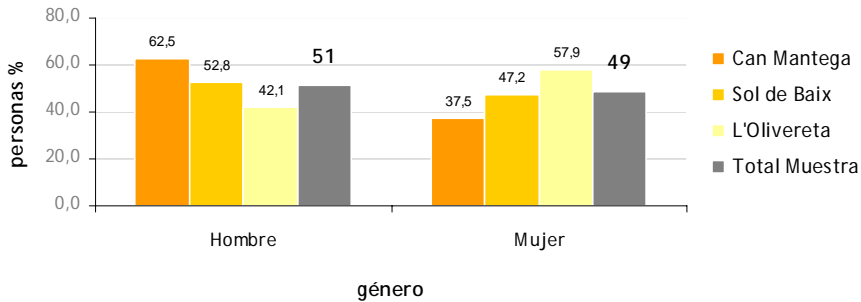
La edad promedio arrojada para cada categoría es de 15 años, 38,5 años y 67 años respectivamente, así mismo, 43,5 años corresponde a la media del total de los encuestados.

2.- Distribución por sexo

La distribución por sexo se presenta bastante homogénea en el total de la muestra, un **51% corresponden al sexo masculino** y el **49% al femenino**.

Entre las tres plazas, la más alta representación de hombres la tiene la plaza Can Mantega (62,5) y la mayor representación de mujeres se encuentra en L'Olivereta (57,9%).

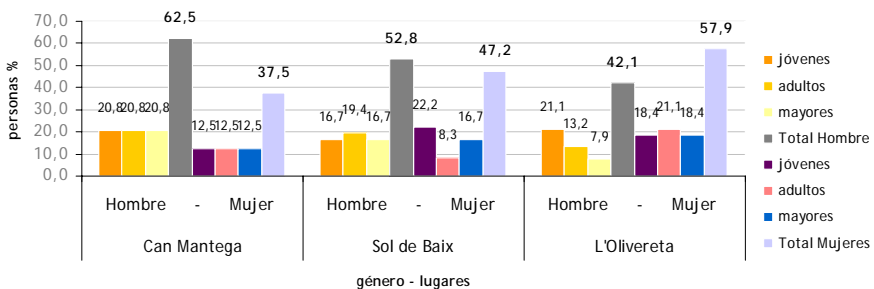
Distribución del Género por Lugar
(total muestra)



» gráfico 5.2:

Conjuntamente a lo anterior, la *distribución del sexo y grupo etáreo de cada plaza* en la encuesta manifiesta que en Can Mantega los hombres se dividen homogéneamente en los tres grupos etáreos (20,8%) y las mujeres también (12,5%), en *Sol de Baix* la mayor representación de los *hombres* presentes la tienen los *adultos* (19,4%) y de las *mujeres* las *jóvenes* (22,2%), y finalmente en *L'Olivereta* la mayoría de *hombres* son *jóvenes* (21,1%) y la mayoría de las *mujeres* son *adultas* (21,1%).

Comparativa por lugar de distribución por Sexo y Edad
(total lugar)



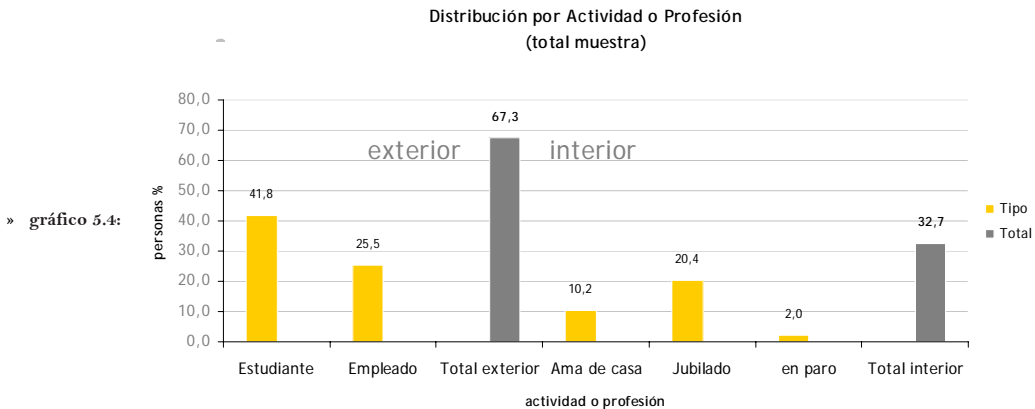
» gráfico 5.3:

3.- Distribución por actividad o profesión

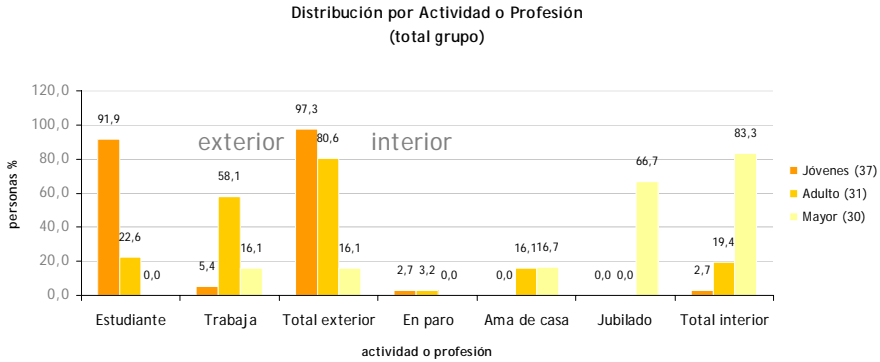
En un primer análisis de las actividades o profesión de los encuestados, ha sido posible identificar 5 grupos con diversos grados de representación en el total de la muestra: **Estudiantes (41,8%), Empleados (25,5%) Jubilados (20,4), amas de casa (10,2%) y en paro (2%).**

Estas actividades a su vez se han agrupado bajo características comunes en:

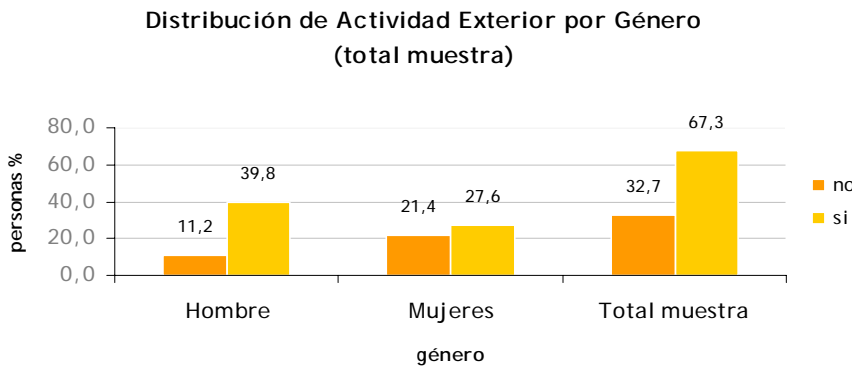
- › **actividades al exterior**, es decir, que demandan habituales desplazamientos por la ciudad, tales como, estudiantes o empleados.
- › **actividades al interior**, las que se desarrollan principalmente al interior de la vivienda tales como, amas de casa, jubilados/as y personas en paro.



El análisis por grupo etáreo ha permitido identificar que el **97,3% de los jóvenes realizan actividades vinculadas al estudio y/o trabajo**; a su vez, que el **58,1%** de los **adultos trabaja fuera de la casa y el 22,6% es estudiante** y finalmente, que **el 66,7% de las personas mayores está jubilada.**



» gráfico 5.5:



» gráfico 5.6:

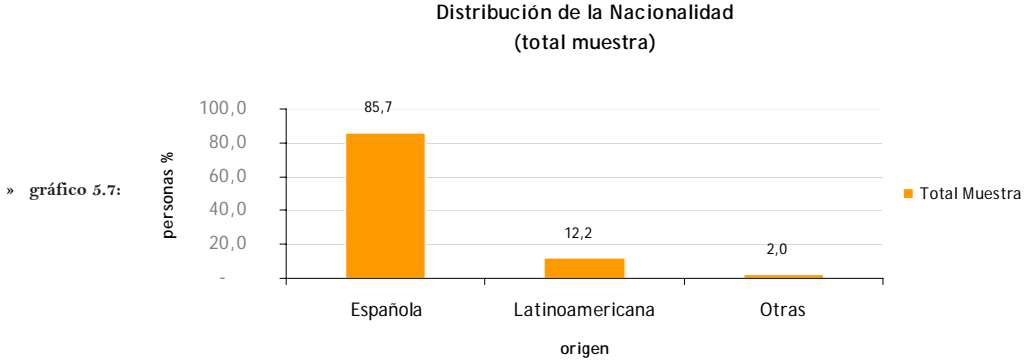
Algunos hechos relevantes al respecto son que el **67,3% de los encuestados se encuentran realizando actividades fuera del hogar y de frecuencia habitual - externas** (estudiantes y empleados 2/3 de la muestra) y que **el 32,7% se encuentra realizando actividades vinculadas a la vivienda propia - internas** (jubilados, amas de casa y en paro).

Respecto **al perfil de usuarios** es posible establecer que los usuarios de las plazas **son** principalmente **personas activas**, es decir, que realizan actividades cotidianas que les demanda una vinculación constante con el exterior. Por lo tanto, es posible pensar que **esta condición de activos** (jóvenes, adultos o mayores) se puede **constituir en un facilitador de la concurrencia de estos tipos a las plazas**. (ver categorías propuestas por Gehl, 2006, p.200)

La homogeneidad de la muestra en cuanto a la distribución de género de las personas, no se mantiene respecto a las actividades que realizan o la profesión que poseen las personas encuestadas.

4.- Distribución de la nacionalidad

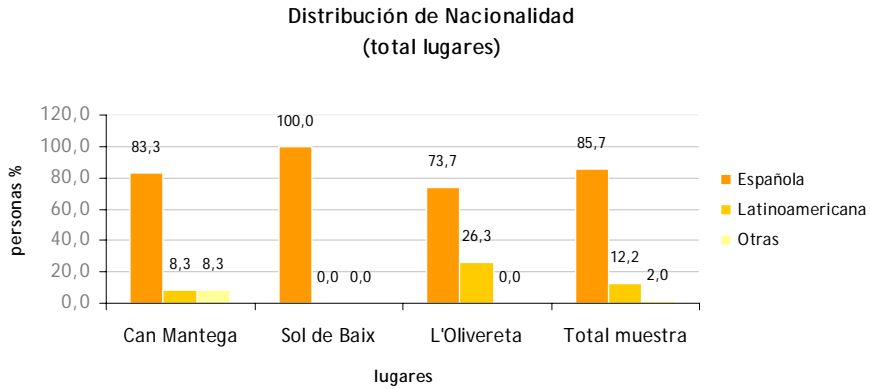
En una aproximación general a la nacionalidad, es posible determinar que el perfil de usuario de las plazas estudiadas es *mayoritariamente de origen español (85,7%)* y que del *14,3%* de los usuarios de *otras nacionalidades el 12,2%* corresponde a *latinoamericanos*.



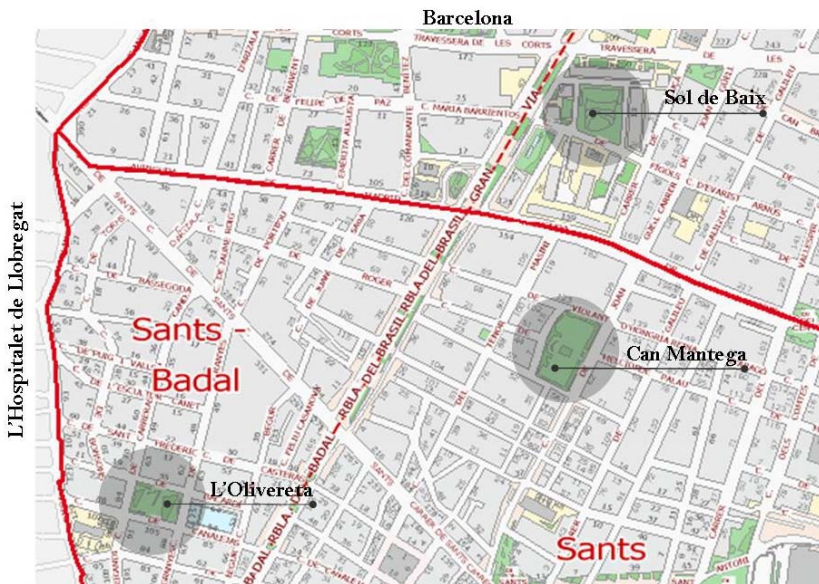
En un posterior estudio detallado de los lugares estudiados se ha podido identificar que la situación geográfica donde se inserta la plaza aparece como un factor de influencia en la representación de los usuarios extranjeros en cada lugar.⁹

Así, en la medida que nos vamos alejando del centro de la ciudad hacia los límites de L'Hospitalet (plaza L'Olivereta); la representación de los usuarios no españoles (latinoamericanos y otras nacionalidades) aumenta en el uso de las plazas (Sol de Baix 0%, Can Mantega 16,7% y L'Olivereta 26,3%).

⁹ La plaza de Sol de Baix se ubica en el distrito de Les Corts, y Can Mantega y L'Olivereta en el distrito de Sants-Montjuic. Sol de Baix y Can Mantega, aunque pertenecen a distintos distritos, se encuentran muy próximas, ambas casi en los límites de los distritos donde están insertas, este hecho hace que la nacionalidad de sus usuarios no presente grandes diferencias. En el caso de L'Olivereta es posible establecer que su cercanía a la ciudad de la L'Hospitalet (la plaza se ubica a una calle del límite de la ciudad de Barcelona con L'Hospitalet) es un elemento determinante a la hora de definir el perfil de usuario, ya que esta ciudad registra en segunda mayoría a la población latinoamericana según datos del 2006.



» gráfico 5.8:



» figura 5.2:

Ubicación de las plazas utilizadas en el estudio.

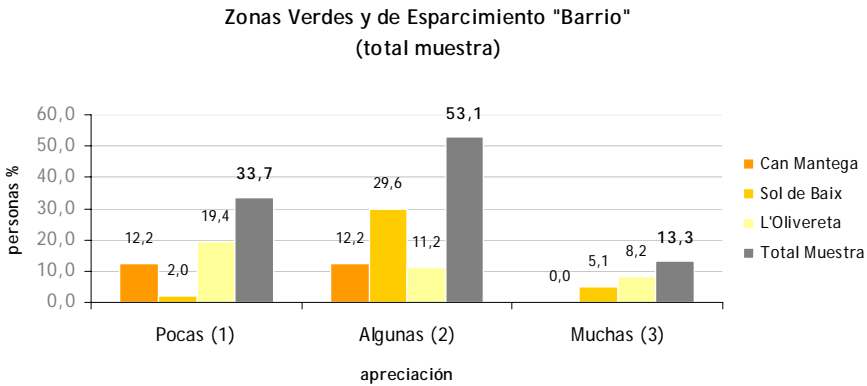
El análisis estadístico respecto a la nacionalidad de los usuarios ha permitido establecer que los españoles son usuarios mayoritarios frente a los de otras nacionalidades. Sin embargo, el estudio detallado permite observar un aumento en los latinoamericanos, influenciado por el lugar donde se inserta la plaza.

La ubicación de las plazas (distrito), las características del entorno (barrios y actividades) y la historia del lugar aparecen como un factor determinante a la hora de definir el perfil de usuario.

5.- Distribución apreciación de la oferta del entorno (Barrio)

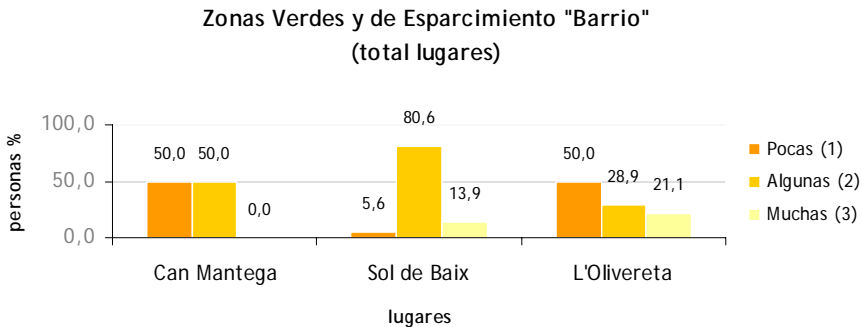
Respecto a la *apreciación de la oferta del entorno - Barrio* (zonas verdes y de esparcimiento) el **13,3%** del total de los usuarios manifiesta una *valoración positiva*, expresando que existen *muchas*. Por otro lado, entre el resto de los usuarios (**86,8%**) que valora este aspecto como *pocas o algunas*, los datos muestran que el **53,1% de las personas prefieren situarse en la evaluación intermedia (algunas)**, no comprometiéndose categóricamente su valoración, pero los que manifiestan *pocas* son mayoritarios entre los extremos (**33,7%**).

» gráfico 5.9:

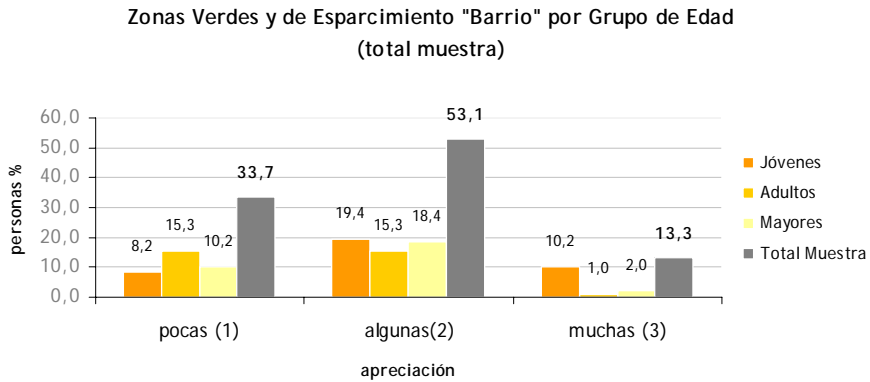


Aunque en general los usuarios se manifiestan insatisfechos con la cantidad de zonas verdes disponibles en el barrio, lo que nos lleva a pensar que el grado de satisfacción general de los usuarios es bajo, la percepción de los usuarios difiere considerablemente de un lugar a otro. A este respecto cabe destacar que personas de *L'Olivereta* son los que tienen *una mejor valoración hacia la existencia de zonas verdes en el barrio*.

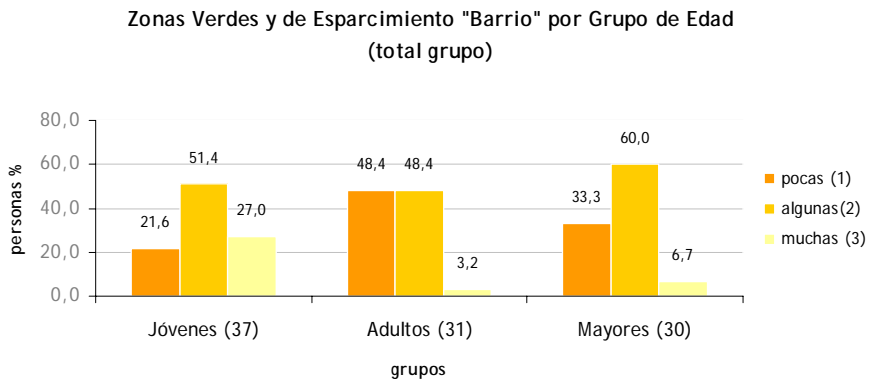
» gráfico 5.10:



En relación a las **edades** de los encuestados, el comportamiento es similar a lo que ocurre en el análisis general; de la mayoría que valora este aspecto como **algunas**, el **19,4% son jóvenes**, el **15,3% son adultos** y el **18,4% son mayores**.



Al considerar el análisis por grupos, los usuarios que evalúan más débilmente este aspecto (**pocas o algunas**) son los **adultos (96,8%)**, seguidos de los **mayores (93,3)**



Los pocos usuarios que manifiestan una valoración positiva en este aspecto son en su mayoría **jóvenes**, y aunque esta valoración no tiene una representación destacada en el total de las apreciaciones, es

importante mencionarla ya que del 100% de ellos el **27%** considera que son **muchas**.

Los principales usuarios que evalúan como **pocas** la existencia de las zonas verdes y de esparcimiento en el barrio son los **adultos** y los **mayores**

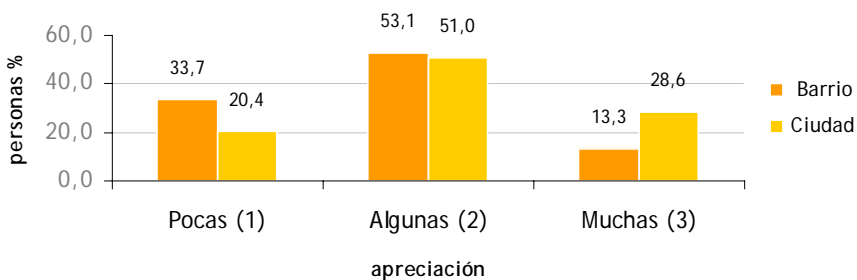
En cambio, el hecho que por parte de los jóvenes haya valoración positiva puede deberse a un mayor conocimiento del contexto barrio ya que ellos tienen mayor flexibilidad de movimiento y más libertad de horario para concurrir y conocer otros lugares disponibles.

6.- Distribución conocimiento del entorno (Ciudad de Barcelona)

La apreciación del entorno en cuanto a la cantidad de zonas verdes y de esparcimiento disponibles en la ciudad de Barcelona se presenta de manera similar a lo que ocurre con los barrios. El 51% de las personas (N=50) se sitúan en la valoración intermedia (algunas), casi en igual proporción (53%) que en caso de la valoración de los barrios (N=52).

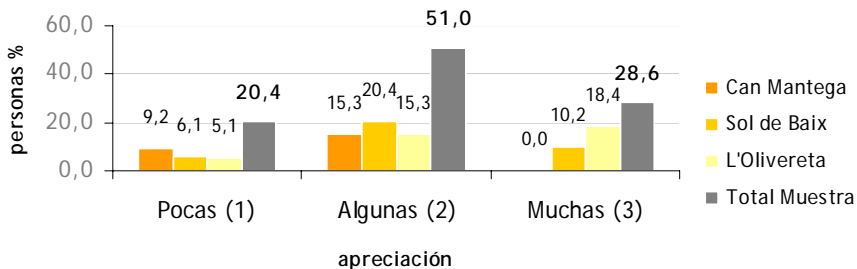
Del 49% restante, el **28,6%** considera que son **muchas**, mostrando un pico del 8,2% por sobre el **20,4%** de los que consideran que son **pocas**.

Comparativa "Barrio" y "Ciudad"
(total muestra)



» gráfico 5.13:

Zonas Verdes y de Esparcimiento "Ciudad" (total muestra)

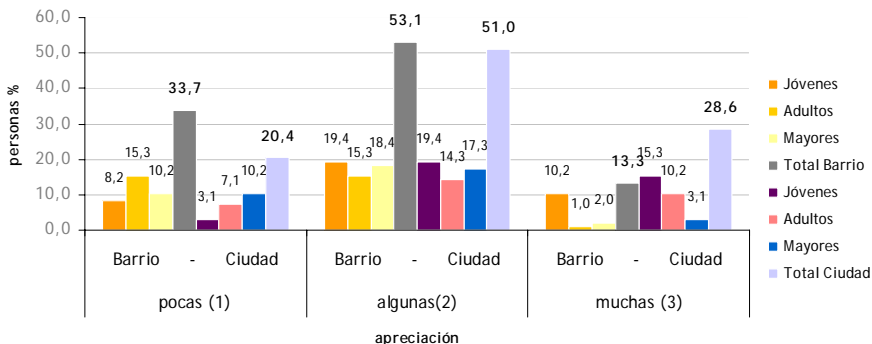


» gráfico 5.14:

En este caso se ha invertido la valoración extrema, de manera que un porcentaje similar al que consideraba *pocas* en la pregunta anterior manifiesta aquí que son *muchas* y viceversa. En general, esta apreciación efectiviza un cierto criticismo respecto de la oferta de plazas en los barrios, al considerar que existen más en la ciudad que en su zona.

La valoración por edades es más positiva que lo que ocurre en los barrios, aunque los *jóvenes (19,4%)*, *adultos (14,3%)* y *mayores (17,3)* mantienen sus valoraciones constantes y en proporciones similares cuando valoran como *algunas*. Sin embargo, en todos los grupos etarios se manifiesta un aumento de los que las perciben como *muchas*.

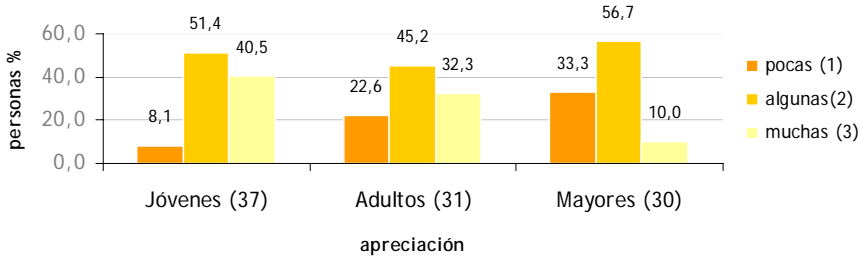
Comparativa "Barrio" y "Ciudad" por Grupo de Edad (total muestra)



» gráfico 5.15:

Al interior de los grupos etarios destaca la percepción de los adultos, ya que invierten sus percepciones extremas, es decir, para ellos las zonas verdes de la ciudad destacan por sobre las del barrio.

**Zonas Verdes y de Esparcimiento "Ciudad" por Grupos de Edad
(total grupos)**



Sobre los apartados 5 y 6 es posible observar que:

- › Los usuarios tienden a ser más exigentes en la valoración con los espacios que tienen una relación directa con ellos (barrio) que con los que tienen un carácter más general (ciudad).
- › Existe una sobrevaloración respecto a lo de los otros por sobre lo propio.
- › Los jóvenes son los que perciben más positivamente la existencia de zonas verdes y de esparcimiento en general.
- › Frente a las preguntas sobre conocimiento, es decir, donde se pone a prueba lo que ellos saben al respecto, los usuarios prefieren situarse en un valoración intermedia, evitando así manifestarse erróneamente frente al fenómeno analizado.

7.- Tiempo que demora en llegar a la plaza (minutos)

El interés en este punto está en identificar si la distancia física reflejada en el tiempo percibido del trayecto es una determinante para definir a los principales usuarios del lugar, además de identificar el grado de vecindad de los usuarios, es decir, si los usuarios son o no vecinos del plaza.

La proximidad de la vivienda a la plaza es un aspecto importante a la hora de definir el **perfil del usuario** que es posible encontrar en el lugar. Según los datos obtenidos, el **58,2% demora** (le cuesta) **menos de 5 minutos** en llegar a la plaza y al **30,6%** le cuesta **más de 5 y menos de 10 minutos**: sólo al **11,2% tarda más de 10 minutos**.

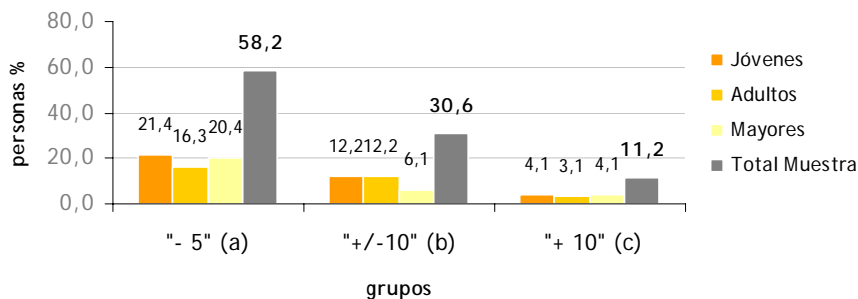
Si consideramos que en 5 minutos a una velocidad de 1mt/seg recorreremos aproximadamente unos 300 mts., es posible establecer que la mayoría de los usuarios, (**88,8%**) **vive** a no más 600 metros de la plaza. Más preciso aún, el **58,2%** de los usuarios encuestados de las plazas estudiadas **recorre menos de 3 calles para llegar al lugar**.

$$D = v(\text{mt/s}) \times t(\text{seg.})$$

$$D = 1\text{mt/seg} \times 300 \text{seg}^{10}$$

En lo que respecta al análisis por grupos etéreos para la primera mayoría (**menos de 5 minutos**), se observa una distribución por edad bastante homogénea, donde el **21,4%** corresponde a **jóvenes**, el **16,3%** a **adultos** y el **20,4%** a **mayores**. Sin embargo, se hace relevante mencionar que dentro del total de **mayores** presentes en la plaza el **66,7%** de ellos (2/3) manifiesta que tarda menos de 5 minutos en llegar al lugar.

Tiempo empleado en llegar a la Plaza
(total muestra)

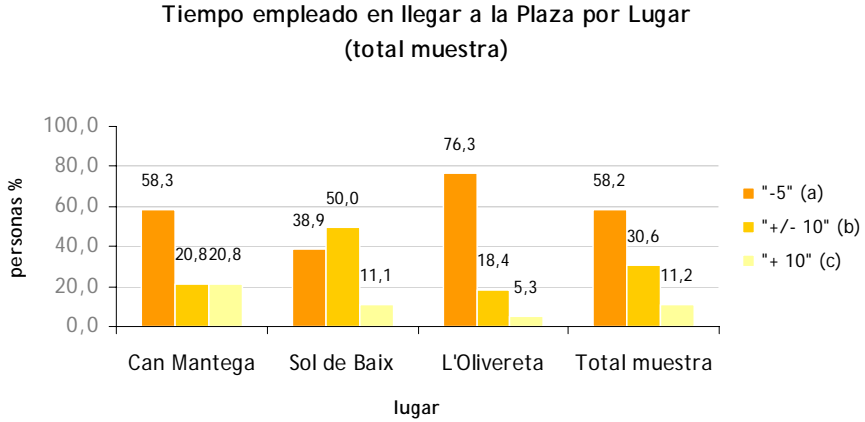


» gráfico 5.17:

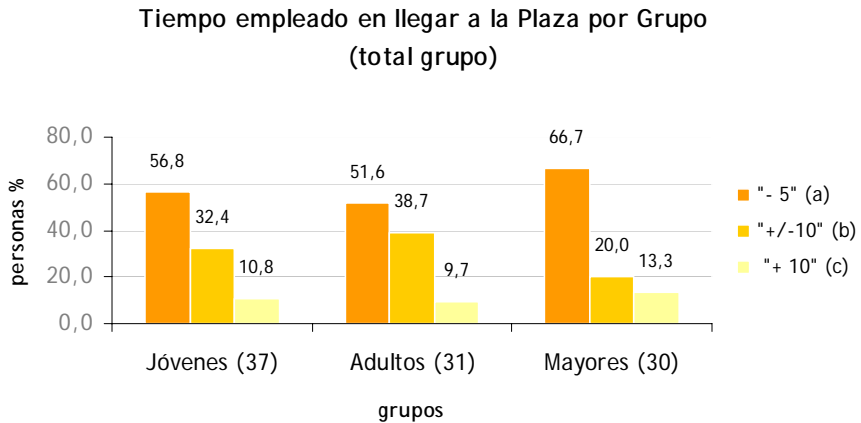
¹⁰ Fórmula distancia recorrida en 5 minutos.

Si bien la mayoría de los usuarios son vecinos de las plazas estudiadas, el análisis detallado permite visualizar que a la plaza **L'Olivereta** acuden en su mayoría (**76,3%**) personas que viven muy cerca del lugar.

» gráfico 5.18:



» gráfico 5.19:



Por lo tanto, es posible establecer que:

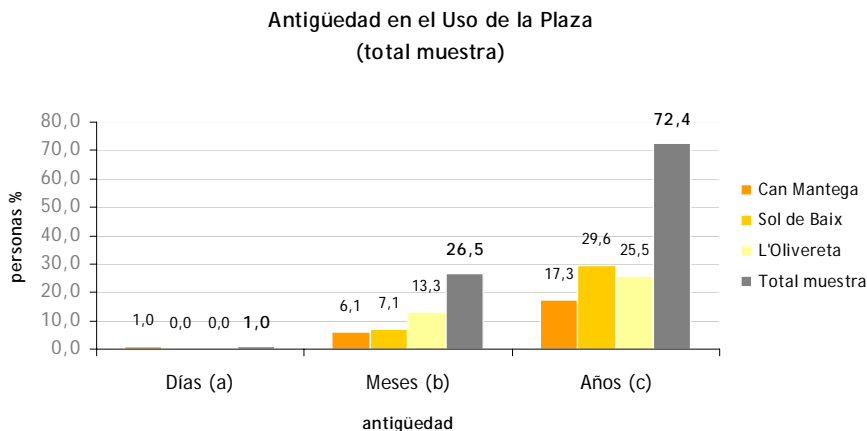
- » La mayoría de los usuarios corresponde a vecinos muy cercanos de la plaza, ya sea porque trabajan, viven o estudian cerca.

- › Así, el factor distancia recorrida (mts/seg.) se torna relevante a la hora de determinar quienes son los principales usuarios del lugar (plaza).
- › Si consideramos que la velocidad de desplazamiento de los mayores suele ser menor que la de los jóvenes y adultos, es posible afirmar que **los mayores recorren menos distancia en igual tiempo** y por consiguiente viven más próximos a la plaza, por lo que, a la hora de establecer la vecindad de ellos, **este hecho los sitúa como los vecinos más próximos del lugar.**

8.- ¿Desde cuándo viene a esta plaza? - Antigüedad en el uso

La antigüedad en el uso de la plaza arroja importantes datos para conocer la existencia y la creación de vínculos con el lugar.

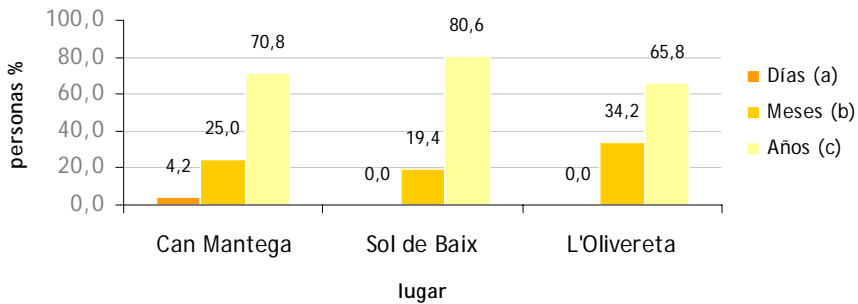
Los presentes en las plazas son en su mayoría (**72,4%**) **personas que llevan años** acudiendo al mismo lugar, por lo tanto poseen ciertos lazos con él. Por otro lado, el **26,5% llevan a lo menos meses** y sólo el **1,0%** corresponde a usuarios nuevos (**días**).



Si bien las tres plazas cuentan casi en su mayoría (100%) con usuarios que la visitan hace meses y/o años, cabe destacar que de las muestras obtenidas por lugar, Sol de Baix tiene la más alta mayoría de usuarios

que acuden a ella hace años y L'Olivereta la más baja de las tres plazas en este aspecto.

Antigüedad en el Uso de la Plaza (total lugar)



A partir de lo anterior es posible decir:

- › El 99% son usuarios de la plaza que tienen cierta antigüedad en el uso de esta (meses o años)
- › El 72,4% de las personas de la plaza es probable que reconozca a los demás usuarios habituales del lugar.
- › La plaza se constituye para los usuarios en una prolongación de la vivienda en cuanto a familiaridad del entorno.
- › El 1% de los usuarios de las plazas es nuevo en el lugar.
- › Es difícil que los no vecinos del lugar (barrio) se encuentren en las plazas de manera habitual.

El conocimiento del tiempo desde cuando asisten los usuarios a la plaza permite establecer que a mayor antigüedad los lazos son más fuertes. Es decir, si los usuarios de las plazas son personas que llevan tiempo acudiendo a ella, serán personas más arraigadas al lugar.

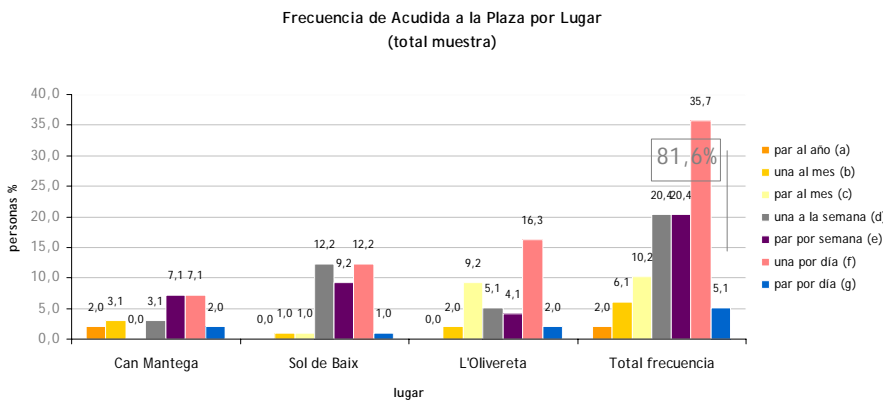
Como hemos visto, el 88,8% vive, trabaja o estudia a más o menos 10 minutos de la plaza (pregunta n°7), los cual los define como **vecinos de la plaza**, si a esto se agrega **la antigüedad en el uso de ella, se observa que esto es un factor importante de influencia**. A su vez,

las diferentes escalas de tiempo (días, meses y años) nos han permitido caracterizar al tipo de usuario que servirá para una posterior consideración en la toma de decisiones respecto a los acontecimientos que afectan a la plaza.

Se verá más adelante que a mayor antigüedad en el uso, mayor implicancia y vínculos con los hechos relacionados a la plaza.

9.- Frecuencia con que viene a la Plaza

La frecuencia con la que los usuarios suelen acudir a la plaza es bastante importante, ya que la mayoría lo suele hacer *una vez al día (35,7%)*. De igual forma, hay una proporción importante de los que acuden *un par de veces por semana (20,4%) y una vez a la semana (20,4%)*. No menos relevante son el *5,1%* de los usuarios que visitan la plaza *dos veces por día*.



» gráfico 5.22:

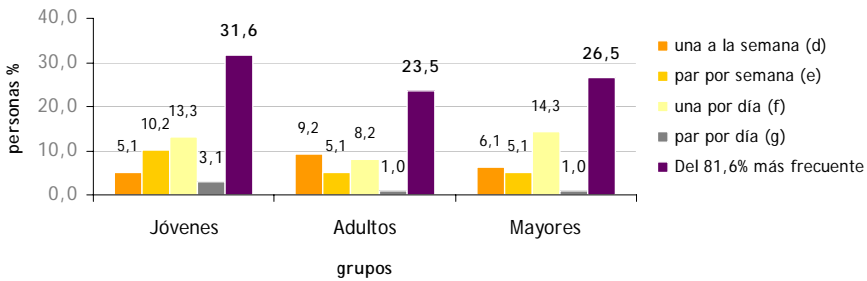
El análisis de la asiduidad de visitas arroja que un *81,6% de los encuestados suele visitar la plaza todas las semanas*. Más destacado aún es que de esta mayoría el *50% acude a lo menos una vez al día*. Por lo tanto, según los datos obtenidos es posible establecer que:

› Los usuarios de la plaza son personas que revelan ciertas prácticas o rutinas en cuanto al uso del lugar.

- › Las prácticas asociadas a la frecuencia de uso nos permiten categorizar que la ida a la plaza se encuentra en el nivel alto de importancia dentro de las actividades cotidianas de los usuarios.

Del total de los usuarios que mantienen ciertas rutinas en cuanto a las visitas a la plaza **“una vez a la semana hasta dos veces al día (81,6%)”**, los jóvenes (31,6%) y los mayores (26,5%) son claramente los usuarios más habituales. Así mismo, cabe destacar que el 43,2% de los jóvenes y 50% de los mayores que acuden a la plaza lo hace diariamente.

Frecuencia de acudida a la Plaza por Grupo de Edad
(del 81,6% más frecuente)

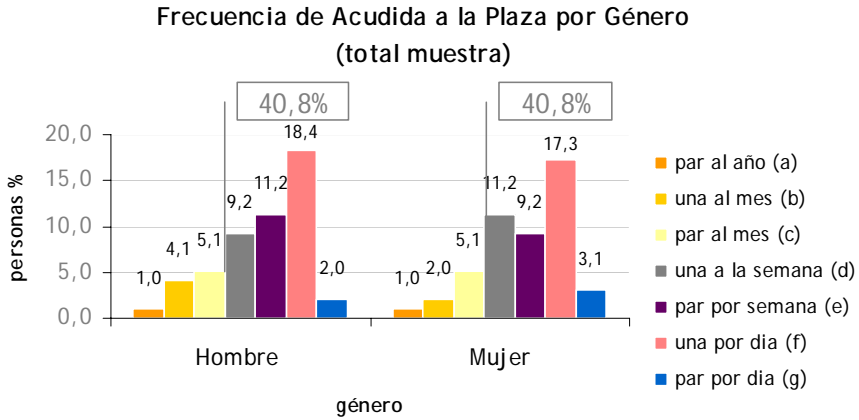


» gráfico 5.23:

Lo anterior permite establecer que:

- › Si bien los resultados establecen que las personas encuestadas son en su mayoría usuarios habituales, los jóvenes y mayores conforman un grupo significativo en este aspecto.

Adicionalmente, la distribución por sexo de los usuarios que frecuentan la plaza entre **una vez a la semana y dos veces al día** es homogénea, **hombre y mujeres con un 40,8%** cada grupo. En el interior de cada uno de ellos, la representación de los que vienen cada día sucede se manifiesta de manera similar: **hombres (41,7%) y mujeres (40%)** tienen porcentaje comparables.

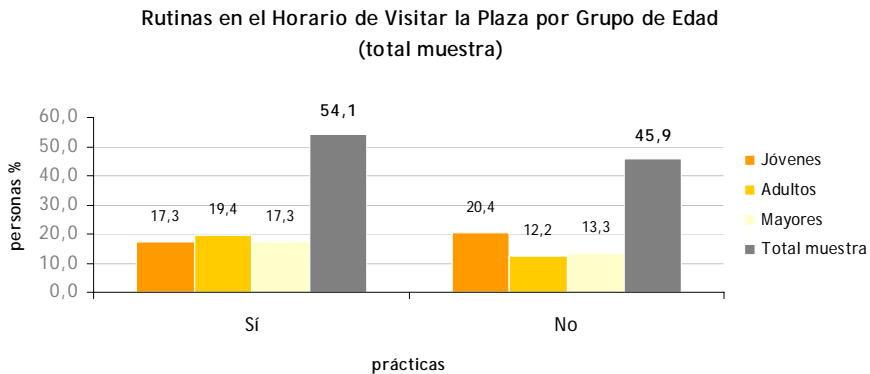


» gráfico 5.24:

10.- ¿Suele visitar la Plaza a la misma hora? – Prácticas de Visita

En cuanto a las prácticas de visita el **54,1%** de los usuarios **mantiene ciertos hábitos** respecto a la hora en que suele visitar la plaza, y el **45,9% acude en horarios diferentes cada vez que la visita**. Este hecho muestra que las prácticas de – **visita la plaza a la misma hora** – se constituye en un hábito para la mitad de los usuarios.

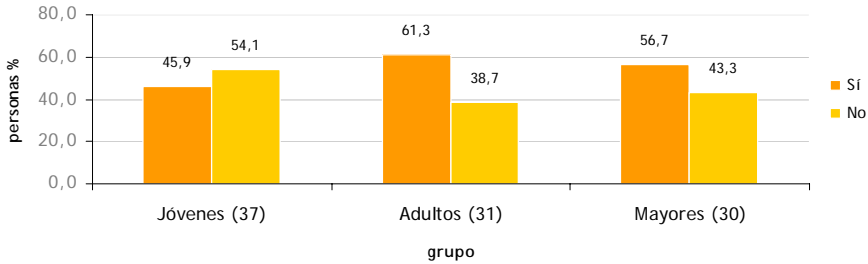
Entre los que manifiestan tener ciertas rutinas en cuanto a la hora de visitar la plaza, los **adultos** ocupan un lugar destacado con el **19,4%**, seguido de los **mayores** y los **jóvenes** con el **17,3%** en ambos casos.



» gráfico 5.25:

Al indagar al interior de cada grupo, se revela que el porcentaje de los **adultos** que visitan la plaza a la misma hora constituye una alta frecuencia en su especie (**61,3%**) valor que se reduce entre los **mayores al 56,7%** y entre los **jóvenes al 45,9%**.

Rutinas en el Horario de Visitar la Plaza
(total grupo)



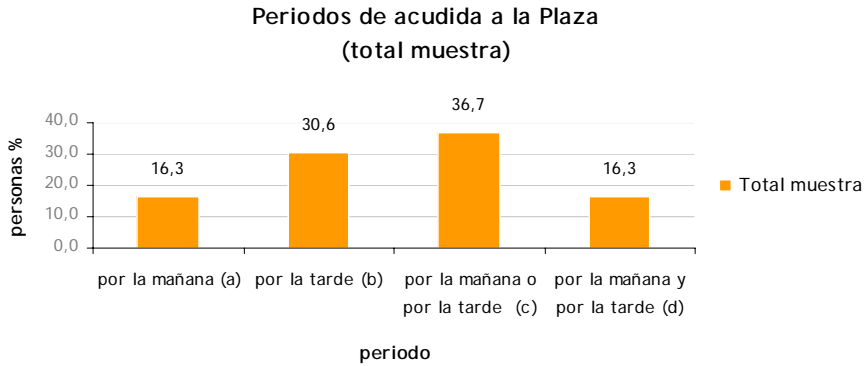
En cuanto a las prácticas de visita es posible afirmar que:

- › En términos generales, si existe un comportamiento dominante entre los que suelen visitar la plaza a la misma hora.
- › Entre el total de los usuarios de las plazas, los **adultos** destacan por sobre los **jóvenes y los mayores** en mantener ciertas prácticas o rutinas en cuanto al horario de visita.
- › De los hombres y mujeres que visitan la plaza, son los varones quienes declaran ciertas rutinas en cuanto las horas que suelen visitar la plaza.
- › La regularidad predominante de los adultos podría explicarse por sus rutinas laborales, es decir, existe la posibilidad que este grupo esté vinculado a las actividades menos flexibles y por consiguiente, tenga horarios libres para acudir a la plaza más restringidos que el resto.

11.- ¿Cuándo viene a la Plaza?

Respecto a los periodos del día en que los usuarios acostumbran acudir a la plaza, las dos primeras mayorías se sitúan en que **un 36,7%** vienen a la plaza **por la mañana o por la tarde** y **un 30,6%** lo

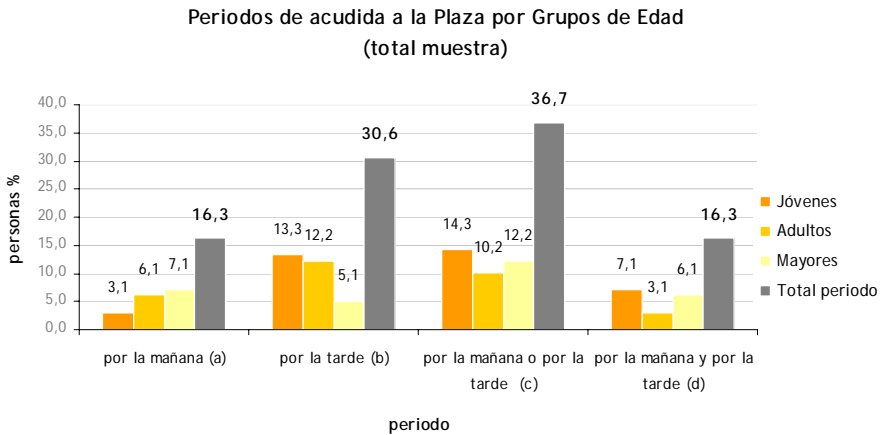
hace *por la tarde*. Aunque los datos revelan que no existe un horario definido de preferencia por los usuarios para visitar la plaza, un **16,3% de usuarios visitan la plaza en ambos periodos**, es decir, que asisten al lugar dos veces al día.



» gráfico 5.27:

Adicionalmente, es posible observar leves diferencias y ciertos hábitos entre los grupos etáreos las cuales son importantes de destacar.

- » **periodos preferentes por edades:** Los *adultos (12,2%)* y los *jóvenes (13,3%)* destacan entre los usuarios que suelen acudir a la plaza *por la tarde* y los *mayores (7,1%)* entre los que lo hacen *por la mañana*.

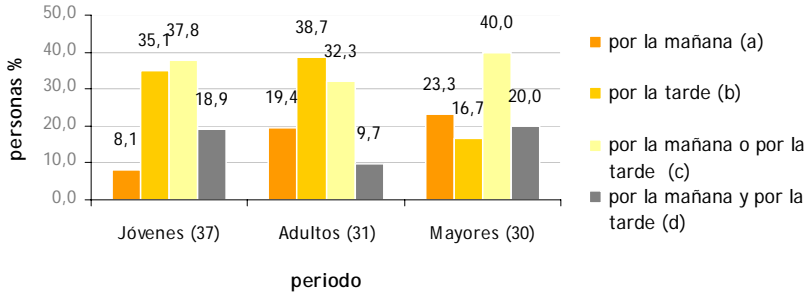


» gráfico 5.28:

Al considerar al total de los usuarios que acuden con certeza en cada periodo, la representación por grupos es:

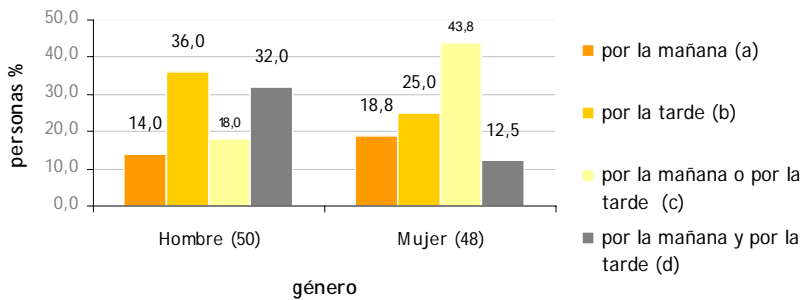
- » El **54,1%** de los **jóvenes** acude a la plaza **por la tarde**, el **48,4%** de los **adultos** acude a la plaza **por la tarde** y el **43,3%** de los **mayores** acude a la plaza **por la mañana**.

Periodo de acudida a la Plaza
(total grupos)



Respecto al análisis de género y las franjas horarias en que suelen acudir a la plaza, el **43,8%** de las **mujeres** acuden indistintamente **por la mañana o por la tarde** y el **36%** de los **hombres lo hace por la tarde, aunque el 32% de ellos manifiesta hacerlo en ambos periodos**. Respecto a los usuarios que lo hacen por la mañana son **las mujeres (9,2%)** las que destacan por sobre los hombres.

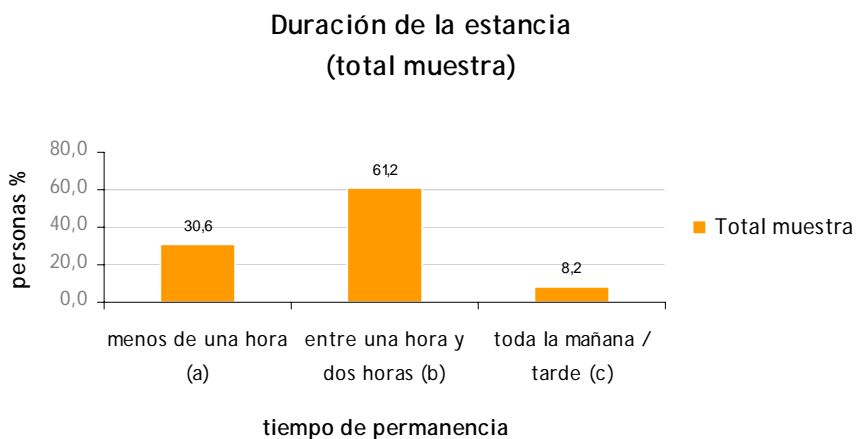
Periodos de acudida a la Plaza
(total género)



Como se ha visto, los jóvenes y los adultos frecuentan las plazas preferentemente por la tarde y los mayores lo hacen por la mañana. Estos hechos son apreciables para las decisiones que se pudiesen tomar en cuanto a las actividades y/o elementos que se pudiesen incorporar en la definición del lugar y para evaluar los existentes. Aspectos como la orientación de la plaza, disposición de los elementos, aprovechamiento de la luz solar y protección de esta pueden hacer más o menos grata la estancia en el lugar, si consideramos cuales son los espacios de tiempo de mayor uso y quienes son sus principales consumidores.

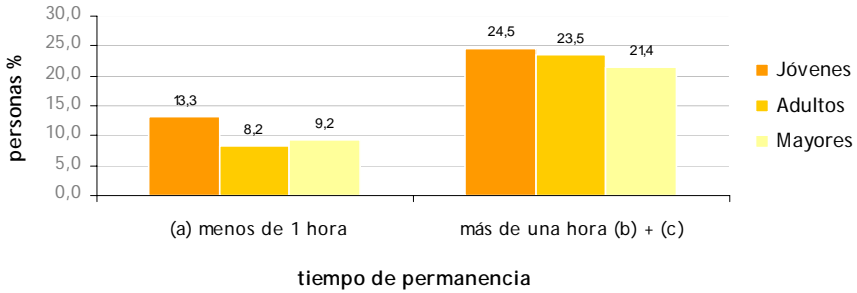
12.- ¿Cuánto tiempo suele estar en la Plaza?

Otro aspecto que tiene especial relevancia es el tiempo que permanecen en la plaza los usuarios. En general, es posible establecer que los usuarios invierten en su estancia en la plaza una parte importante del día ya que el **61,2%** destina entre **una y dos horas** y un **8,2 %** de los usuarios declara que permanece en la plaza **toda la mañana o la tarde**. También existe un número importante de personas, el **30,6%**, que tienen una permanencia de **menos de una hora** en la plaza.



Al tomar en cuenta sólo a los usuarios que realizan estancias de **más de 1 hora** en la plaza, son los **jóvenes** quienes destacan en este aspecto, con el **24,4%**, seguido de los **adultos 23,5%** y los **mayores** con un **21,4%**.

Duración de la estancia por Grupos de Edad (total muestra)

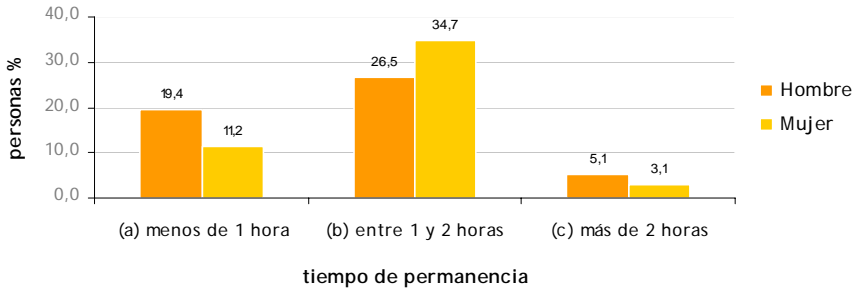


» gráfico 5.32:

Por otro lado, al examinar cada grupo etario es posible determinar que el **74,2%** de los **adultos**, el **70%** de los **mayores** y el **64,9%** de los **jóvenes** permanecen **más de 1 hora** en la plaza, lo que revela una importante representación en cada categoría.

En relación al género y el tiempo de permanencia en la plaza, son las **mujeres (34,7%)** las que suelen permanecer más tiempo en el lugar (**entre 1 y 2 horas**) y además el **70,8%** de ellas se comporta de igual manera.

Duración de la estancia por Género (total muestra)



» gráfico 5.33:

De los datos anteriores es posible concluir que:

El análisis de los tiempos de permanencia arroja que la mayoría de los usuarios destina entre **una y dos horas** para estar en el lugar.

Las **mujeres** destinan más tiempo que los hombres para estar en la plaza. Este hecho sumado a que son los **jóvenes** quienes que se comportan de igual manera nos hace pensar de son ellas las que acompañan a los niños preferentemente a este lugar.

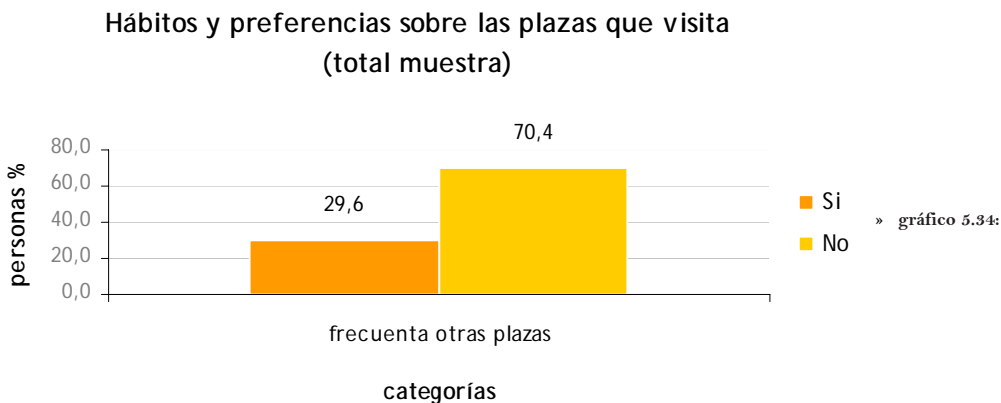
La **duración** de las estancias para los diferentes colectivos de usuarios puede estar **influenciada** por las **actividades** propias de cada uno (edad y género) y/o por las que se **realizan en el lugar**. A su vez, el **horario en que se frecuenta** la plaza también puede ser un factor de injerencia en el tiempo de permanencia.

La oferta de programas y las características del entorno (lugar) aparecen con un posible factor de influencia sobre la duración de las estancias.

Lo datos anteriores resultan reveladores a la hora de determinar quienes son los principales consumidores del lugar y sobre quienes influirán de manera más directa los cambios de una posterior intervención en los elementos del entorno.

13.- ¿Frecuenta usted alguna otra Plaza de Barcelona?

En cuanto a la lealtad que los encuestados manifiestan con la plaza, los datos muestran que una importante mayoría, con **el 70,4%, se muestran fieles al uso del lugar** ya que no frecuentan ninguna otra plaza de la ciudad de Barcelona.



El análisis dejar ver que las personas frecuentan mayoritariamente un mismo lugar cuando de uso de lugares de esparcimiento y ocio se trata. Una vez que han definido un lugar para visitar en sus tiempos de ocio, lo mantienen durante el tiempo. Por ello, la vinculación con el lugar se hace excluyente de otras posibilidades. En definitiva, este hecho caracteriza a los encuestados como usuarios representativos del lugar.

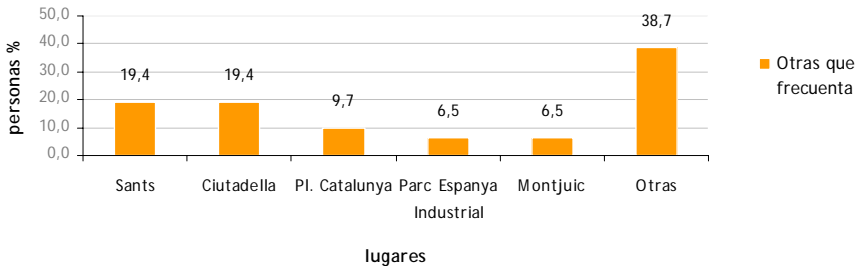
14.- ¿Cuál?

Respecto al 29,6% de usuarios que frecuenta otras plazas en la ciudad de Barcelona (pregunta nº13) ha sido posible identificar y clasificar 17 nombres de plazas frecuentadas las cuales a su vez han sido clasificadas en dos categorías:

- a) **Cercanas**, el **47,1%** **acude a plazas cercanas**, independientemente de si son del barrio o no, y
- b) **Lejanas**, el **52,9%** **acude a plazas y parques que se encuentra alejadas** del barrio y de la plaza analizada.

Otro dato importante es que del 100% de las plazas o parques mencionados por los usuarios que frecuentan otros lugares, los más recurrentes son: **la Plaza de Sants** y el parque de **la Ciutadella** con una representación del **19,4%** en cada caso, la plaza **Cataluña** con el **9,7%** y el parque de **la España Industrial** junto a **Montjuic** con el **6,5%**).

Plazas y/o Parques Frecuentados
(total muestra)



» gráfico 5.35:

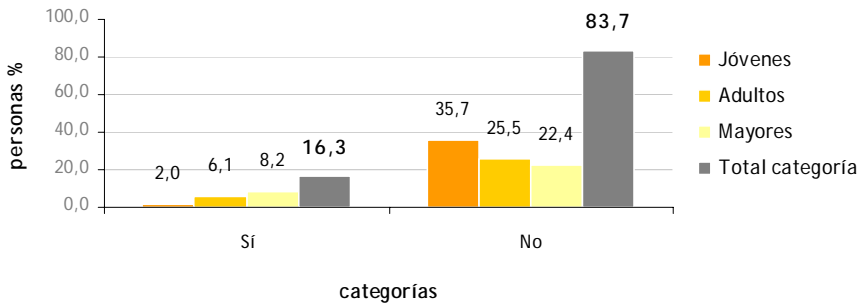
Es importante mencionar que los usuarios que frecuentan otras plazas, la mayoría hace mención a plazas y/o parques que por su ubicación o por sus dimensiones poseen un carácter representativo en la ciudad, las cuales se encuentran fuera del barrio e incluso alejadas de los límites del distrito.

15.- ¿Viene usted solo a la Plaza?

El carácter social de la plaza nos arroja como primer dato relevante que los usuarios *suelen venir acompañados en un 83,7%* y que sólo *un 16,3% lo hace solo*.

Principalmente son los *jóvenes (35,7%)* los que declaran venir acompañados, lo que significa un *94,6%* de representación del grupo en este aspecto, seguidos de los *adultos (25,5%)* y los *mayores (22,4%)*.

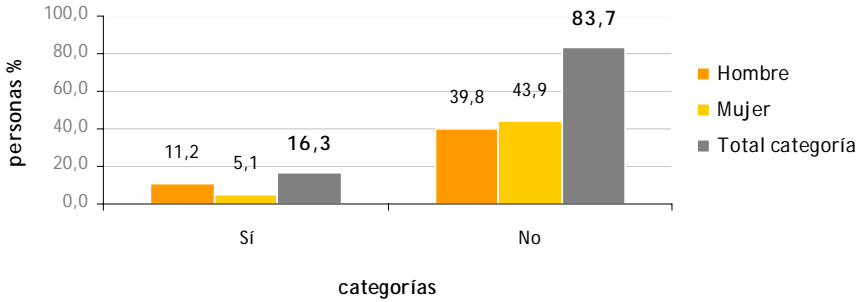
Viene solo a la plaza por Grupo de Edad
(total muestra)



» gráfico 5.36:

En lo que concierne al género se puede observar que las *mujeres (43,9%)* destacan por sobre los *hombre (39,8%)* en acudir a la plaza en compañía.

Viene solo a la plaza por Género (total muestra)



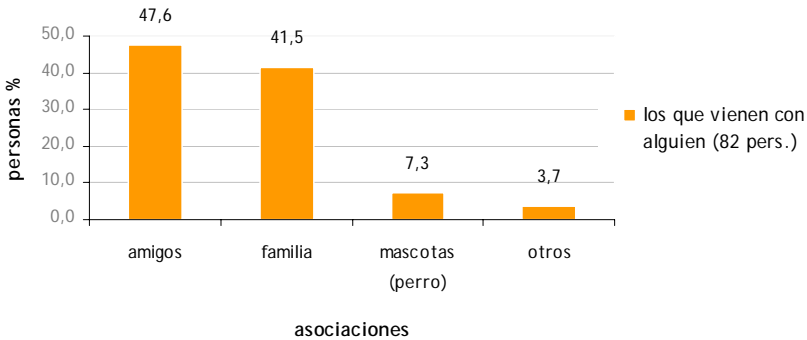
» gráfico 5.37:

16.- ¿Con quién viene?

De los datos obtenidos, ha sido posible identificar cuatro tipos de asociaciones: **familiares, amigos, conocidos y mascotas.**

Del total de los usuarios que declara que viene acompañado a la plaza, el **47,6%** lo hace con **amigos**, el **41,5%** lo hace con **familiares** (padre, hijos sobrinos, nietos, etc.), y sólo un **11%** viene con mascotas o con personas dependientes del trabajo que realizan (niños o adultos que cuidan o con sus perros).

Distribución de con quién viene a la Plaza (total acompañados 82 pers.)



» gráfico 5.38:

Un hecho no menor es el reconocimiento que los usuarios hacen de sus mascotas; su compañía es valorada como una relación más de las que promueven la venida a la plaza.

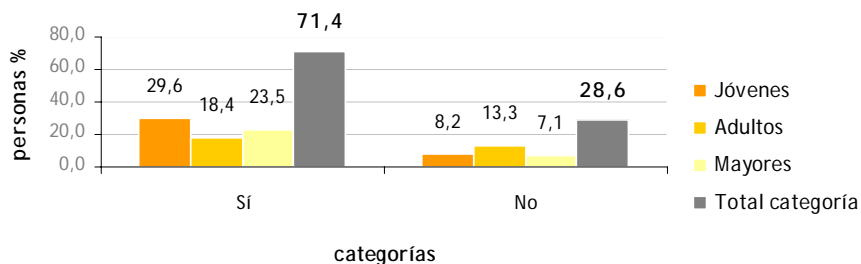
La información de las asociaciones que se generan con la venida a la plaza permite dilucidar importantes datos sobre el tipo de relaciones que estimula, promueve y sustenta la plaza como lugar de esparcimiento y reunión con otros.

17.- ¿Se suele reunir con otras personas en la Plaza?

Respecto al carácter social de la plaza, el análisis general arroja que el **71,4%** de los usuarios **se suele reunir con otras personas** independientemente de que acudan solos o no al lugar.

En relación a los diferentes grupos de edad, cabe destacar que son los **jóvenes (29,6%)** quienes lideran en este aspecto, seguidos por **los mayores (23,5%)** y los **adultos (23,5%)**.

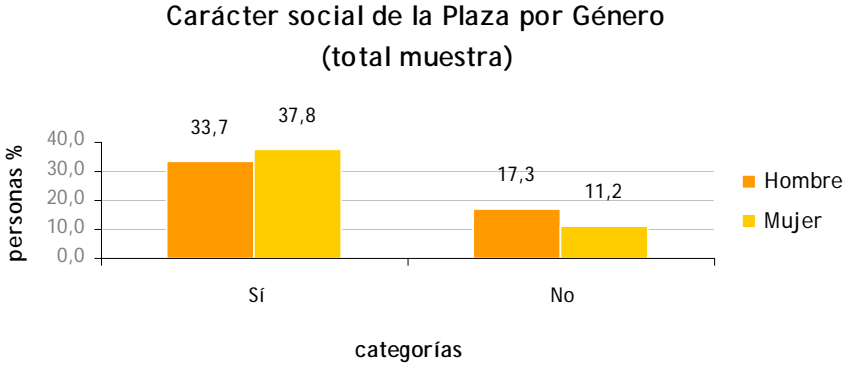
Carácter social de la Plaza por Grupo de Edad (total muestra)



» gráfico 5.39:

Por otro lado, aunque son las mujeres las que preferentemente suelen reunirse con otras personas en el lugar, no existen diferencias significativas de género (**mujeres (37,8%) y hombres (33,7%)**) en el total de los encuestados que se reúnen con otras personas en la plaza.

» gráfico 5.40:

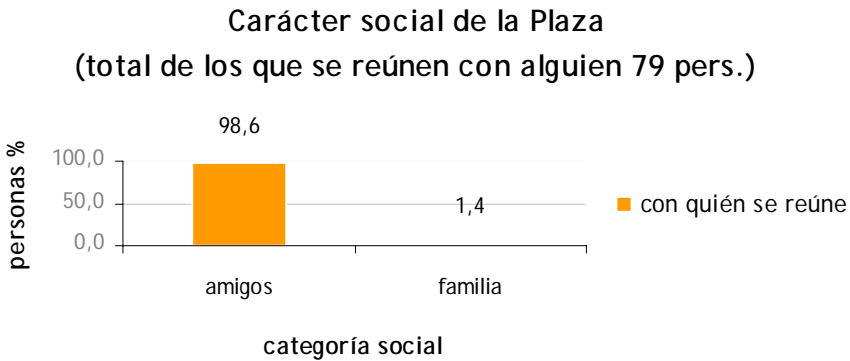


Este hecho ratifica el carácter social de la plaza como lugar de reunión e intercambio, al propiciar las relaciones sociales que se establecen a partir de la existencia del lugar.

18.- ¿Con quién se reúne?

Los usuarios que suelen reunirse con otras personas ponen de manifiesto que de los contactos que surgen a partir del hecho de estar en la plaza o ir a ella el **98,6% lo hacen con amigos** y sólo un **1,4% con familiares**.

» gráfico 5.41:



Resumen preguntas 15,16, 17 y 18:

Así, el **83,7%** de los usuarios manifiesta que **no viene solo** a la plaza y que en el 89,0% de los casos lo hace con familiares y amigos. A este hecho debe sumarse que el 71,4% suele **reunirse con otras personas** de las cuales el 98,6% son **amigos o conocidos** de la plaza.

Finalmente es posible concluir que:

- › Los usuarios de las plazas suelen ir acompañados.
- › Van a las plazas principalmente con amigos y familiares.
- › Que suelen encontrarse con amigos en el lugar

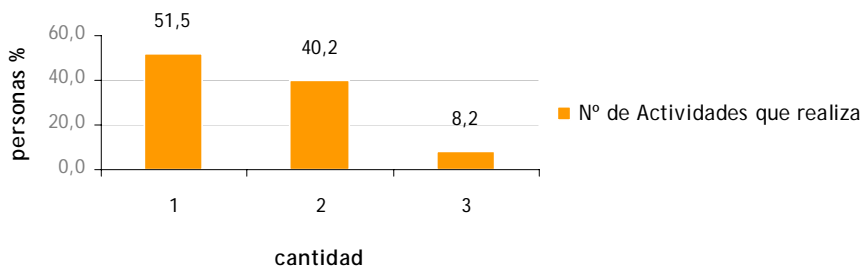
De esta manera, es posible establecer que las plazas constituyen para las personas del **barrio**, principalmente **vecinos de la plaza**, un lugar importante para la vida social del lugar.

19.- ¿Qué suele hacer cuando está en la Plaza? - Experiencias de uso

Frente a la pregunta **qué suele hacer cuando está en la plaza**, el **99%** de los usuarios se manifestó con **152 respuestas** para la tipificación de las actividades.

Un primer acercamiento a los datos ha permitido visualizar que las personas realizan de una a tres actividades durante su estancia. Pero mayoritariamente el **51,2%** realiza sólo **una**, seguida del **40,2%** que realiza **dos** actividades y el **8,2%** **tres**.

Distribución por Cantidad de actividades
(total de los que realizan actividades)

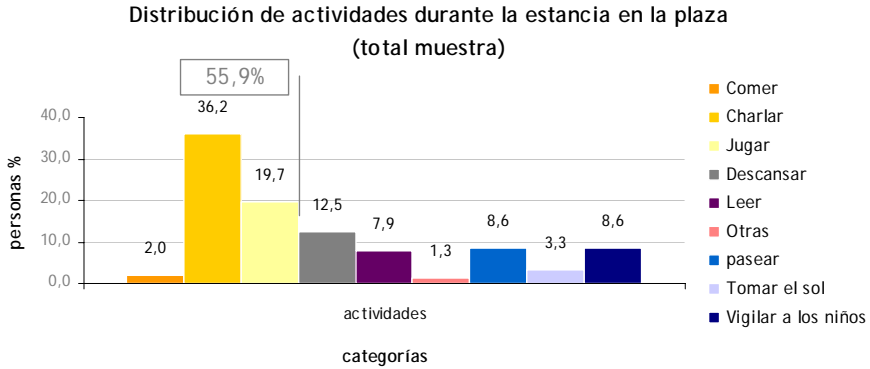


» gráfico 5.42:

En la individualización de las actividades fue posible identificar 9 tipos: **jugar, pasear, charlar, descansar, leer, comer, vigilar a los niños, tomar el sol y otras**.

Las dos primeras mayorías, con una representación del **36,2%**, **corresponden a que los usuarios manifestaron que vienen a la plaza a charlar**, seguido por el **19,7%**, **que viene a la plaza a jugar**.

» gráfico 5.43:



La primera mayoría está representada por una actividad que necesita de otros para que ocurra; es necesario encontrarse con otro(s) para poder *charlar*. En segunda mayoría aparece *jugar*; si bien el juego puede ser una actividad en solitario, en la plaza se propician los juegos en grupo al tener la posibilidad de encontrarse con otros, o simplemente como plantea Gehl (2003), el ver a otros jugar puede ser una fuente de inspiración para los que vienen a la plaza. Ambos datos reafirman claramente la función de la plaza como un espacio que promueve la vida social y lúdica. Así, se puede decir que el 55,9% de los usuarios, realiza actividades de interacción con otras personas y con el entorno (juegos, espacio, objetos, etc.)

Por otro lado, las otras actividades mencionadas por los usuarios tales como: *descansar, leer, comer, tomar el sol, etc.* no requieren de otros para llevarlas a cabo. Claramente, el hecho de que se ejecuten fuera de casa hace pensar que en la plaza se dan condiciones para que los usuarios también prefieran estos lugares para realizarlas.

Sin duda, la identificación de las actividades que desarrollan los usuarios en las plazas abre un sinnúmero de alternativas para hacer más grata su estancia y así mismo mejorar la calidad de las experiencias a partir de los equipamientos, programas y servicios disponibles.

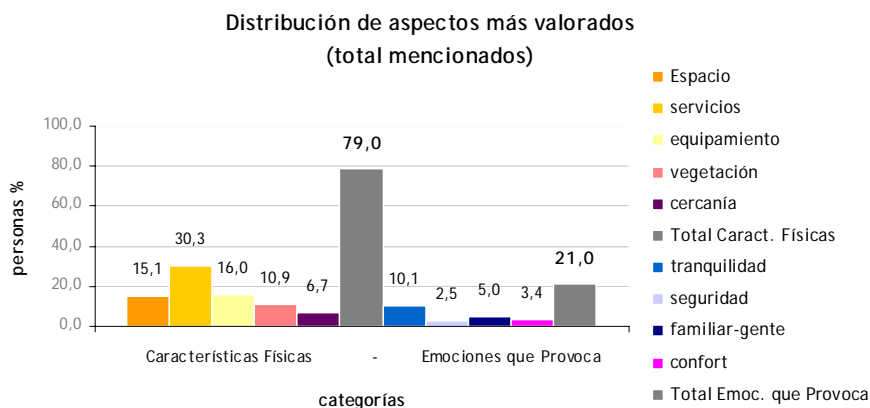
De lo anterior aparece como relevante conocer como la calidad del espacio y la oferta de equipamientos influye y/o responde a las demandas manifiestas de los usuarios.

B. Calidad del Parque / Valoración general de la Plaza (emociones que provoca)

20.- ¿Qué es lo que más valora de esta Plaza?

Frente a la pregunta *¿qué es lo que más valora de la plaza?* las respuestas de los usuarios fueron de diversa índole y en la mayoría de los casos se hizo referencia a más de un aspecto. La cuantificación de las características valoradas por los usuarios arrojó un número de **119 repuestas**, las cuales ha sido posible clasificar en dos grupos.

- › Las referentes a **características físicas de la plaza**, con un **79% de representación**. Los elementos mencionados como relevantes en la valoración positiva del lugar son: **los servicios 30,3%** (pipican, zona de petanca, zona de juegos infantiles), **los equipamientos 16%** (bancos), el **espacio 15,1%** (gran dimensión), **vegetación 10,9%** (zonas de sol y sombra) y **emplazamiento 6,7%** (cercanía).
- › Las referentes a **emociones y sentimientos positivos que provoca la plaza** tienen una representación **21%**. En relación a las emociones que son valoradas positivamente es posible mencionar: la **tranquilidad** como la más citada, con **10,1%**, seguida por el **ambiente familiar y la gente 5%**, **la comodidad y el confort, 3,4%**, y por último **la seguridad, con 2,5%**.



» gráfico 5.44:

En el análisis detallado de las diferentes plazas el comportamiento estadístico se da de igual forma, donde la primera prioridad que hace que los usuarios valoren positivamente el lugar está dada por las características físicas y el nivel de servicios disponibles en la plaza, así C=78,8%, S=61% y O=95,6%).

Este hecho es relevante en esta investigación, ya que la apreciación de los usuarios sobre un lugar de las características analizadas está principalmente basada en los elementos físicos que constituyen el ambiente, es decir, los equipamientos y servicios disponibles. La cantidad y calidad son un factor relevante a la hora de evaluar por parte de los usuarios un espacio público (plaza) destinado al ocio, permanencia y recreación. De igual forma, es importante destacar que los aspectos emocionales tienen relevancia, siendo la tranquilidad y el ambiente familiar (las personas) los más influyentes a la hora de valorar positivamente el lugar.

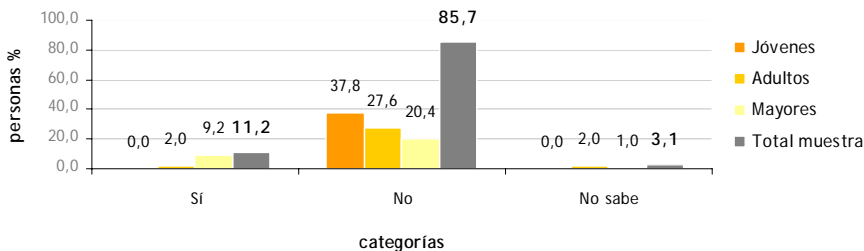
21.- ¿Existen en esta Plaza zonas de difícil acceso para usted (escalones, piedras, etc.)? - Calidad del parque / Seguridad

El interés en este apartado está en medir la percepción que tiene los usuarios respecto a la accesibilidad que presenta la plaza.

En relación a la percepción de dificultad en el acceso a las plazas estudiadas, la mayoría de las personas, con el **85,7%** declara que las plazas **no presentan dificultades en su acceso** y sólo el **11,2%** manifiesta que existen ciertas dificultades. Así mismo, el **3,1%** que responde **no sabe**.

Si bien la percepción de seguridad desde la perspectiva de cada grupo de usuarios es de sobremanera buena, es importante mencionar que dentro de las 11 personas que manifiestan que **existen dificultades de acceso a la plaza**, 9 de ellas **son mayores, es decir, el 9,2%**, esto significa que para **el 30% de los mayores en la plaza identifica zonas de difícil acceso**. Contrariamente a lo anterior el **100%** del grupo de los **jóvenes** manifiestan que **no existen zonas de difícil acceso** para ellos. .

Existencia de zonas de difícil acceso en la Plaza por Grupo de Edad (total muestra)



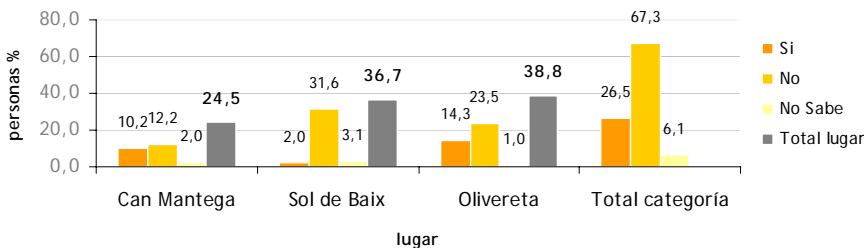
» gráfico 5.45:

Los *mayores* destacan respecto a las dificultades de acceso lo cual hace que este grupo sea relevante a la hora de evaluar la accesibilidad al espacio y las instalaciones disponibles.

22. ¿Existen en esta Plaza zonas inseguras para usted (poco iluminadas, etc.)?

Con el fin de identificar que otros factores podrían influir sobre la percepción de seguridad de los usuarios en las plazas, es que se les preguntó sobre la *existencia en la Plaza de zonas inseguras*, aunque la mayoría de las personas usuarias (67,3%) manifestó que *no*, existe una disminución respecto a la pregunta anterior y por consiguiente un aumento de las que *si* consideran que existen zonas inseguras. Este hecho es producto de que al abrir la pregunta a otros aspectos que pueden influir sobre la calidad percibida de la plaza / seguridad, los usuarios se manifiestan más disconformes.

Existencia de zonas inseguras en la Plaza por lugar (total muestra)



» gráfico 5.46:

Adicionalmente a la accesibilidad, existen otros factores relevantes dentro de la seguridad percibida por los usuarios y que afectan la estancia en las plazas o parques que son particulares de cada lugar por lo que deben ser tratadas de forma independiente.

23. ¿En caso de existir, dónde están y cuáles son las dificultades que usted encuentra?

Los elementos mencionados tienen que ver más con características del entorno que con una zona en particular; así, los hechos mencionados son, *la poca iluminación*, que fue mencionada en los tres casos analizados, el *tipo de pavimento (piedras que se cuelean en los zapatos)*, *escalones, rampas, pandillas presentes en la plaza, accesos al parking (sólo en L'Olivereta)*.

24. ¿Existen en la Plaza juegos infantiles y espacios de entretenimiento para niños?

Cabe recordar que las tres plazas estudiadas están equipadas con juegos infantiles y además cuentan con zonas definidas para niños.

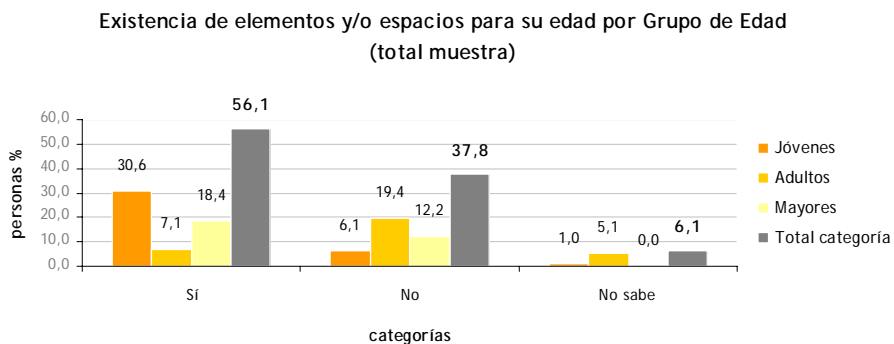
El análisis sobre el conocimiento de la existencia de juegos infantiles y espacios para niños es concordante con la realidad de los lugares estudiados ya que *el 99%* de los usuarios conoce e *identifica claramente la existencia de juegos y espacios para niños*.

Los datos arrojados permiten afirmar que:

- › los espacios y juegos de niños son fácilmente identificables por la generalidad de los usuarios.
- › Una localización estratégica (en las tres plazas analizadas, situados al centro de las plazas y visibles desde las diferentes zonas y puntos de acceso a ellas) puede influir positivamente en la fácil identificación.

25. ¿Existen en la Plaza algunos elementos y/o espacios de entretenimientos para personas de su edad?

Frente a la pregunta si *existen en la plaza algunos elementos y/o espacios de entretenimiento para personas de su edad*, la mayoría de los usuarios, con un **56,1%** considera que la plaza responde positivamente a sus necesidades y el **37,8%** considera que *no cumple* con sus expectativas.



» gráfico 5.47:

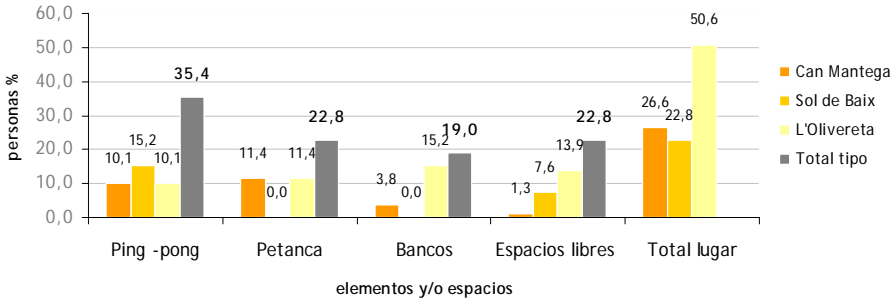
En este punto cabe destacar que la mayoría de los usuarios **adultos** (23 -54 años) son los que se ven más afectados por la oferta de elementos y/o espacios de entretenimiento para su edad. Generalmente los niños identifican claramente los juegos infantiles y las zonas valladas como espacios propios. Los mayores ven respuesta a esta pregunta en la existencia de pista de petanca (sean usuarios de ella o no) y los adultos, que si bien pueden disfrutar de las mesas de ping pong o las canastas de básquet, no las identifican como elementos destinados a ellos.

26. ¿Cuáles?

Del 100% de los usuarios que identificó la existencia de **elementos y/o espacios de esparcimiento para su edad (56,1%)** fueron generadas 79 respuestas. De estas la más recurrentes fueron para las **mesas de ping pong (35,4%)**, seguidas por las **pistas de petanca (22,8%)** y **los espacios libres (22,8%)**; por último se identificó a los

bancos (19%) como un elemento que facilita el esparcimiento de los usuarios, apoyando la conversación, la reunión, la lectura, etc.

Elementos y espacios de entretenimiento para su edad por Lugar
(total identificado - 79 resp.)



27. ¿Se le ocurre algún objeto o espacio orientado a personas de su edad que pudiera mejorar su estancia en la Plaza?

Las proposiciones de los usuarios frente a la definición de objetos o espacios que permitieran mejorar su estancia en la plaza, estuvieron caracterizadas por **deseos y aspiraciones (incorporación)** y por **sugerencias de mejora (lo existente)**:

a. Las que reflejan deseos y aspiraciones sobre elementos y/o espacios no existentes en el lugar.

- › Algún sitio para dejar las cosas
- › Algo para escalar
- › Mesas con asientos para poder jugar a las cartas
- › Algo para reunirse en grupo
- › Bancos que permitan reunirse
- › Bancas para conversar en grupo
- › Bancos con mesas
- › Zonas techadas para invierno (lluvia) y verano (sol)

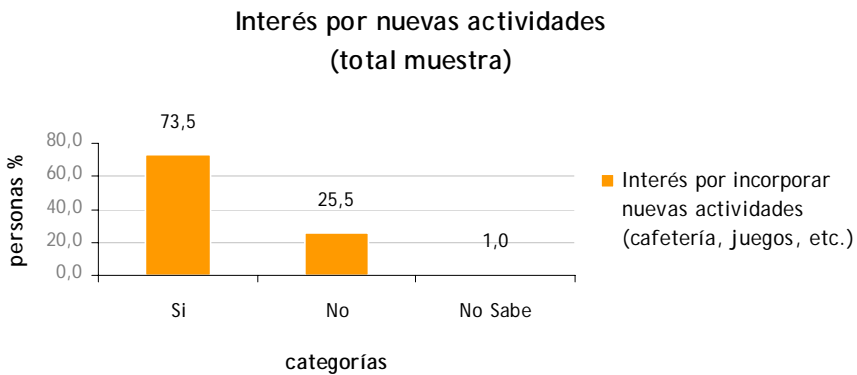
b. Sugerencias de mejora con algunos énfasis significativos sobre aspectos no contemplados en el lugar.

- › Poner bancos más próximos
- › Bancos con disposición para charlar un poco
- › Bancos en la zona de petanca
- › Más bancos
- › Más mesas de ping pong

En este punto las ideas mencionadas fueron realmente creativas y destacables para posibles intervenciones futuras en el espacio desde la perspectiva del diseño de los elementos.

28. ¿Le parecería bien que hubiera alguna actividad o cafetería en la Plaza?

Frente a la posibilidad de cambios en la plaza, a un **73,5%** de los usuarios les parece bien que en la plaza se desarrollen nuevas actividades o se incorpore algún café.



Cabe mencionar que generalmente las preferencias de incorporación están asociadas a la generación de actividades para adultos mayores y niños más pequeños.

En el análisis detallado es importante especificar que de las tres plazas la única que comparte espacio con cafeterías (3 cafés) es L'Olivereta.

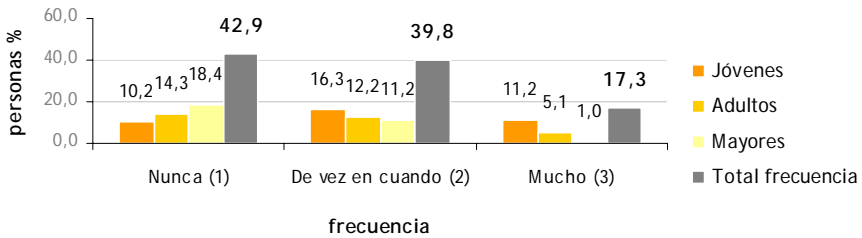
Frecuencia de uso de los OUP

29. Utilizo las fuentes

El análisis general de la frecuencia de uso de las fuentes (bebederos, pilas, etc.) disponible en las plazas arroja que el **42,9%** no las utiliza **nunca**, el **39,8%** **de vez en cuando** y sólo el **17,3%** las utiliza **mucho**.

Del **57,1%** de los usuarios que suelen usar las fuentes (**de vez en cuando y mucho**) los **jóvenes** lideran el consumo de estos elementos con el **27,6%** y representando al **73%** de su grupo. Contrario es el caso de los **mayores** quienes declaran mayoritariamente, con el **18,4%**, que **nunca usan las fuentes**, significando este hecho que el **60%** de ellos no las consumen.

Uso de las fuentes por Grupo de Edad
(total muestra)



» gráfico 5.50:

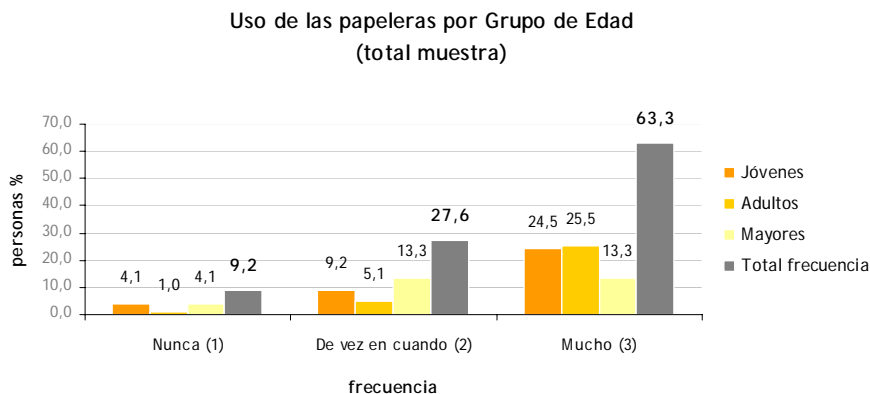
Algunos de los aspectos disuasivos para el no uso de las **fuentes** mencionados por los mayores de manera abierta y complementaria fueron las dificultades de los diseños para beber sin mojarse los zapatos y las ropas, además de la higiene dudosa de los elementos.

- › Lo anterior revela que los jóvenes se muestran menos escrupulosos en el uso de elementos donde la limpieza está en juego.
- › Los mayores se excluyen del uso de elementos donde la limpieza de ellos es dudosa.

30. Utilizo las papeleras

Respecto a la utilización de las papeleras, el **63,3%** manifiesta que las usa **mucho** y sumado al **27,6%** que las utiliza **de vez en cuando**, es posible afirmar que en términos generales con el **90,8%**, las papeleras son utilizadas por los usuarios durante su estancia en la plaza.

Los **jóvenes (24,5%)** y los **adultos (25,5%)** destacan por sobre los **mayores (13,3%)** en el uso de estos elementos.



» gráfico 5.51:

El análisis detallado muestra que en las tres plazas analizadas el uso de las papeleras es alto; en todos los casos la manifestación **mucho** corresponde a la primera mayoría. Adicionalmente, si consideramos a los usuarios que declaran que las usan algunas veces la representación de la frecuencia de uso en las tres plazas está por sobre el 80%

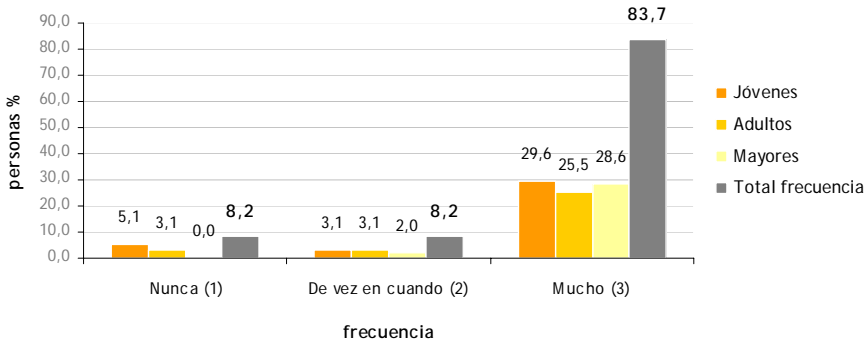
A partir de la observación de campo fue posible constatar que si bien los basureros son elementos que poseen un alto índice de uso, su utilidad sólo tiene sentido para las personas que demandan de ellos. En este caso fue posible observar que la principal fuente de basura generada en las plazas está relacionada con el consumo de alimentos en el lugar. Y frente a este hecho, los jóvenes y los adultos lideran el consumo.

31. Utilizo los bancos

En términos generales el **83,7%** manifiesta que usa **mucho** los bancos y un **8,2%** que los utiliza **de vez en cuando**, representando así un total del **91,8%** que manifiesta su uso.

Aunque la utilización de los bancos en cada grupo se presenta bastante homogénea, cabe destacar que los **mayores** en un **100%** declaran que los utilizan (**de vez en cuando y mucho**); por otro lado son los **jóvenes** quienes revelan una mayoría en la no utilización de los bancos con un **13,5%** en su grupo.

Uso de los bancos por Grupo de Edad
(total muestra)



» gráfico 5.52:

El análisis detallado de las plazas respecto al uso de los bancos disponibles por parte de los usuarios, manifiesta un comportamiento similar en las tres plazas.

Los bancos constituyen uno de los elementos fundamentales y más valorados para la vida social en las plazas. Por esta razón es claro constatar un uso frecuente de estos por parte de los usuarios.

32. Utilizo las instalaciones de juegos según edad del entrevistado

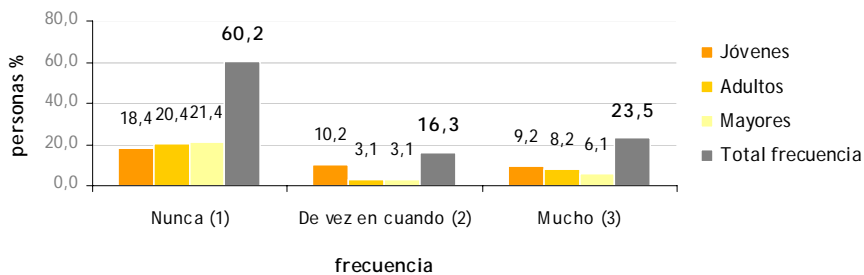
Ya se ha mencionado anteriormente que existen diferencias en la disponibilidad de elementos al interior de cada plaza, y que los

adultos no identifican elementos u espacio propios a su edad para el desarrollo de actividades lúdicas o de entretenimiento.

El análisis de los datos revela que la mayoría de las personas, con el **60,2%, no hace uso de los elementos o instalaciones disponibles en el espacio.**

Los usuarios que manifiestan que usan **mucho (23,5%)** corresponden mayoritariamente a los **jóvenes (9,2%)** y **adultos (8,2%)**.

Uso de las instalaciones de juegos según Grupo de Edad (total muestra)



» gráfico 5.53:

Respecto a los resultados obtenidos en esta pregunta, se ve claramente el efecto producido por la pregunta n° 25 donde los **adultos** manifiestan claramente que no identifican elementos y/o espacios de entretenimiento para su edad. Sumado a esto, los **mayores** en uno de los casos analizados (Pl. Sol de Baix) declaran que no cuentan con pistas de petanca, un elemento significativo para los mayores en la identificación de espacios como propios para su grupo.

Algunos factores de influencia identificados son:

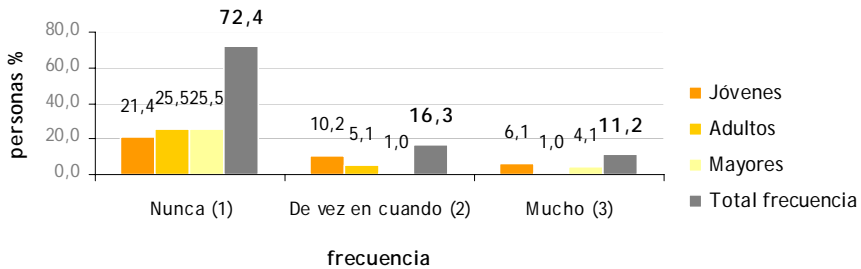
- > Una oferta inexistente
- > La calidad de los elementos
- > La disponibilidad
- > La accesibilidad
- > La no identificación como elementos propios a la edad del entrevistado

33. Instalaciones deportivas en caso de haberlas

Según los datos obtenidos, es posible concluir que el uso de las instalaciones deportivas es bastante bajo ya que un **72,4%** declara que **nunca** las usa, el **16,3%** declara que **de vez en cuando** y el **11,2%** que **mucho**, independiente de su existencia.

El porcentaje de utilización de las instalaciones deportivas es sorprendentemente bajo; son los **jóvenes** quienes lideran el grupo de los que las utilizan mucho con apenas un **6,1%** y en el caso contrario (**nunca**) se encuentran nuevamente los **mayores** acompañados de los **adultos** con un **25,5%** para cada grupo.

Uso de las instalaciones deportivas por Grupo de Edad (total muestra)



» gráfico 5.54:

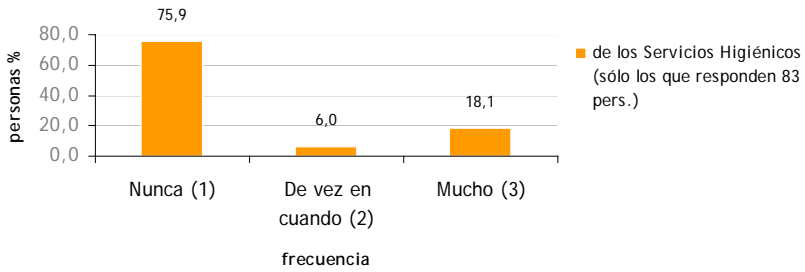
34. Utilizo los servicios...

Al igual que en la pregunta anterior se busca medir la disposición que tienen los usuarios a usar los servicios higiénicos disponibles independiente de su existencia.

Es importante destacar que las tres plazas no cuentan con servicios higiénicos de uso público y que frente a la necesidad de ellos las personas suelen recurrir a los establecimientos (bares o cafés) que se encuentra alrededor de las plazas.

El **75,9%** de los usuarios declara que **nunca** usa o usaría los servicios higiénicos, el **18,1%** que **mucho** y el **6%** que **de vez en cuando**.

Uso de los servicios higiénicos en caso de haberlos (total muestra)

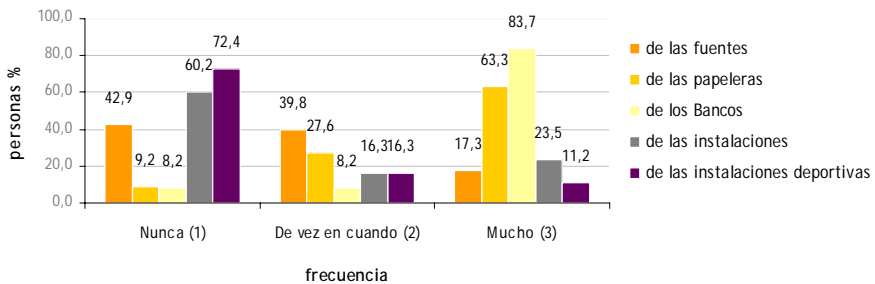


» gráfico 5.55:

A partir de lo anterior, es posible establecer que los elementos más utilizados por los usuarios en las plazas son:

- > Los bancos con un 23,3% (mucho)
- > Las papeleras con un 63,3% (mucho)
- > Las instalaciones de juegos según edad con un 23,3% (mucho)
- > Los servicios higiénicos con un 18,1% (mucho)
- > Las fuentes con un 17,3% (mucho)
- > Las instalaciones deportivas con un 11,2% (mucho)

Frecuencia de uso de los elementos y servicios disponibles (total muestra)



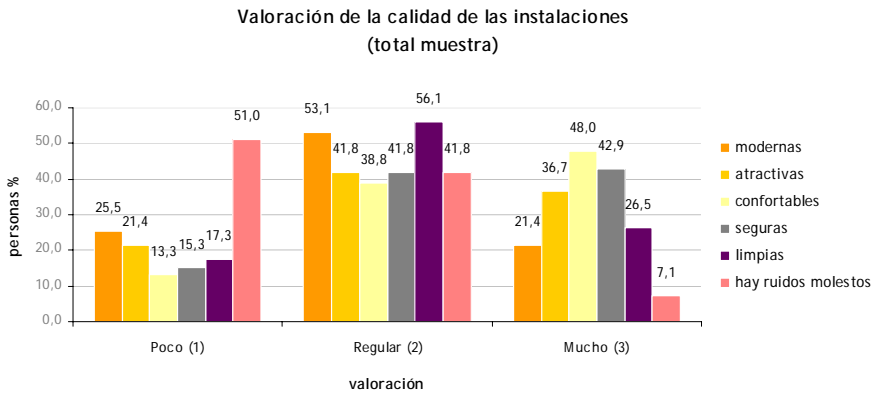
» gráfico 5.56:

35. Las instalaciones de esta Plaza (en general) son

Valoración de la calidad de las instalaciones

Respecto a la valoración de la calidad de las instalaciones disponibles en la plaza los usuarios en general se manifestaron de la siguiente manera:

- › En relación a la **modernidad**, la valoración de los usuarios arrojó que en general las plazas son valoradas frente a la calificación de modernas como **regular** por la mayoría del **53,1%**, seguidas por el **25,5%** que considera que son **poco** modernas y finalmente el **21,4%** que las valora con el adjetivo **mucho**.
- › Frente a su **atractivo** la mayoría de los usuarios (**41,8%**) se ubicó en una valoración intermedia, expresando una calificación de **regular**
- › La pregunta si las instalaciones de las plazas estudiadas son **confortables** obtuvo una valoración positiva por parte de los usuarios, la mayoría de ellos con un **48%**, manifestó que **mucho**.
- › Referente a la **seguridad** de las instalaciones en términos generales, casi la mitad de los usuarios las valora positivamente, y el **42,9%** de los usuarios lo valora como **mucho**.
- › La valoración de la **limpieza** de los elementos fue mayoritariamente como **regular**, con un **51%** de representación.
- › El lo referente a si **hay ruidos molestos**, en general los usuarios manifestaron mayoritariamente que **poco**, con un **51%**.



» gráfico 5.57:

En general es posible establecer que los aspectos mejor valorados son la *confortabilidad*, la *seguridad* y la *no presencia de ruidos molestos* y los calificativos de *modernidad*, *atractiva* y *limpieza* son apreciados como *regular* por parte de los usuarios.

36. 37. 38. 39. 40. 41. Los elementos de esta Plaza son - Valoración de la calidad de los elementos

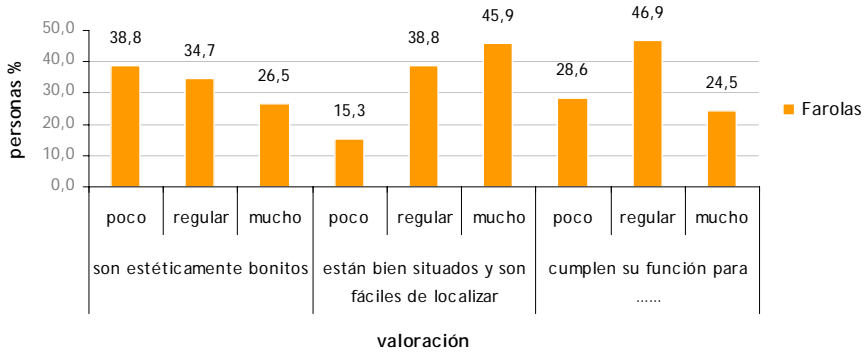
Referente a los elementos existentes en la plaza, el análisis general de cada uno de ellos arroja que la mayoría de los usuarios considera a:

36.- Las Farolas

Las “Farolas” tienen como característica principal ser uno de los elementos sobre los cuales los usuarios tienen menor relación directa.

- › *Poco* estéticas con un 38,8%
- › *Mucho*, están bien situadas y son fáciles de localizar con 45,9%
- › *Regular*, cumplen su función para iluminar con un 46,9%

Valoración de la calidad de las "Farolas" (total muestra)



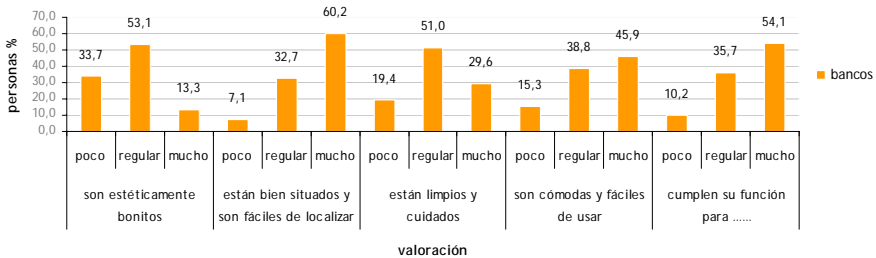
» gráfico 5.58:

37.- Los Bancos

Los “bancos” se constituyen en los elementos de mayor interacción con el usuario, por lo cual se hace apreciable conocer sobre la valoración que existe respecto a ellos.

- » **Regular**, estéticos con un 53,1%
- » **Mucho**, están bien situados y son fáciles de localizar con 60,2%
- » **Regular**, que están limpios y cuidados con un 51%
- » **Mucho**, que son cómodos y fáciles de utilizar con un 45,9%
- » **Mucho**, que cumplen su función para descansar con un 54,1%

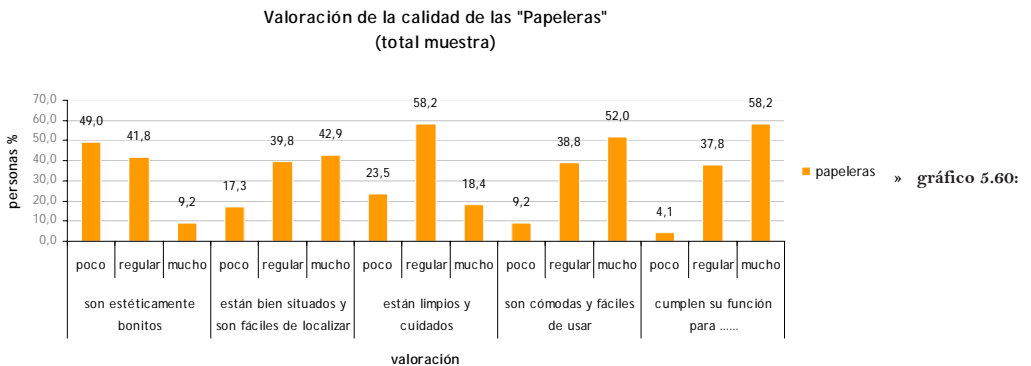
Valoración de la calidad de los "Bancos" (total muestra)



» gráfico 5.59:

38.- Las Papeleras

- › **Poco**, estéticas con un 49%
- › **Mucho**, están bien situadas y son fáciles de localizar con 42,9%
- › **Regular**, que están limpias y cuidadas, con un 58,2%
- › **Mucho**, que son cómodas y fáciles de utilizar, con un 52%
- › **Mucho**, que cumplen su función para botar la basura, con un 58,2%

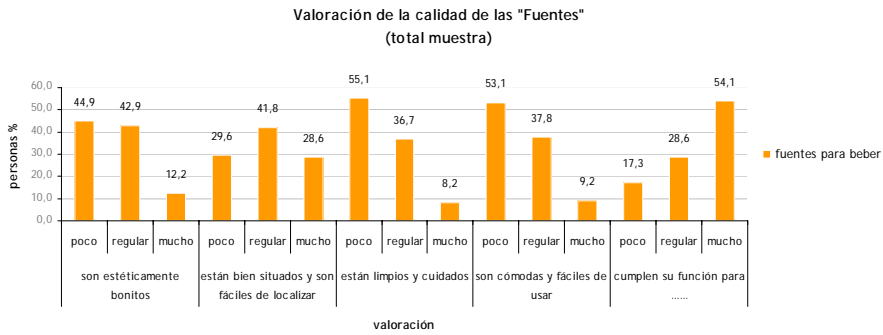


39.- Las Fuentes para beber

La relación que poseen las “fuentes” para beber agua

- › **Poco**, estéticas, con un 44,9%
- › **Regular**, están bien situadas y son fáciles de localizar, con 41,8%
- › **Poco**, que están limpias y cuidadas, con un 55,1%
- › **Poco**, que son cómodas y fáciles de utilizar, con un 53,1%
- › **Mucho**, que cumplen su función para beber, con un 54,1%

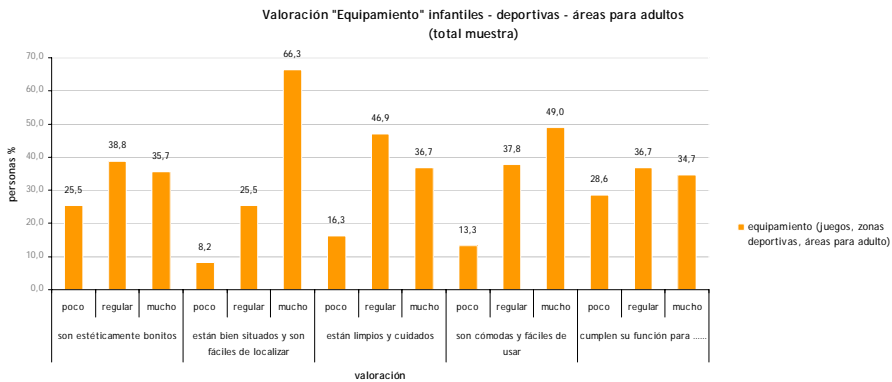
» gráfico 5.61:



40.- Los equipamientos de juego (infantiles - deportivos - áreas para adultos mayores por ejemplo, petanca)... POR EDAD

- » **Regular**, estéticos con un 38,8%
- » **Mucho**, están bien situados y son fáciles de localizar, con 66,3%
- » **Regular**, que están limpios y cuidados, con un 46,9%
- » **Mucho** que son cómodos y fáciles de utilizar, con un 49%
- » **Regular** que cumplen su función para jugar, con un 36,7%

» gráfico 5.62:



41.- Los Servicios

Debido a que ninguna de las plazas analizadas cuenta con servicios higiénicos, esta pregunta ha sido descartada en este apartado.

LO MEJOR

Los elementos y sus características mejor valoradas por los usuarios son los siguientes:

- › En relación a **la estética**, los usuarios no destacan a ninguno de los elementos mencionados.
- › Respecto a la **ubicación de los elementos y su facilidad de localización**, destacan positivamente a las farolas, los bancos, las papeleras y a los equipamientos de juegos.
- › En cuanto a la **limpieza y el cuidado**, no se muestran satisfechos con el estado de conservación de los elementos mencionados.
- › En relación a **la comodidad y facilidad de uso**, se manifiestan satisfechos con los bancos, las papeleras y los equipamientos de juegos.
- › Los usuarios consideran que los elementos que mejor **cumplen su función** son los bancos, las papeleras y las fuentes para beber.

LO PEOR

La calidad y los elementos menos valorados por los usuarios son las siguientes:

- › La **estética** de las farolas, de las papeleras y de las fuentes para beber.
- › La **limpieza y cuidado** de las fuentes para beber.
- › Lo **comodidad y facilidad** de uso de las fuentes para beber.

C. Valoración Subjetiva de la Plaza

Introducción

Resultados y representación gráfica de la impresión que la “*Plaza*” en su significado connotativo produce en los diferentes usuarios. Lo anterior por medio de la técnica del *Diferencial Semántico (SD)* descrito anteriormente (ver pag. 234) y tratado de manera conjunta para la muestra general de usuarios y diferenciada para los diferentes grupos etáreos (jóvenes, adultos y mayores) en las plazas de Can Mantega, Sol de Baix y L’Olivereta de la ciudad de Barcelona, España.

- **Consideraciones generales para el análisis**

Se han considerado el total de los datos obtenidos en las tres plazas estudiadas, los cuales para efectos del análisis gráfico han sido diferenciados por colores según grupo etáreo y lugar.

- > ● Jóvenes ● Adultos ● Mayores
- > ● Jóvenes ● Adultos ● Mayores ● Media Total
- > ● Can Mantega ● Sol de Baix ● L’Olivereta
- > ● Can Mantega ● Sol de Baix ● L’Olivereta ● Media Total

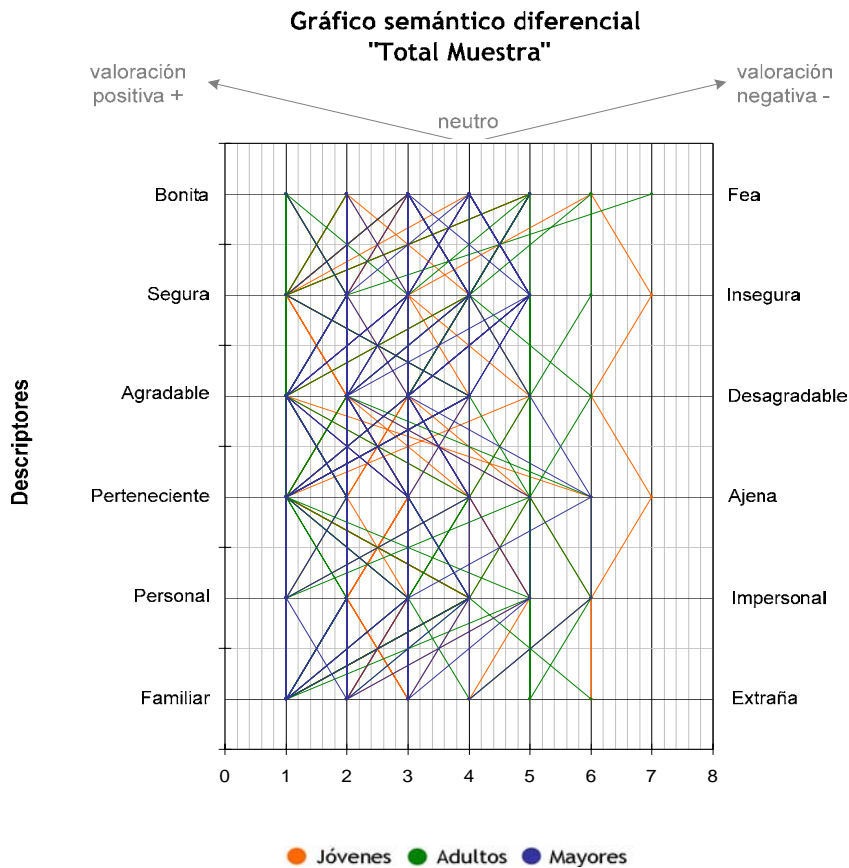
46. La plaza y su valor significativo dentro de la categoría social (barrio- vecinos).

(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....)

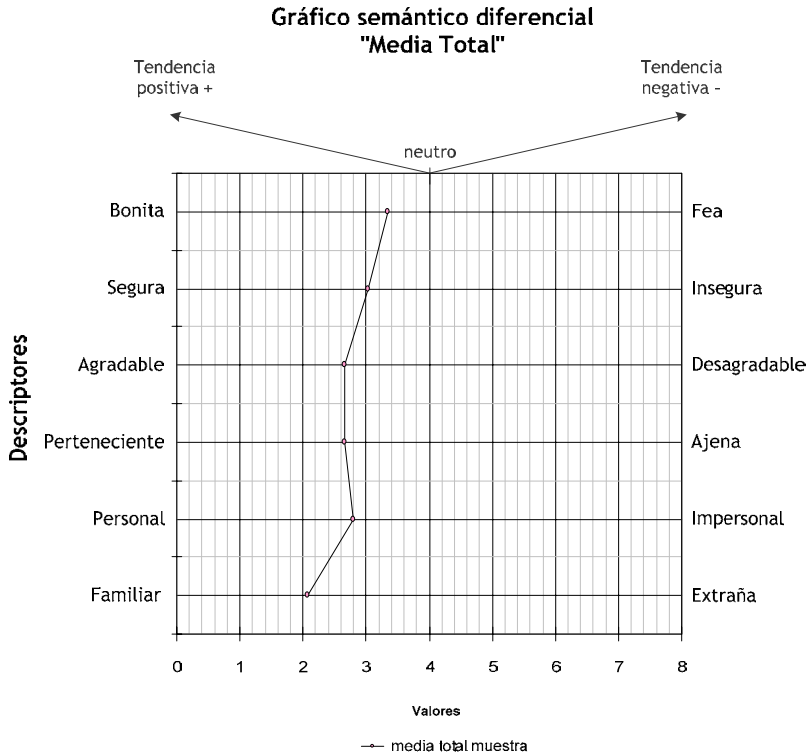
- **del total de la muestra**

Un primer análisis general del *total de la muestra* permite apreciar que (ver gráficos 5.63 y 5.64):

- › En cuanto al significado general atribuido a la plaza, la media de los encuestados manifiesta una valoración que se centra principalmente en la escala positiva (+), seguida de la valoración neutra (0).
- › Las cualidades positivas mejor valoradas por los usuarios son lo **familiar, agradable y perteneciente** del lugar.
- › En cuanto a los significados menos positivos atribuidos al lugar se mencionan lo **fea e insegura**.



» gráfico 5.63:

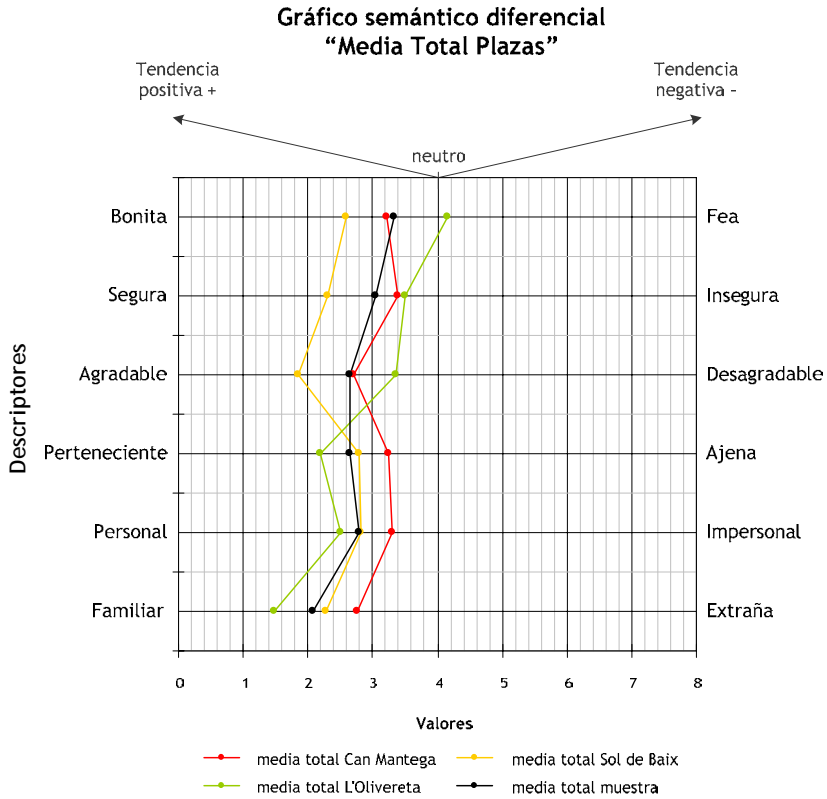


» gráfico 5.64:

- del total por plazas

El análisis por plaza, considerando al total de los encuestados sin distinción etárea, arroja los siguientes resultados (ver gráfico 5.65):

- › Para los usuarios de *Can Mantega y Sol de Baix*, el elemento positivo más significativo hace referencia a lo **agradable** del lugar y para *L'Olivereta* lo **familiar**.
- › De manera opuesta, los usuarios de *Can Mantega* valoran con menor intensidad positiva la **seguridad** y en el caso de *Sol de Baix* y *L'Olivereta* hacen referencia a lo **personal** y lo **bonita** respectivamente, no constituyéndose en ninguno de los casos en una apreciación negativa respecto a la plaza, sino más bien neutra. Sólo los usuarios de *L'Olivereta* sobrepasan el umbral neutro con intensidad negativa pero de manera muy leve para referirse a lo **fea** de la plaza.



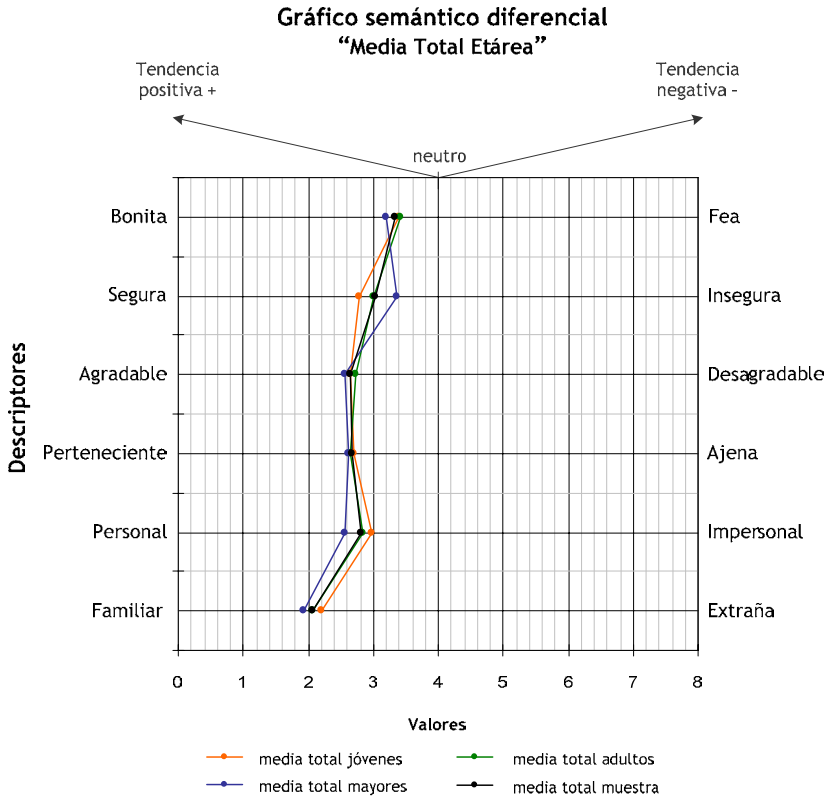
» gráfico 5.65:

- **del total por grupo étnico**

En lo que respecta a los *distintos grupos étnicos* es posible identificar algunas semejanzas y diferencias (ver gráfico 5.66):

- » los *jóvenes, adultos y mayores* coinciden en calificar la plaza como un lugar *familiar* atribuyéndole la mayor intensidad a este significado.
- » son los *jóvenes y adultos* quienes concuerdan en referirse a la estética del lugar (bonita- fea) dentro de los aspectos positivos de menor intensidad declarados, manifestándose como *neutros* en este aspecto.
- » finalmente los *mayores* destacan la *seguridad* de la plaza como el punto de menor valoración positiva.

» gráfico 5.66:



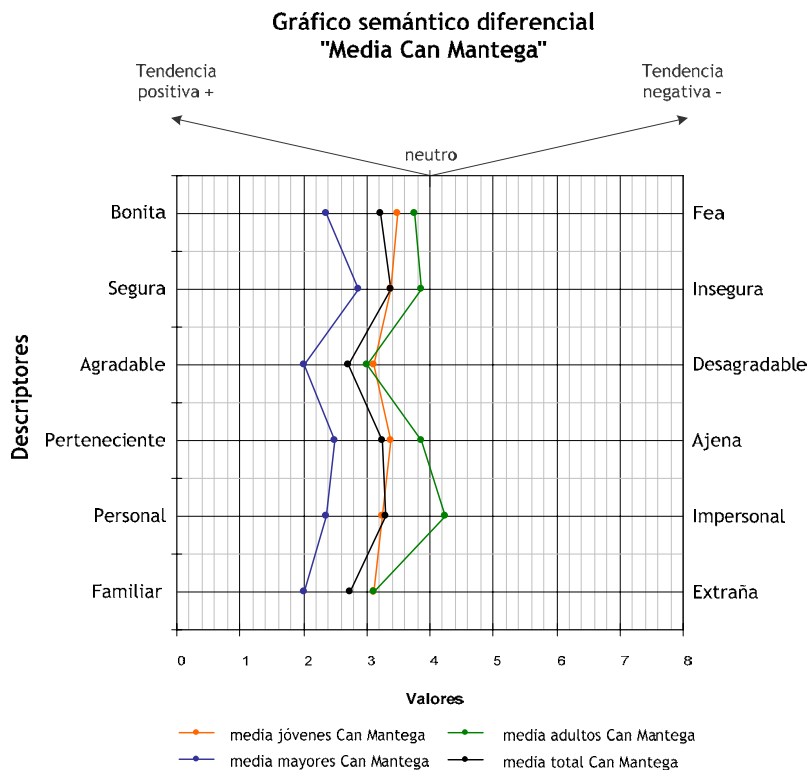
Análisis por plaza de los distintos grupos etáreos

- **Can Mantega Total por Grupos de Edad**

En la plaza de **Can Mantega** es posible apreciar un cierto consenso en los significados atribuidos al lugar, ya que los tres grupos manifiestan una apreciación similar aunque difieren en intensidad (ver gráficos 5.67 y 5.68):

- › Los **mayores** son los que valoran **más positivamente** todos los aspectos mencionados, seguidos de los **jóvenes**.
- › Los **adultos** tienen una percepción similar respecto a la plaza que los **mayores**, pero en **menor intensidad**.

- › Los **tres grupos** consideran que la plaza es un lugar **agradable**, adicionalmente a lo cual los **jóvenes** y los **mayores** le atribuyen el valor de **familiar**.
- › En cuanto a los aspectos de menor intensidad positiva se manifiestan diferencias; los **jóvenes** menciona lo **bonita**, los **adultos** hacen referencia a lo **impersonal** del lugar, sobrepasando el umbral de la valoración neutra para esta calificación y finalmente los **mayores** aluden a la **seguridad**.



» gráfico 5.67:

Gráfico semántico diferencial "Can Mantega - Jóvenes"

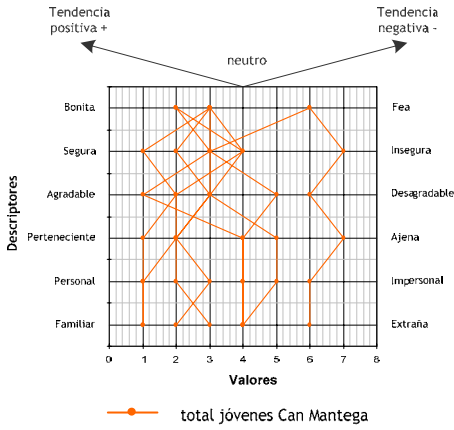
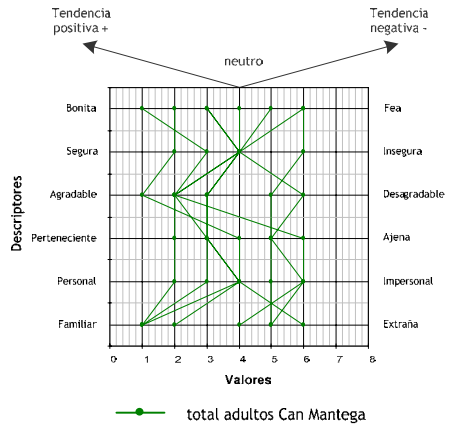
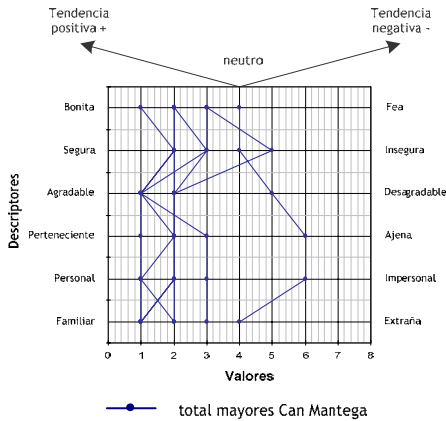


Gráfico semántico diferencial "Can Mantega - Adultos"



» gráficos 5.68:

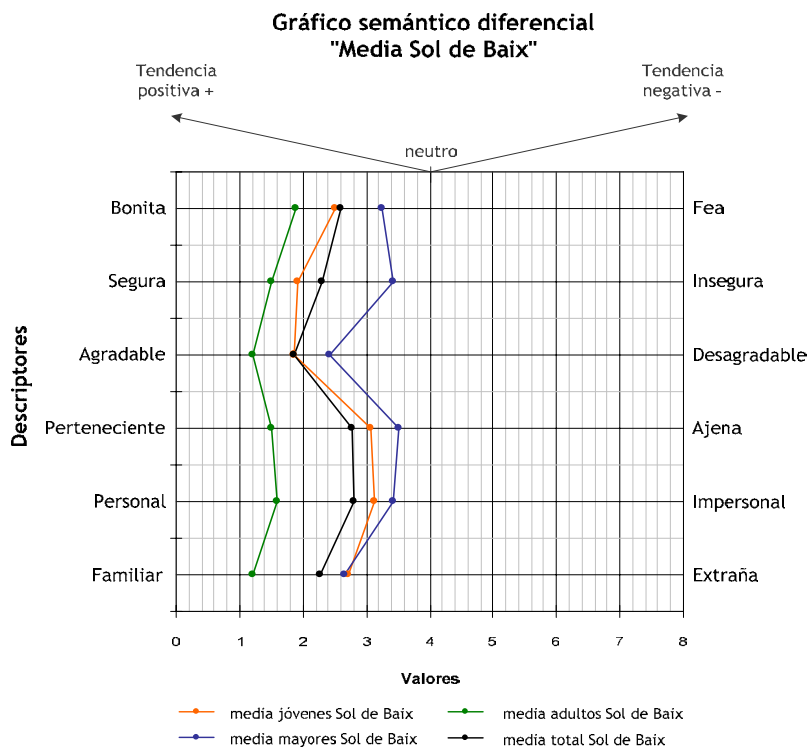
Gráfico semántico diferencial "Can Mantega - Mayores"



• Sol de Baix Total

Los usuarios de *Sol de Baix* tiene una percepción positiva de mediana intensidad respecto al lugar, de igual forma como ocurre en Can Mantega los tres grupos etáreos perciben el lugar de manera bastante similar (ver gráficos 5.69 y 5.70):

- › Los **adultos** son los que valoran **más positivamente** todos los aspectos mencionados, seguidos de los **jóvenes**.
- › Se puede afirmar que para los **adultos** de Sol de Baix la plaza es un lugar significativamente **positivo**.
- › Los **adultos** tienen una percepción en todos los aspectos evaluados similar a los **mayores**, pero en **mayor intensidad**.
- › Los **tres grupos** consideran que la plaza es un lugar **agradable**, junto a lo cual los **adultos** además le atribuyen el valor de **familiar**.
- › Cada grupo hace referencia a calificativos diferentes para destacar el elemento de menor valoración positiva; los **jóvenes** destacan lo **personal** del lugar, los **adultos** hacen referencia a lo **bonita** aunque en este aspecto su valoración sigue siendo altamente positiva (entre 1 y 2) y finalmente los **mayores** aluden a lo **perteneciente** aproximándose al umbral de la valoración neutra para esta calificación.



» gráfico 5.69:

Gráfico semántico diferencial "Sol de Baix - Jóvenes"

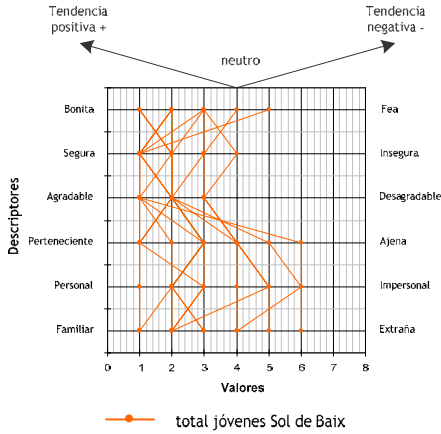
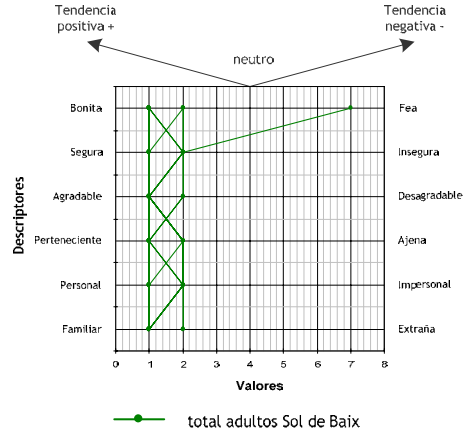
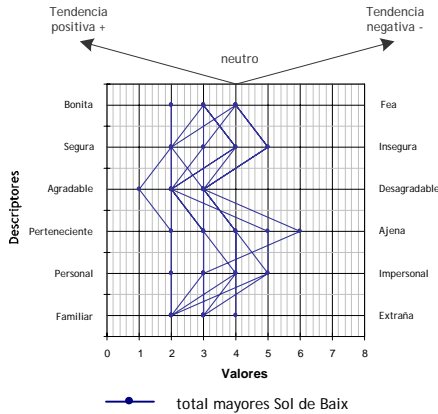


Gráfico semántico diferencial "Sol de Baix - Adultos"



» gráficos 5.70:

Gráfico semántico diferencial "Sol de Baix - Mayores"

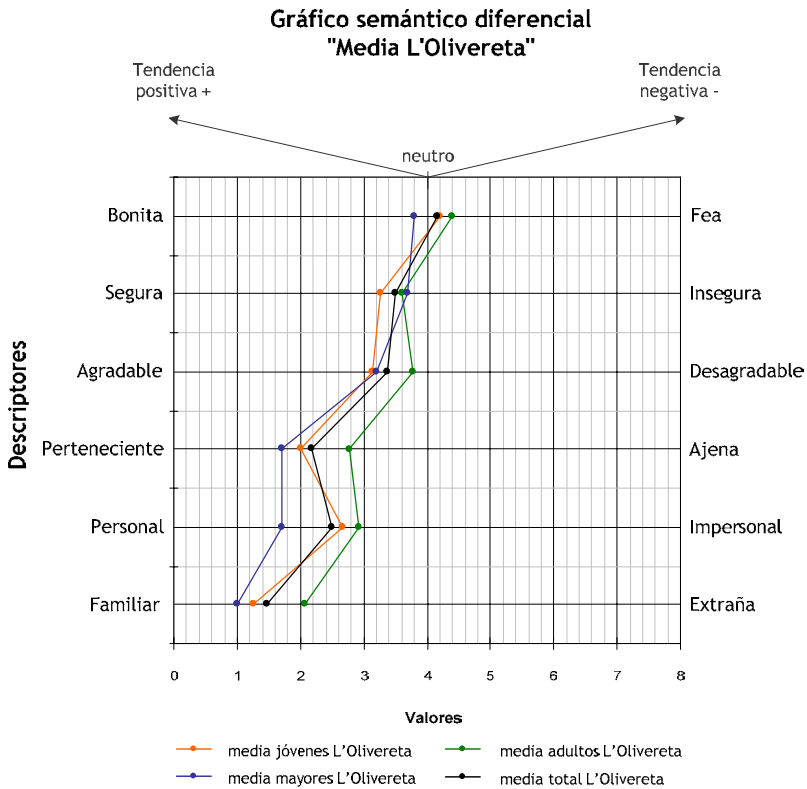


• L'Olivereta Total

Los usuarios de la plaza de *L'Olivereta* se sitúan en el rango de percepción positiva en la mayoría de los aspectos evaluados, seguidos de la posición neutra. Difieren de los otros dos casos analizados en la intensidad y el consenso respecto a los aspectos mejor y peor valorados, es decir, para ellos las intensidades positivas expresadas

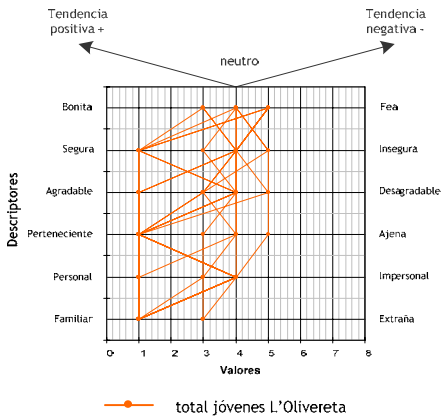
(mejor y peor) se posicionan en los dos extremos del campo semántico positivo para los tres grupos de manera unánime (ver gráficos 5.71 y 5.72):

- › Los **jóvenes, adultos y mayores** hacen referencia a lo **familiar** del lugar para su valoración de mayor intensidad positiva.
- › Respecto al calificativo peor valorado, los **tres grupos** mencionan lo **bonita** de la plaza, e incluso en el caso de **jóvenes** y los **adultos** sobrepasan levemente el umbral neutro (4) hacia la tendencia negativa para calificarla en este par adjetivos.

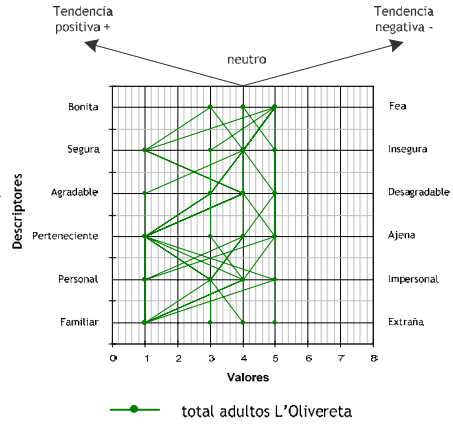


» gráficos 5.71:

**Gráfico semántico diferencial
"L'Olivereta - Jóvenes"**

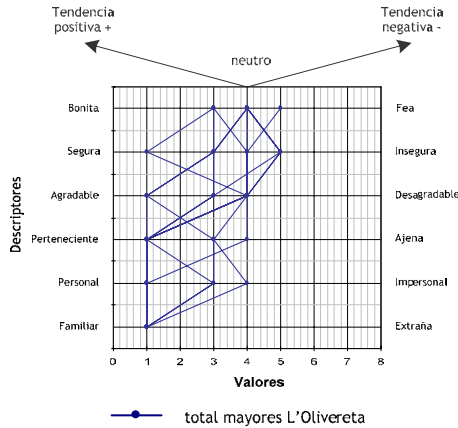


**Gráfico semántico diferencial
"L'Olivereta - Adultos"**

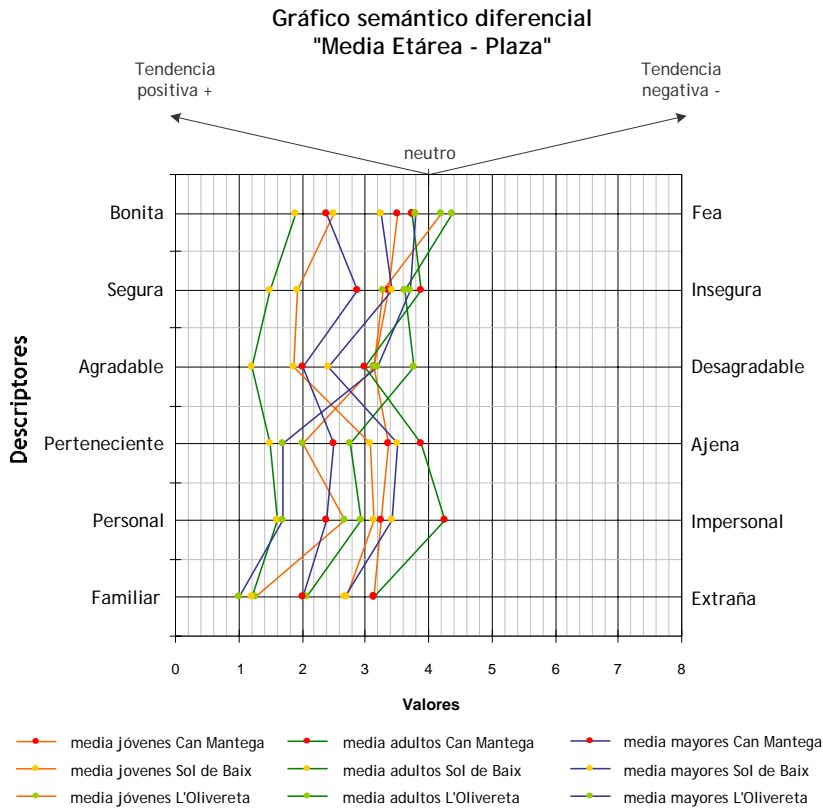


» gráficos 5.72:

**Gráfico semántico diferencial
"L'Olivereta - Mayores"**



Análisis comparativo por grupos etáreos en las diferentes plazas. (ver gráfico 5.73)



» gráficos 5.73:

- **Total de los jóvenes**

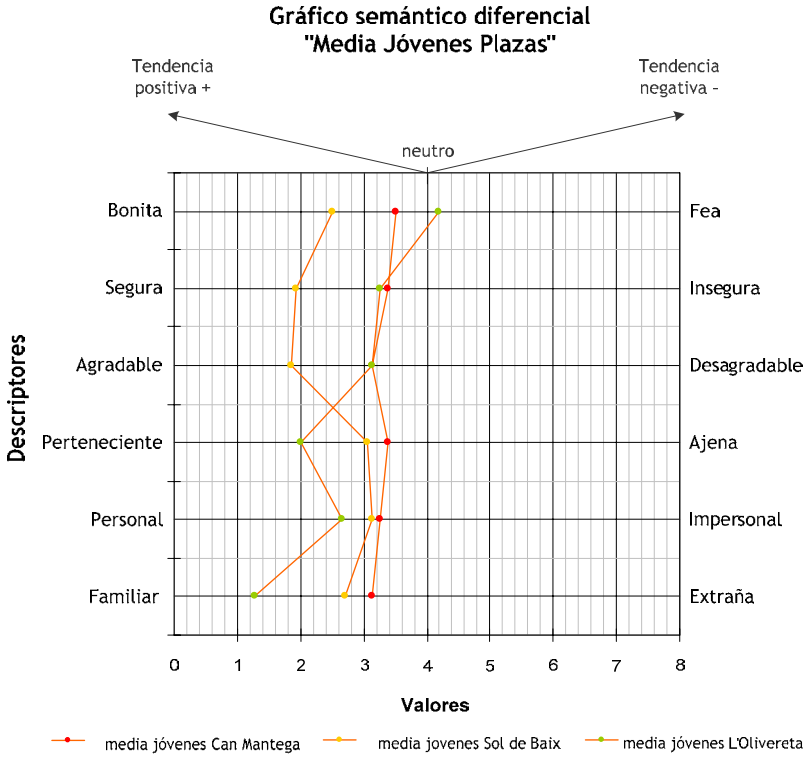
Los *jóvenes* de las diferentes plazas manifiestan algunas coincidencias respecto a sus valoraciones de mayor y menor intensidad positiva (ver gráficos 5.74 y 5.75:

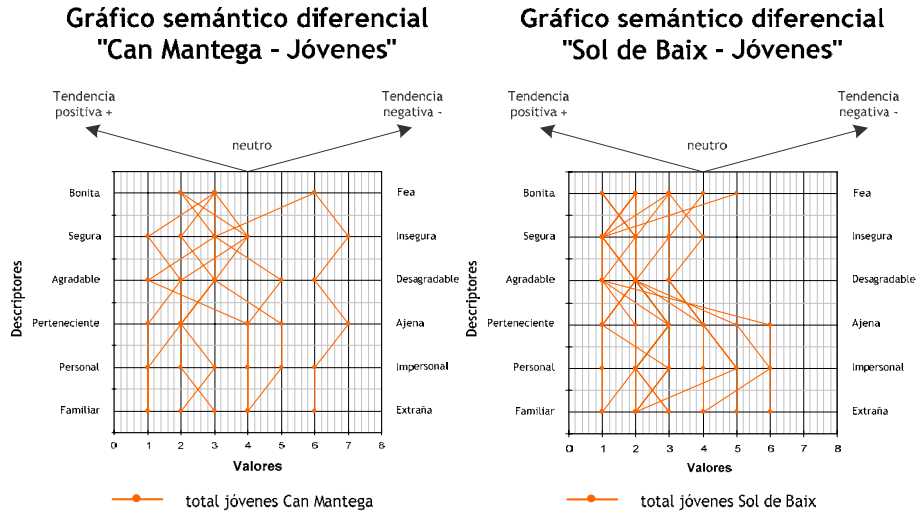
- › Los *jóvenes* de *Can Mantega*, y *Sol de Baix* concuerdan en estimar la plaza como un lugar *agradable*, a su vez que los de

Can Mantega y L'Olivereta lo hacen para referirse a lo *familiar*.

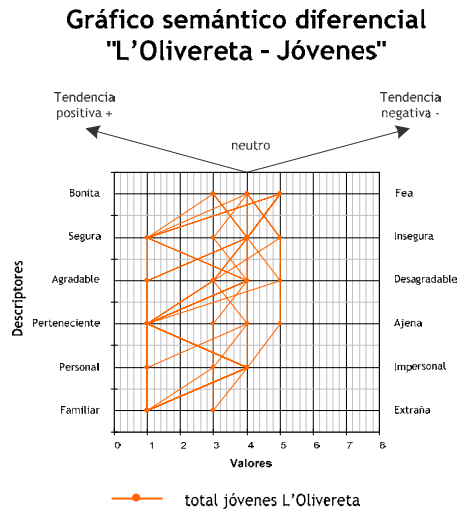
- » En *Can Mantega y L'Olivereta* los *jóvenes* concuerdan en estimar que lo *bonita* de la plaza es el calificativo de menor intensidad.

» gráfico 5.74:





» gráficos 5.75:



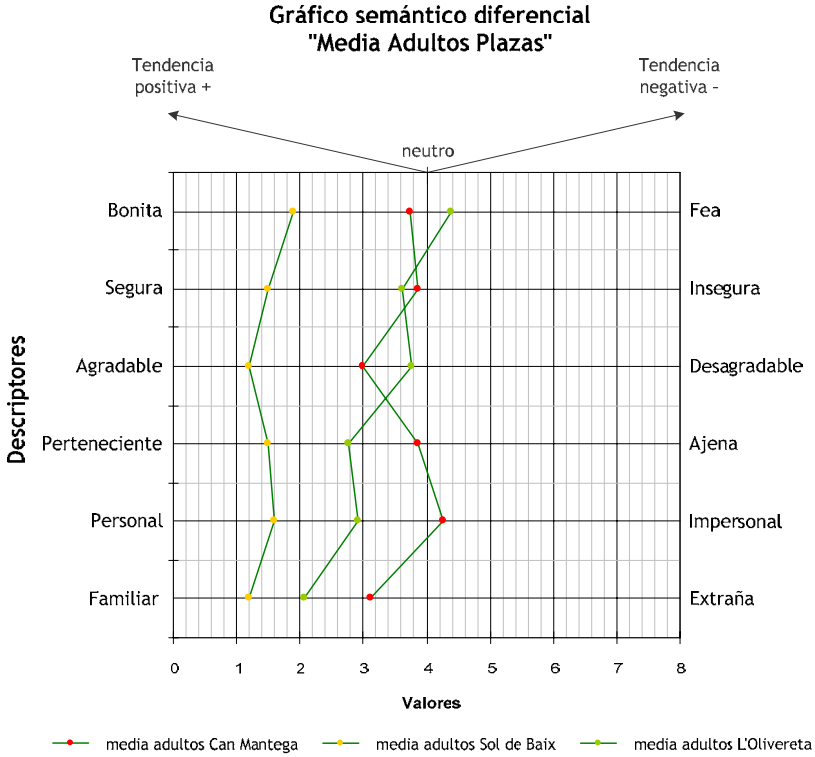
- **Total de los adultos**

Los adultos concuerdan en sus valoraciones de mayor y menor intensidad positiva de la siguiente forma (ver gráficos 5.76 y 5.77):

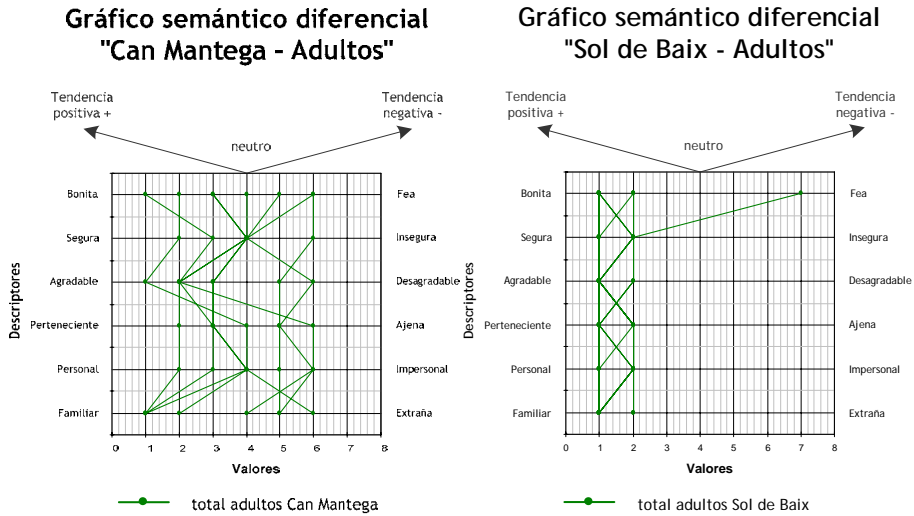
- › Los *adultos* de *Can Mantega*, y *Sol de Baix* concuerdan en estimar la plaza como un lugar *agradable*, a su vez que los de

Sol de Baix y *L'Olivereta* lo hacen para referirse a lo *familiar*.

- » En *Sol de Baix* y *L'Olivereta* los *adultos* concuerdan en estimar que lo *bonita* de la plaza es el calificativo de menor intensidad.

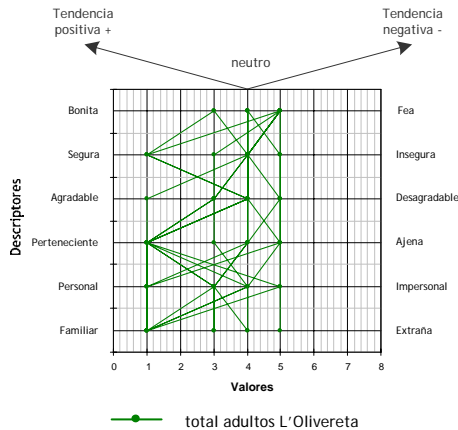


» gráfico 5.76:



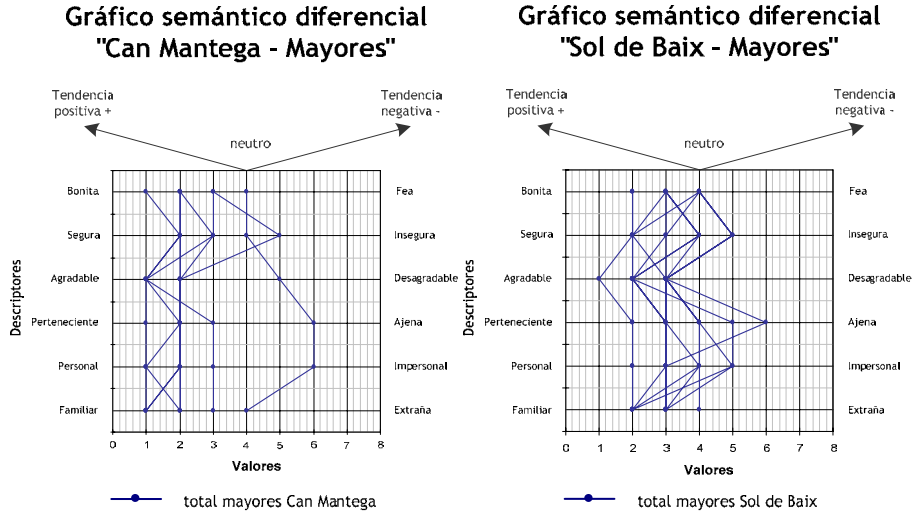
» gráficos 5.77:

Gráfico semántico diferencial "L'Olivereta - Adultos"



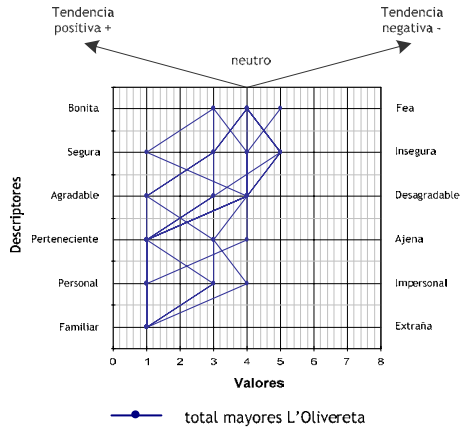
- **Total de los mayores**

Los *mayores* de las diferentes plazas manifiestan algunas coincidencias respecto a sus valoraciones de mayor y menor intensidad positiva (ver gráficos 5.78 y 5.79):



» gráficos 5.79:

Gráfico semántico diferencial "L'Olivereta - Mayores"



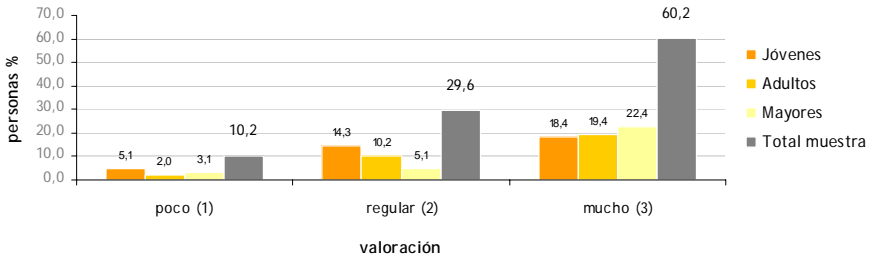
D. Emociones y Significados con la Plaza / Sentido de pertenencia

4.7. Para mi esta Plaza es un lugar significativo del barrio (Plaza – Barrio / Propiedad)

Respecto al valor significativo que tiene la plaza para los usuarios, el **60,2%** de ellos considera que las plazas estudiadas son (*mucho*) lugares significativos para el barrio.

Aunque la apreciación por parte de los diferentes grupos de edad respecto a la plaza como lugar significativo del barrio es bastante homogénea, son los *mayores* quienes lideran esta valoración con un **22,4%** del total de la muestra y el **73,3%** dentro de su categoría.

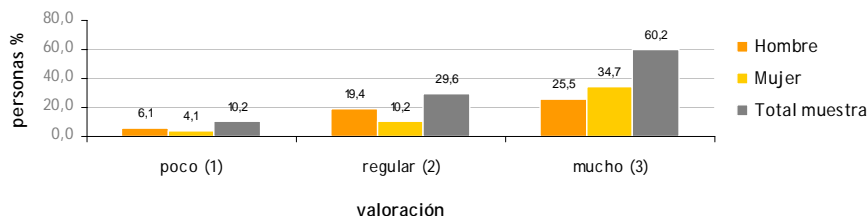
Emociones y significado de la "Plaza para el Barrio" por Grupo de Edad (total muestra)



» gráfico 5.80:

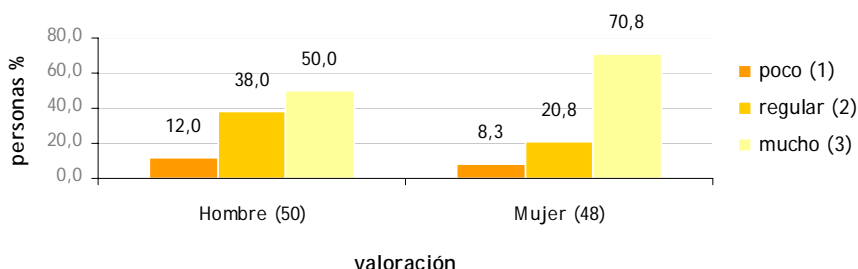
En términos generales, *son las mujeres (34,7%) del total de la muestra, con valoración "mucho" las que destacan sobre los hombres (25,5%)* en su reconocimiento de la plaza como lugar significativo, por otra parte, en términos de género, significa que el **70,8%** del total de las *mujeres* y **50%** del total de los *hombres* *valora significativamente la plaza.*

Emociones y significados de la "Plaza para el Barrio" por Género (total muestra)



» gráfico 5.81:

Emociones y significados de la "Plaza para el Barrio" (total género)



» gráfico 5.82:

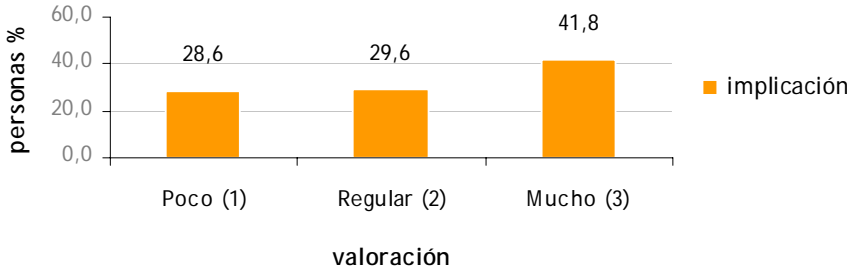
Este reconocimiento de vinculación que existe ente “la plaza con el barrio donde se inserta” se manifiesta de igual manera en el análisis particular de los diferentes casos estudiados.

De este modo la plaza configura un espacio reconocible para el barrio, en la geografía física y significativa para los usuarios.

48. Me siento parte de lo que pasa en la Plaza (Usuario - Plaza / Implicación)

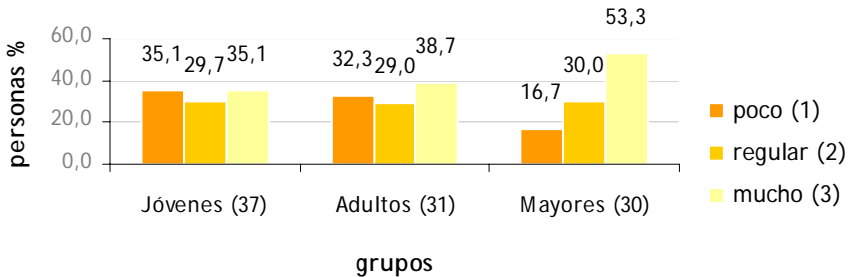
La mayoría de los usuarios valora como *mucho* el *sentirse parte de lo que pasa en la plaza*, los resultados no sobrepasan el **41,8%** de las respuestas.

Plaza - Usuario / Implicación (total muestra)



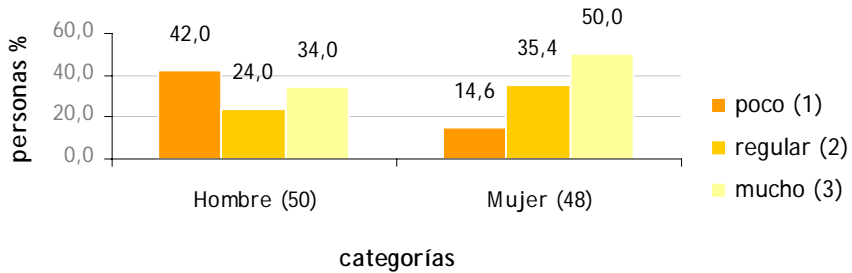
Los **mayores** con un **53,3%** de representación en su grupo, son los que más incorporados se sienten con lo que pasa en la plaza; contrario a este hecho están los **jóvenes** que se sienten **poco** implicados, con un **35,1% de su grupo**.

Plaza - Usuario / Implicación (total grupo)



En ambos sexos el sentimiento de pertenencia con los acontecimientos ligados a la plaza se muestra relevante (**mucho**), el **50%** de las **mujeres** y el **34%** de los **hombres** se sienten parte importante de lo que pasa en el lugar.

Plaza - usuario / Implicación (total género)



» gráfico 5.85:

El grado de pertenencia o ligazón que sienten los usuarios en este aspecto es menos claro que en caso anterior.

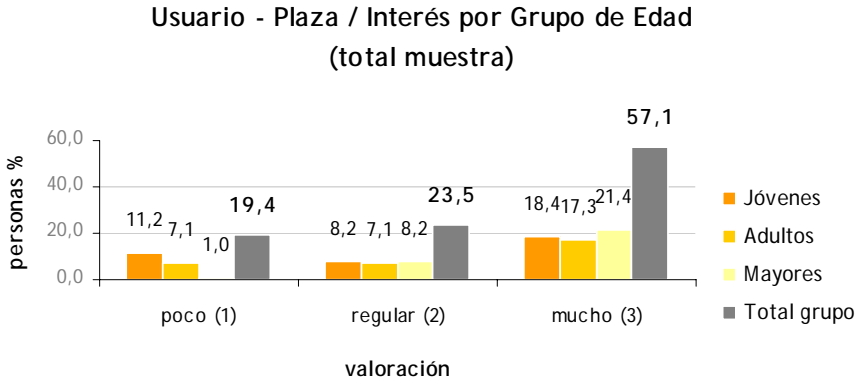
Finalmente son las **mujeres** y los **mayores** quienes destacan en este punto.

49. Me importa lo que pase con esta plaza (Usuario – Plaza / Interés)

En el análisis general es importante destacar que con una representación del **57,1%** a los usuarios les importa **mucho** lo **que pase con la plaza** y en segunda mayoría con el **23,5%** están los que les importa de manera **regular** lo que ocurra en el lugar.

Aunque los **mayores (21,4%)** son los que se muestran más interesados, para los diferentes grupos el valor que le otorgan a este aspecto es bastante semejante. Por otro lado, los **jóvenes (11,2%)** son los que lideran el grupo de los que menos les importa lo que pase con la plaza.

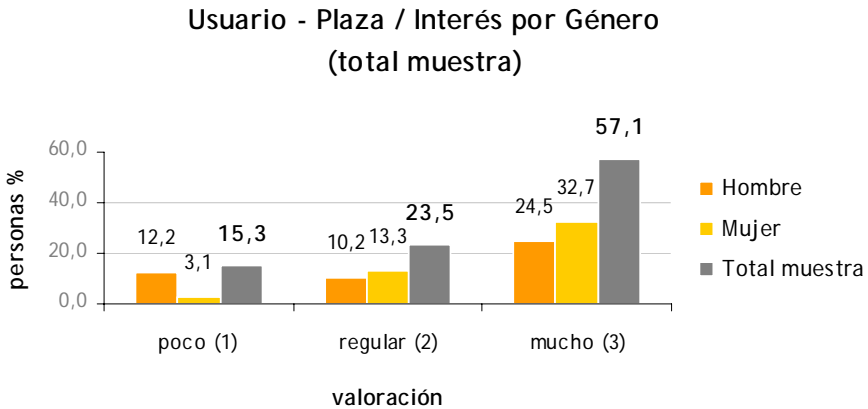
» gráfico 5.86:



Así, el **70%** de los *mayores* manifiesta un gran interés sobre los hechos o acontecimientos que puedan afectar a la plaza.

Adicionalmente cabe destacar que son las *mujeres* (**32,7%**) por sobre los *hombres* (**24,5**) las que se manifiestan más interesadas y que el **66,7%** de ellas manifiesta importarle *mucho* lo *que pase con la plaza*.

» gráfico 5.87:



Los datos arrojados permiten conocer el grado de importancia que los usuarios le otorgan a los hechos que afectan al lugar, permitiendo así identificar el interés de estos frente a un posible acontecimiento vinculado a la plaza.

50. Me siento parte importante para definir mejoras en este servicio

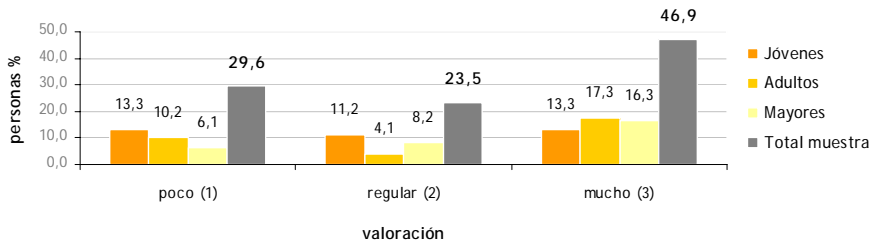
(Usuario – Plaza / Responsabilidad y Compromiso)

El sentido de *responsabilidad y compromiso* que sienten los usuarios de las plazas estudiadas manifiesta que:

La mayoría de las personas considera que *es parte importante para definir mejoras* en los servicios que otorga el lugar. Es decir, el **46,9%** considera su importancia en *mucho* y el **23,5%** en *regular*.

A diferencia de los apartados anteriores, en esta punto destacan los *adultos* (**17,3**) por sobre los *mayores* (**16,3**) y los *jóvenes* (**13,3**), ya que son ellos los que se manifiestan mayoritariamente como importantes al momento de definir mejoras que afecten el servicio “Plaza”.

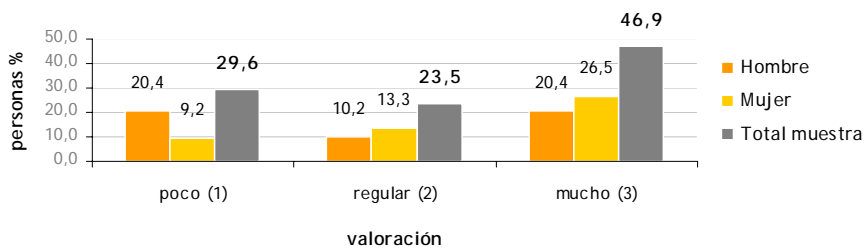
Usuario - Plaza / Responsabilidad y Compromiso por Grupo de Edad (total muestra)



» gráfico 5.88:

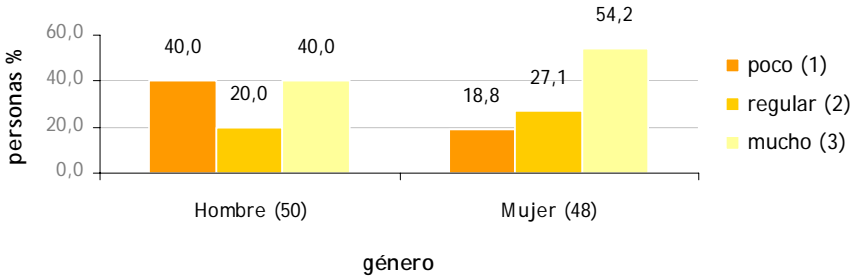
En cuanto al género, son nuevamente las *mujeres*, con un **26,5%** las que manifiestan sentirse importantes por sobre los *hombres* (**20,4%**) para definir mejoras. Asimismo, en las plazas es posible encontrar al **54,2%** de ellas que opinan de igual manera.

Usuario - Plaza / Responsabilidad y Compromiso por Género (total muestra)



» gráfico 5.89:

Usuario - Plaza / Responsabilidad y Compromiso (total género)



Resumen (preg. 47. 48. 49. 50)

General

- › Los usuarios reconocen en la plaza un elemento significativo para el barrio. ***Para mí esta Plaza es un lugar significativo del barrio.***
- › En cuanto al sentimiento de pertenencia que les significa la plaza a los usuarios, cabe destacar que es menos significativo que los demás aspectos valorados. ***Me siento parte de lo que pasa en la Plaza.***
- › La importancia que le otorgan los usuarios a los hechos que puedan afectar a la plaza permite constatar que existe un alto grado de implicación por parte de ellos. ***Me importa lo que pase con esta plaza.***
- › Las personas declaran sentirse parte importante en la toma de decisiones que afecten la plaza lo que significa una manifestación de responsabilidad y compromiso con los hechos y acontecimientos que se generen a partir de su intervención. ***Me siento parte importante para definir mejoras en este servicio***

Grupo Etéreo

- › En cuanto a los diferentes grupos de edad, es posible establecer que para todos ellos la ***plaza es un lugar***

significativo del barrio. En los ***mayores esta percepción es altamente significativa.***

- › En cuanto al ***sentimiento de pertenencia e implicación los jóvenes son los que se sienten menos implicados*** a los hechos y acontecimientos que afectan a la plaza.
- › ***Los adultos son lo que valoran más positivamente su intervención en la definición de mejoras,*** este aspecto aparece como contradictorio ya que son ellos los que no se definen claramente frente a los temas de significado, pertenencia y apropiación.

Género

- › En cuanto al género, ***las mujeres son las que se sienten más involucradas emocionalmente con los aspectos vinculados a la plaza.*** Es sobre ellas donde el sentimiento de pertenencia y apropiación se manifiesta de manera más nítida y con mayor fuerza.

Los aspectos valorados ponen de manifiesto que la mayoría de los usuarios siente que el lugar es un espacio propio y apropiado, lo que se traduce en manifestación de ***reciprocidad,*** correspondencia mutua, entre el espacio ***“Plaza”*** y los ***“usuarios”***.

51. Satisfacción con diferentes aspectos de la plaza

En términos de satisfacción con los diferentes aspectos de la plaza, los usuarios en general se manifestaron de la siguiente manera:

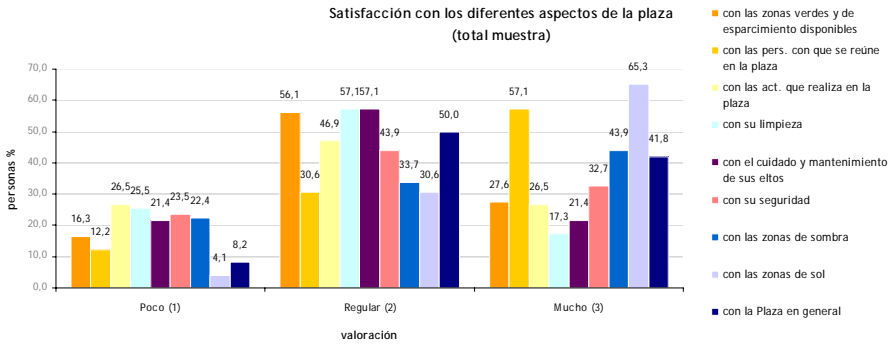
El aspecto mejor valorado (***mucho***) con una mayoría del ***65,3%***, han sido las ***zonas de sol disponibles,*** seguido por el ***57,1%*** de satisfacción con ***las personas con que se reúne*** y por último, pero con una mayoría del ***43,9%***, las ***zonas de sombra*** disponibles en la plaza.

Respecto a una valoración intermedia (***regular***) en orden de preferencias se encuentran: con el ***57,1%***, los usuarios se sienten regularmente satisfechos ***con su limpieza*** y ***con el cuidado y mantenimiento de sus elementos,*** seguido del ***56,1%*** de los

usuarios *con las zonas verdes y de esparcimiento disponibles*, el **50%** con la plaza en general, **46,9%** con las actividades que realiza en la plaza, y finalmente el **43,9%** con su seguridad.

En general, los usuarios no se manifiestan insatisfechos en primera mayoría con ninguno de los elementos mencionados, pero es importante destacar que el **26,5%** destinado a *la limpieza* y el **25,5%** destinado a *las actividades que realiza en la plaza*, son datos destacables en términos de insatisfacción (*poco*).

» gráfico 5.91:



Por consiguiente, los aspectos valorados como *regular* y *poco* representan vías de oportunidad para mejorar el grado de satisfacción que sienten los usuarios en el lugar.

Producto de la heterogeneidad (edad) con que los usuarios realizan diferentes actividades durante su estancia en la plaza, la influencia de este hecho sobre la valoración que se tiene de los diferentes aspectos aparece como un dato importante de analizar.

Así, la valoración sobre el grado de satisfacción de los diferentes aspectos vinculados a la plaza y a la utilización de ella está fuertemente relacionada con las actividades y experiencia que realizan los distintos colectivos en la plaza.

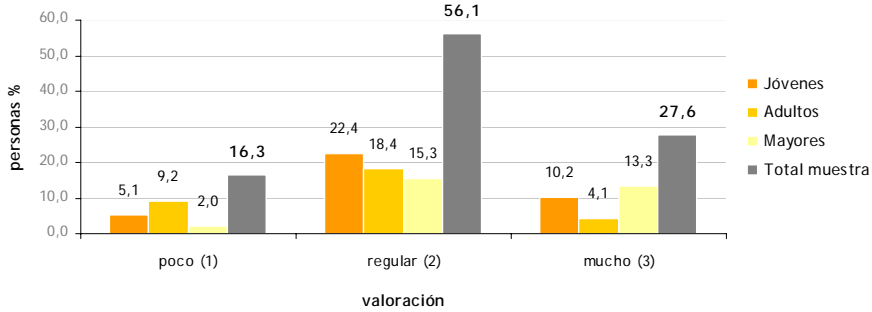
Edad

a. zonas verdes y de esparcimiento

Dentro de los usuarios que tienen una apreciación positiva (*mucho*) respecto a las zonas verdes y de esparcimiento, los mayores destacan con un **13,3%**. En cuanto a la valoración de *regular* de las zonas

verdes y de esparcimiento, son los *jóvenes* quienes lideran esta apreciación con un **22,4%**, seguido por los *adultos* (**18,4%**) y los *mayores* (**15,3%**) respectivamente. Los que mayoritariamente valoran este aspecto como *poco* son los *adultos* con **9,2%**.

Satisfacción zonas verdes y de esparcimiento por Grupo de Edad (total muestra)



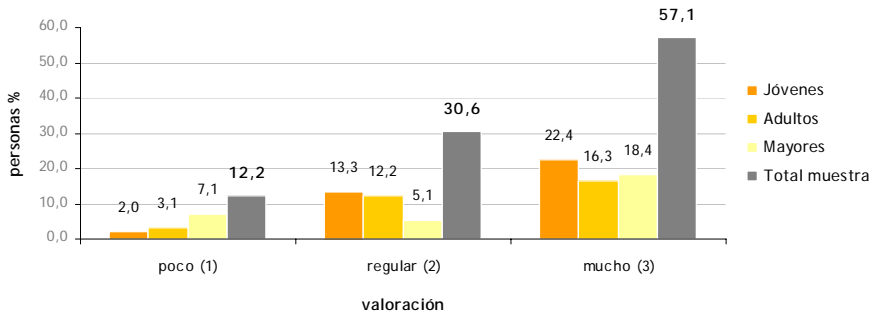
» gráfico 5.92:

b. personas que se reúne

La mayoría de los usuarios se sienten satisfechos con las personas que se reúne en la plaza. Entre ellos destacan los *jóvenes*, quienes se manifiestan mayoritariamente (**22,4%**) por sobre los *mayores* (**18,4%**) y los *adultos* (**18,4%**).

Si bien son los *mayores* los usuarios que destacan en la posición de *poco* satisfechos con un **7,1%**, en relación a su grupo, el **60%** de ellos se declara como muy satisfechos con las personas que se reúne en la plaza.

Satisfacción con las personas que se reúne por Grupo de Edad (total muestra)

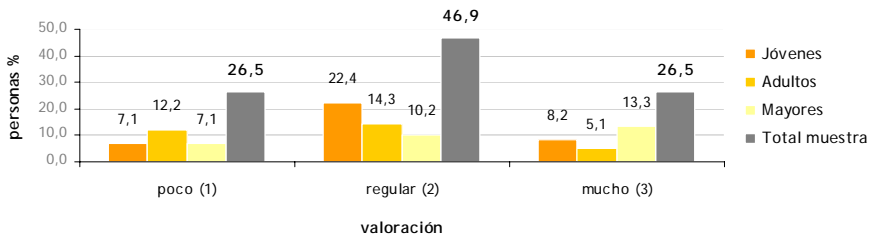


» gráfico 5.93:

c. actividades que realiza

En cuanto a las actividades que realiza cada grupo durante su estancia en la plaza, los **mayores (13,3%)** lideran el grupo de los más conformes, seguidos por los **jóvenes (22,4%)** que valoran este aspecto como **regular** y finalmente se ubican los **adultos (12,2%)** quienes definitivamente lideran el grupo de los más disconformes respecto a las actividades que realiza en el lugar.

Satisfacción con las actividades que realiza por Grupo de Edad (total muestra)



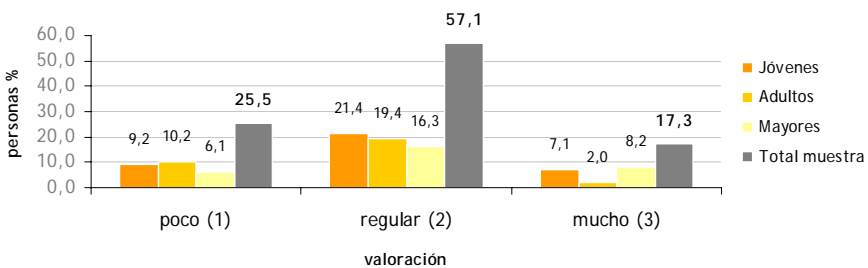
» gráfico 5.94:

d. limpieza del lugar

Si bien los diferentes grupos se definen en primera mayoría como **regularmente** conformes con la limpieza de la plaza, es el grupo de los **jóvenes (21,4%)** quienes lideran a los que valoran la limpieza de esta manera.

En el caso de los que manifiestan su grado de satisfacción como **poco** en cuanto a la limpieza, son los **adultos (10,2%)** los que encabezan este grupo.

Satisfacción con la limpieza del lugar por Grupo de Edad (total muestra)

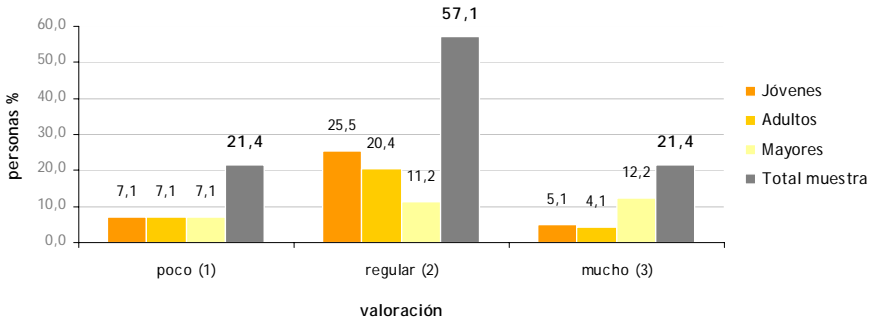


» gráfico 5.95:

e. cuidado y mantenimiento del lugar

Los **jóvenes** con un **25,5%** y los **adultos** con un **20,4%**, consideran que el cuidado y mantenimiento del lugar es **regular**. En cuanto a los que se consideran satisfechos, son los **mayores** con un **12,2%** son los que lideran esta valoración.

Satisfacción con el cuidado y mantenimiento por Grupo de Edad (total muestra)

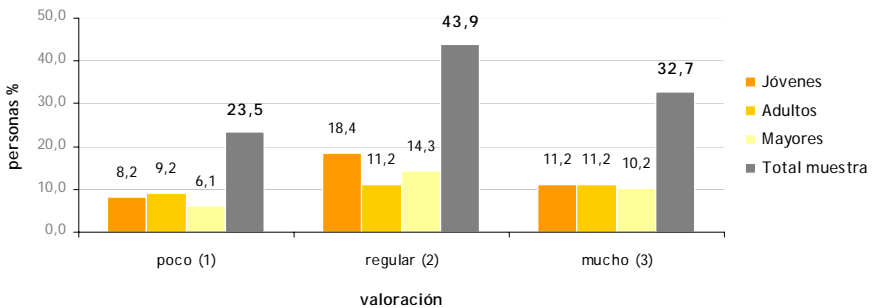


» gráfico 5.96:

f. seguridad

El grado de satisfacción en lo que se refiere a la seguridad muestra que en todos los grupos se manifiesta como regular, destacando a los **jóvenes (18,4%)**, seguidos de los **mayores (14,3%)** y finalmente los **adultos (11,2%)**.

Satisfacción con la seguridad del lugar por Grupo de Edad (total muestra)

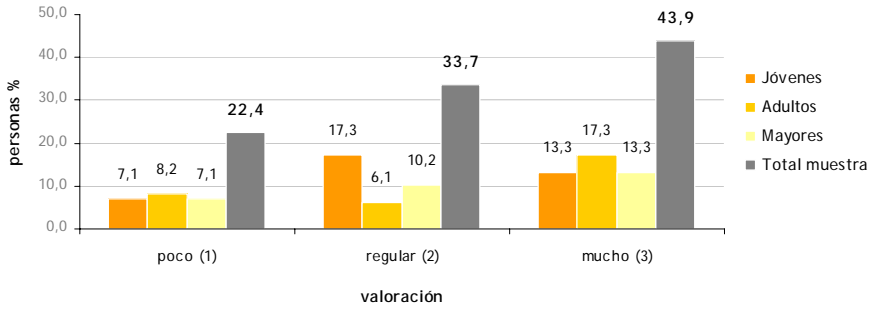


» gráfico 5.97:

g. zonas de sombra

Los *jóvenes* expresan estar *regularmente* satisfechos con las zonas de sombra en un *17,3*. Los *adultos* y los *mayores* se definen como muy satisfechos en este aspecto con un *17,3%* y *13,3%* respectivamente.

Satisfacción con las zonas de sombra por Grupo de Edad (total muestra)



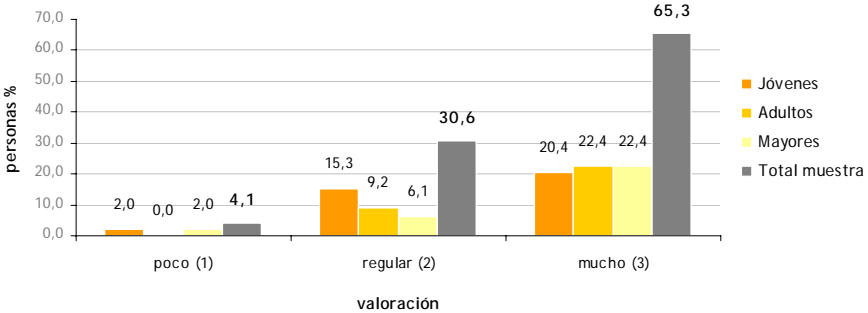
» gráfico 5.98:

h. zonas de sol

La mayoría de todos los grupos de edad posee una apreciación positiva (*mucho*) de este aspecto, son los *adultos (22,4%)* y los *mayores (22,4%)* quienes se sienten más satisfechos.

Una parte importante de los *jóvenes* manifiestan cierto grado de disconformidad evaluando este punto como *regular* en una proporción importante del *40,5%* ellos.

Satisfacción con las zonas de sol por Grupo de Edad (total muestra)



» gráfico 5.99:

Las zonas de sombra y la satisfacción que este aspecto produce en los diferentes grupos (jóvenes, adultos y mayores) tienen directa relación con las actividades y experiencias que se llevan a cabo durante la estancia de cada uno de ellos en el lugar.

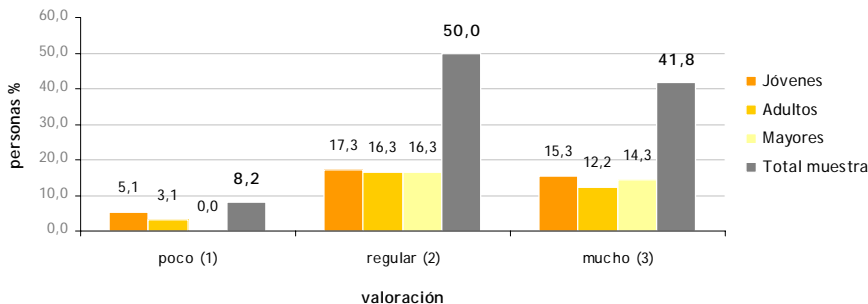
Respecto al análisis de la información anterior y la identificación de los factores que influyen en las apreciaciones de los diferentes grupos, cabe destacar que (preguntas 51.g y 51.h):

las actividades que realizan los **jóvenes** están principalmente ligadas a **actividades físicas**, las cuales en términos de equipamientos disponibles en el lugar se definen en las canchas o áreas extensas para practicar fútbol, canastas de básquet, mesas de ping-pong y zonas valladas para los más pequeños; **dichas zonas**, generalmente se encuentran **desprovistas de protección contra el sol**. Contrario a lo anterior, para los **adultos** y los **mayores** los equipamientos que complementan sus principales actividades son los **bancos** los cuales **habitualmente están situados bajo los árboles** y en posiciones estratégicas para ofrecer **protección a las diferentes horas del día**.

i. plaza en general

Finalmente, en cuanto a la apreciación de los diferentes grupos de usuarios y la plaza en su conjunto, se declaran **regularmente** conformes. Resultando así que el **45,9%** de los **jóvenes**, el **51,6%** de los **adultos** y el **53,3%** de los **mayores** opinan de esta manera.

Satisfacción con la plaza en su conjunto por Grupo de Edad (total muestra)



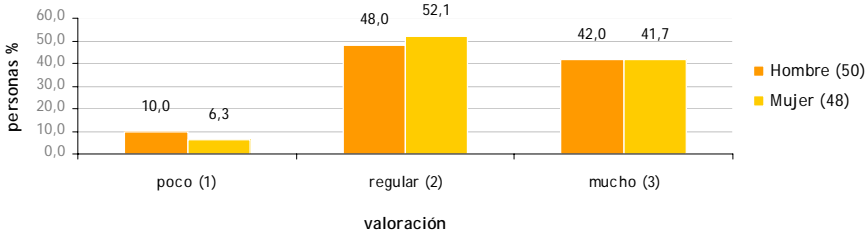
» gráfico 5.100:

Género

- plaza en general

En cuanto al género, la apreciación se manifiesta bastante equilibrada, el **48%** de los **hombres** y **52,1%** de las mujeres valora como **regular** la plaza en términos generales.

Satisfacción con la plaza en su conjunto
(total grupo)



» gráfico 5.101:

Finalmente es posible destacar que aunque en la mayoría de los aspectos evaluados los diferentes grupos se declaran regularmente satisfechos, existen ciertos matices que son importantes de insistir para mejorar la satisfacción de los diferentes grupos de usuarios:

- » El aspecto **mejor valorado** y en consenso por los diferentes grupos es respecto a **las personas con que se reúnen** en la plaza.
- » **Las zonas de sol y sombra** son un aspecto **pendiente de desarrollar para satisfacer a los jóvenes**.
- » Los **mayores** poseen una **percepción más positiva** sobre el **cuidado y mantenimiento del lugar** que los jóvenes y adultos.
- » Un número importante de **adultos** se manifiesta **muy insatisfecho con la limpieza en el lugar**.
- » Los **adultos** en una proporción importante se declaran **insatisfechos con las actividades que realiza en la plaza**.
- » Para los **jóvenes** el aspecto que les genera **menor grado** de satisfacción es la **limpieza del lugar** y **mejor** son **las personas con que se reúne** en la plaza.

52. Mencione lo mejor y lo peor de la Plaza (adjetivos) (valoración de las experiencias)

Dentro de los términos mencionados para calificar la plaza de manera positiva y negativa, ha sido posible identificar dos criterios, físicos y sociales (ver cuadro 5.3):

lo bueno		lo malo	
Aspectos Físicos	Aspectos Sociales	Aspectos Físicos	Aspectos Sociales
Grande - amplia	Familiar	Seca - polvorienta	Aburrida
Soleada	Tranquila	Oscura	Insegura
Cercana	Entretenida	Ruidosa	Fea
Organizada	Amigable	Animales	descuidada
Equipada	Práctica	Sucia	Ajena
Sombreada	Divertida	Pandillas	
Arbolada	Segura	Pequeña	
Moderna	Acogedora	Pobre	
Cómoda - confortable	Alegre	descuidada	
Bonita	Agradable	Hedionda	
	Bonita	Solitaria	
	Activa	Soleada	

» cuadro 5.3:

Valoración de las experiencias por medio de adjetivos opuestos propuestos por los usuarios.

Del total mencionado destacan por su reiterada aparición:

- › **Adjetivos Positivos** respecto a lo físico: cercana, cómoda y confortable, y en relación al ambiente las definen como: familiar, tranquila, agradable, amigable, acogedora, segura y activa.
- › **Adjetivos Negativos** del espacio son: sucia, pequeña, oscura, fea y seca- polvorienta, y en lo que respecta al ambiente: insegura, ruidosa, descuidada.

53. ¿Qué mejoraría usted de la Plaza?

Sugerencias de mejoras

El número de mejoras propuestas fue de 103, lo cual significó que en algunos de los casos los usuarios respondieron con más de una sugerencia. Las propuestas abarcan por un lado aspectos que permiten mejorar la estancia en la plaza con lo existente y por otro lado, refieren a nuevas incorporaciones o re-acondicionamientos.

Se han podido establecer 4 categorías de mejoras a partir de las sugerencias dadas por los usuarios encuestados, las cuales corresponden a:

- › **Utilidades de los espacios y objetos** dentro de los cuales destacan el mejorar la iluminación, poner lavabos (servicios higiénicos) y porterías de fútbol, pavimentar, arreglar fuentes y bancos más cómodos y algún sitio seguro para dejar las cosas entre otras.
- › **Ornamentales** se refieren a la apariencia del lugar en cuanto a su estética, asignándole a la vegetación un papel importante en este aspecto.
- › **Mantenimiento** referido principalmente a la limpieza del espacio y los objetos.
- › **Seguridad** asociada a la poca iluminación, pandillas y perros sueltos.

Estas cuatro categorías apuntan a diversos aspectos del mejoramiento de la plaza.

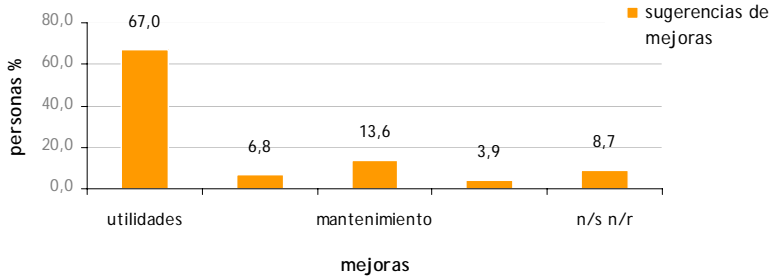
Relación directa

- › En primer lugar y con un **67%** de representación, aparecen las sugerencias de mejoras vinculadas a la **utilidad** de los elementos; se mencionan entonces nuevos equipamientos y mejoras para los ya existentes, los cuales tienen como principal característica que son elementos de interacción directa con el usuario tales como más bancos, mejores fuentes, equipamiento deportivo,

Relación indirecta

- › Como segunda mayoría aparece el **mantenimiento** y conservación de los elementos y el entorno con un **13,6%**.
- › En tercer lugar, con un **6,8%**, aparecen los aspectos **ornamentales** de los elementos y el lugar.
- › Y por último, en cuarto lugar con **3,9%**, los aspectos de **seguridad** (iluminación)

Mejoras propuestas (total muestra respuestas (103))



» gráfico 5.102:

Algunas particularidades

Frente a la pregunta, qué mejoraría usted de la plaza, los usuarios de Sol de Baix son los que consideran mayoritariamente que los elementos y equipamientos destinados a prestar utilidades directas durante la estancia son los que más deben mejorarse. En el caso de Can Mantega es donde existe el más alto porcentaje de usuarios que no responde o no sabe y por último en L'Olivereta aparece una propuesta de mejora ausente en los casos anteriores, la seguridad.

Aspectos cualitativos

Frente a la posibilidad de sugerir mejoras para el entorno de la plaza, los usuarios se manifestaron de dos maneras:

a.- Los que piensan que la plaza puede mejorar adicionando elementos que no existe, sugieren:

- › Aro o canasta de básquet, portería para fútbol, pista de petanca (donde no hay)
- › Lugar para dejar las cosas, zonas para sentarse juntos a conversar o charlar,
- › Servicios (lavabos), señales de uso apropiado de las instalaciones
- › Pavimentar por la lluvia, Pipican

b.- Los que piensan que la plaza puede mejorar acondicionando lo existente o más de lo existente proponen:

- › bancos, fuentes, luminarias, papeleras y protección para el sol
- › limpieza y seguridad

Otro aspecto relevante es que los usuarios manifiestan que la **estética** de la plaza es un punto que podría mejorar su estancia. En este caso cabe destacar que con la estética se refieren a la imagen del lugar y de los elementos, sin considerar la función de estos.

Por otro lado, aparecen **sugerencias de mejoras que abren posibilidades para los encargados de resolver el diseño de estos lugares**, posibilidades de innovación basadas en las expectativas y necesidades manifiestas de los usuarios:

- › Bancos o lugares para dejar seguras las cosas (bolsos, mochilas o carteras) mientras usan las instalaciones deportivas o juegos
- › Bancos para reunirse y conversar en grupo
- › Sombra en verano para las zonas de juegos infantiles (aumentaría los tiempos de uso)

E. Lealtad al Parque o Plaza

(como indicador de la valoración de la calidad del parque o plaza)

54. Si puedo, volveré a esta plaza en el futuro.

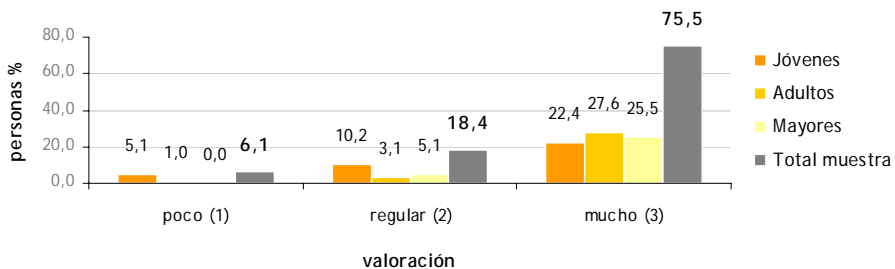
En general existe un alto grado de lealtad manifiesta por los usuarios, ya que el **76,5%** declara que si puede volvería a la plaza (**mucho**). Los usuarios se declaran entonces leales y apegados al lugar; solo una minoría con el **5,1%**, manifiesta que volvería **poco**.

Indistintamente de la valoración que los usuarios tienen de los diferentes aspectos de la plaza analizados anteriormente (pregunta 51), es posible confirmar que existe un alto grado de lealtad respecto al lugar por parte de los usuarios.

Otro antecedente importante de destacar es que del total de los encuestados, el **8,2%** (pregunta 60) declara que su opinión no es importante porque viene poco a la plaza y porque que no es del barrio. Si este dato lo cruzamos con el de los que manifiestan menos lealtad a la plaza el **5,1%**, es posible establecer que la totalidad de los usuarios de la plaza manifiesta un alto grado de apego y lealtad con el lugar, e incluso existe un **3,1%** de los usuarios, que no son vecinos del barrio ni usuarios habituales que también se sienten ligados al lugar ya que manifiestan que volverían.

Los usuarios que se manifiestan con mayor grado de lealtad son los **adultos (27,5%)**, seguidos por los **mayores (25,5%)**. Esto significa que el **87,1%** de los usuarios adultos y el **83,3%** de los mayores volverían a la plaza.

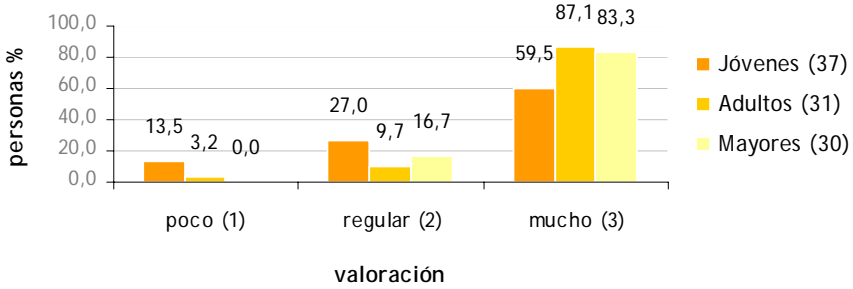
Disposición para volver a la plaza por Grupo de Edad (total muestra)



» gráfico 5.103:

Disposición para volver a la plaza (total grupo)

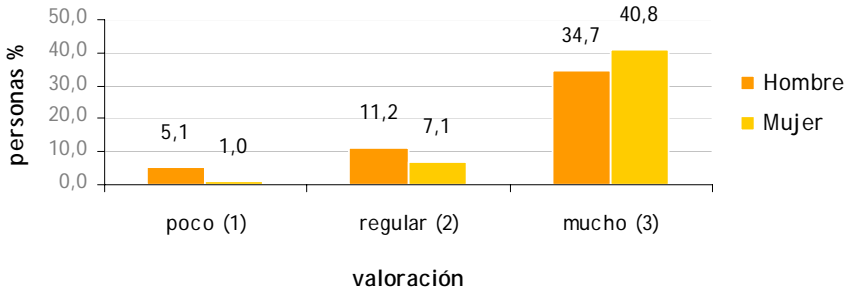
» gráfico 5.104:



Adicionalmente cabe destacar que son las **mujeres (40,8%)** sobre los **hombres (34,7%)** las que se manifiestan como más leales a la plaza, lo que significa que **el 83,3%** de ellas volvería a la plaza si le es posible.

Disposición para volver a la plaza por Género (total muestra)

» gráfico 5.105:



55. Recomendaré esta plaza a otras personas.

Frente a la pregunta si recomendaría la plaza a otras personas, el resultado es bastante diferente.

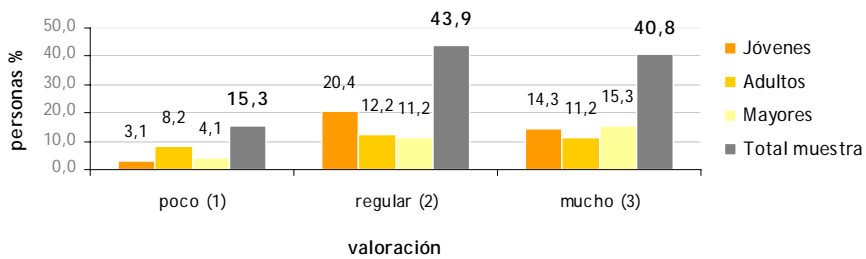
En general el **43,9 %** de los usuarios declara no estar muy convencido de recomendar la plaza (**regular**) y el **40,8%** que lo haría

(mucho). Este hecho, a diferencia del anterior, se puede ver afectado por la valoración de los aspectos analizados de la plaza, donde los usuarios se situaron en general en una valoración de *regular* en términos de satisfacción con los aspectos mencionados.

Al existir un grado *regular* de satisfacción, los usuarios se presentan más reacios a mostrar la plaza, lo que tiene que ver con mostrarse frente al otro, validarse y valorarse frente a los demás.

El grupo de los *mayores (15,3%)* es el que lidera la mayor disposición (*mucho*) a recomendar la plaza, los *jóvenes* destacan en su valoración de *regular* con un *20,4%*. Por otro lado, los *adultos* parecen no tener una postura predominante ya que distribuyen su opinión de manera bastante homogénea en las tres valoraciones.

Disposición para recomendar la plaza por Grupo de Edad (total muestra)



» gráfico 5.106:

F. Participación y Apropiación

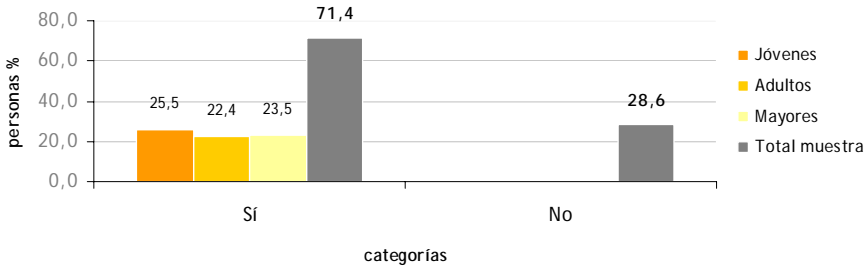
Valoración de la disposición a participar

56. ¿A usted le gustaría participar?

De cara al supuesto de un proyecto de mejora en la plaza, los usuarios se situaron positivamente con un **71,4%** de disposición a la participación en temas que signifiquen mejoras para el lugar.

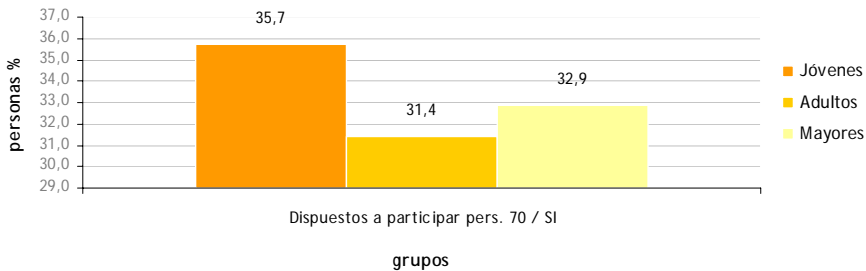
Del conjunto de los usuarios dispuestos a participar (70 personas), los **jóvenes** lideran con unos (**25,5%**), seguidos de los **mayores** (**23,5%**) y por último están los **adultos** (**22,4%**). Ante este mismo hecho en cada categoría se manifiestan de manera diferente, donde son los mayores (**76,7%**) quienes tienen una representación mayor de los usuarios dispuestos a participar, seguidos por los **adultos** (**71,6%**) y los **jóvenes** (**67,6%**).

Disposición a participar por Grupo de Edad (total muestra)



» gráfico 5.107:

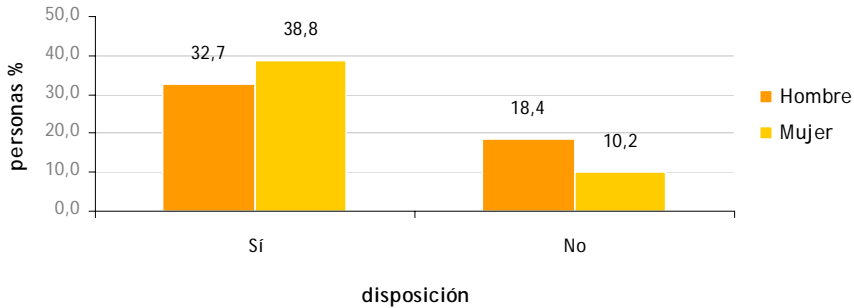
Distribución de los dispuestos a participar por Grupo de Edad (total Si (70 personas))



» gráfico 5.108:

Las *mujeres* y *hombres* dispuestos a participar se distribuyen en un **38,8%** y **32,7%** respectivamente. Luego, al analizar esta representación y su distribución en cada categoría, el **79,2%** de las *mujeres* se manifiestan como mayoritariamente dispuestas.

Disposición a participar por Género
(total muestra)



» gráfico 5.109:

57. Si estuviera dispuesto a participar preferiría hacerlo con (sólo los que responden si)

Las etapas de desarrollo de un proyecto son muchas y variadas, en la búsqueda de facilitar su comprensión e identificación por parte de los usuarios estas se fueron agrupadas en tres categorías, las cuales a su vez fueron designadas por conceptos que describiesen claramente las actividades asociadas a cada una de ellas, lo anterior con la finalidad de permitir conocer e identificar dos aspectos relevantes:

- » *Preferencias de participación* (ideas, diseño, selección de propuestas)
- » *Temporalidad de la participación* a través de la etapa o fase seleccionada: inicio, desarrollo o término del proyecto.

Se propone conocer los intereses y preferencias de participación de los usuarios y su posicionamiento frente a las diferentes etapas de desarrollo de un proyecto (ver cuadro 5.4):

» cuadro 5.4:

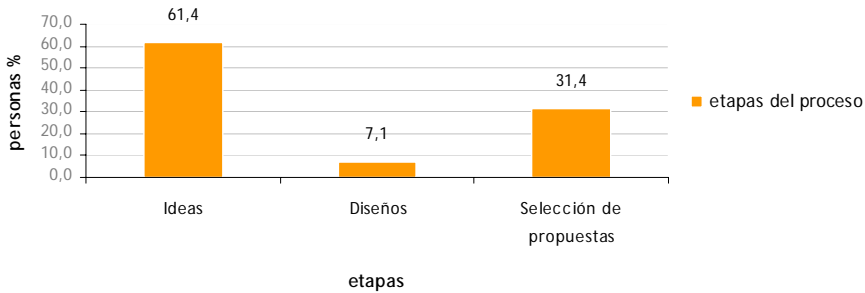
Definición de las etapas de desarrollo de un proyecto y su temporalidad.

descripción	preferencias	temporalidad
Generación de ideas, búsqueda de antecedentes, identificación de necesidades, análisis de las experiencias de uso del lugar, demandas del lugar, etc.	ideas	inicio
Desarrollo del proyecto conceptual, así mismo como sus alternativas de solución formal.	diseño	desarrollo
Evaluación y selección de propuesta desarrolladas, previamente a la implementación del proyecto	selección	término

Al indagar sobre las preferencias de participación del **100%** de las personas que manifestaron positivamente su disposición a participar (**las 70 que respondieron “sí”**), se ha podido establecer que:

- » como primera preferencia la participación dando **ideas** con un **61,4%**,
- » seguida por la **selección de propuestas** con un **31,4%**
- » y por último con el **7,1%** el **diseño**.

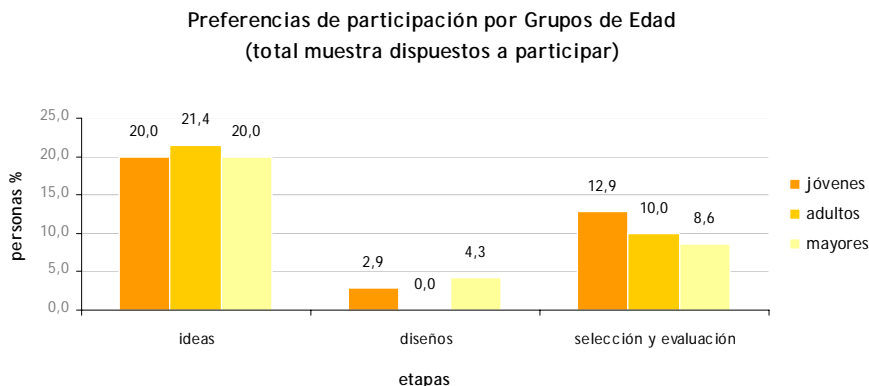
Preferencias de participación por Etapas
(total muestra dispuestos a participar)



» gráfico 5.110:

En lo referente a participar en la fase de **diseño**, es importante destacar que los usuarios reconocen sus limitaciones y que en este aspecto creen que los profesionales deben encargarse de esta etapa. Además de la necesidad de habilidades requeridas, manifiestan también de manera abierta y complementaria a la encuesta que, la disponibilidad de tiempo que esta etapa requiere es un punto que dificultaría su participación.

Los **jóvenes (20,0%), adultos (21,4%) y mayores (20,0%)** definen su preferencia en hacerlo primordialmente por medio de **ideas** y luego con el **12,9%, 10,0% y 8,6%** respectivamente, a través de **selección y evaluación de propuestas**.



» gráfico 5.111:

Los datos anteriores nos permiten identificar las posibles etapas de inclusión en la participación de los usuarios frente a cualquier proyecto vinculado a la plaza, basada en las preferencias manifiestas de las personas. En la etapa inicial del proyecto, donde se recogen los intereses, necesidades y expectativas de los usuarios – **ideas**, y en la etapa **de selección de las propuestas** (final – previa ejecución), es decir:

› ***Diseño centrado en el usuario y en los usos + participación = diseño participativo***

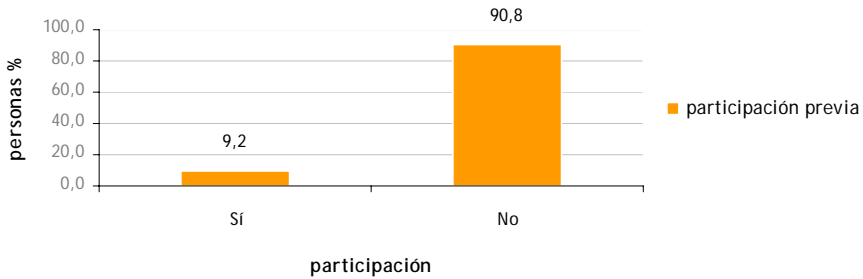
Diferencia con lo que se hace habitualmente:

› ***Diseño según pliego de especificaciones técnicas + observación = Diseño centrado en el usuario.***

58. Anteriormente, le han preguntado a usted que opina sobre: parque, plaza o mobiliario urbano.

Del total de los encuestados, el **90,8%** declara que antes de esta instancia **no** había sido consultado en los temas mencionados (parque, plaza o mobiliario urbano). Sólo un **9,2%** manifiesta que en alguna oportunidad lo han consultado.

Participación previa a la encuesta (total muestra)



Según los resultados es posible evidenciar y constatar que existen escasas instancias de participación en estos aspectos identificadas por los encuestados, donde los usuarios son los principales afectados por la implementación y cambios en el espacio público de uso cotidiano.

Lo anterior puede deberse a la inexistencia de estas o a los inefectivos canales de comunicación si los hubiese.

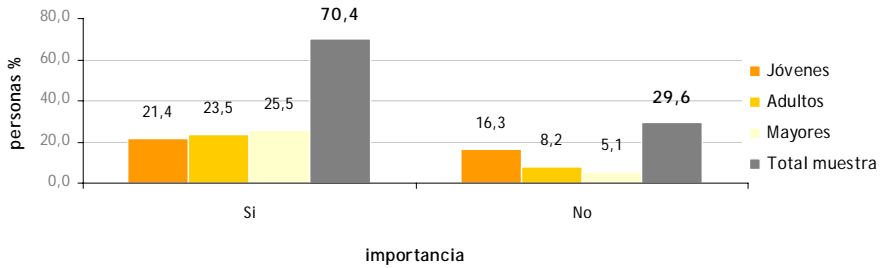
59. ¿Cree qué es importante su opinión respecto a estos asuntos?

La autovaloración de los usuarios respecto a su opinión sobre los temas referentes a la plaza, muestra que la mayoría de ellos, con el **70,4%** de representación, considera que su opinión **es importante** en estos campos frente a **29,6%** que considera que **no lo es**.

De los que opinan positivamente (**si**), son los **adultos (23,5%)** y **mayores (25,5%)** quienes destacan. Lo que significa para cada grupo un **74,2%** y un **83,3%** de representación respectivamente.

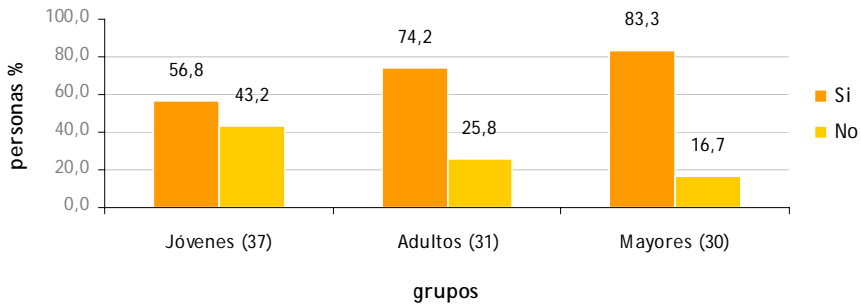
Si bien los **jóvenes** también consideran que su opinión es importante (**21,4%**), se encuentran divididos de manera bastante homogénea entre los que consideran que **si** es importante (**56,8%**) y los que **no** (**43,2%**).

Importancia de la participación en estos asuntos por Grupo de Edad (total muestra)



» gráfico 5.113:

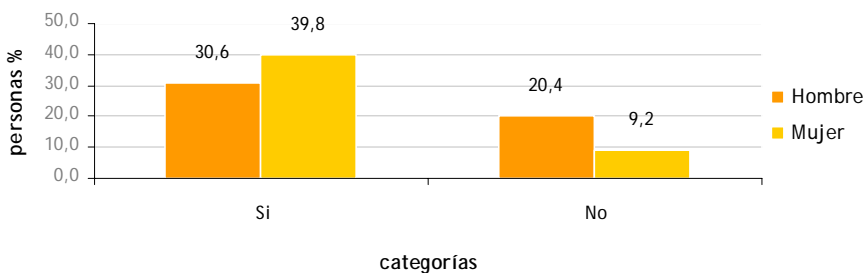
Importancia de la participación en estos asuntos (total grupos)



» gráfico 5.114:

En cuanto al género, son las **mujeres (39,8%)** por sobre los **hombres (30,6%)** las más seguras en manifestar la importancia de su opinión como positiva. Esto significa que el **81,3% de ellas** opina de igual manera.

Sobre si su participación es importante por Género (total muestra)



» gráfico 5.115:

Hasta ahora el estudio ha demostrado que los usuarios son una fuente importante de información para el desarrollo y toma de decisión en temas relacionados a la evaluación, el diseño y la habilitación de espacios públicos “plazas”. Así mismo se ha verificado que existe un alto interés de implicarse en proyectos relacionados con espacios que les son cercanos y de uso frecuente.

60. ¿Por qué? / Cualitativa

La solicitud de argumentar la respuesta entregada a la pregunta anterior ha tenido por objetivo poder conocer de voz de los usuarios los motivos que pueden estar condicionando su percepción sobre la importancia de participar.

Argumentos favorables:

- › Quien mejor puede opinar son los que usamos la plaza.
- › Que el mejor consejo es el que pueden dar los vecinos que usan la plaza
- › Soy usuario
- › Vivo enfrente

Argumentos desfavorables:

- › Las autoridades harán lo que quieran
- › Porque los políticos no nos escuchan
- › No soy un usuario habitual
- › Soy muy joven, no me escucharían

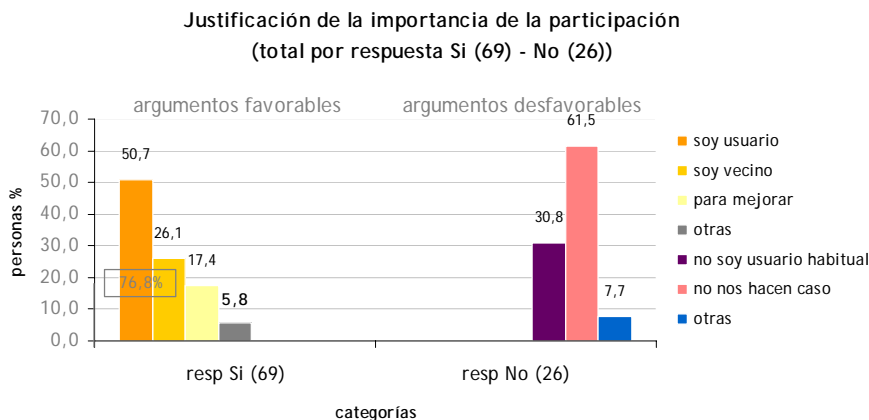
Por otro lado, cabe destacar que, si bien la pregunta es de carácter cualitativo, las reiteradas respuestas de índole similar han permitido hacer un análisis estadístico al respecto.

Por lo tanto, el **96,8%** de los usuarios manifestó su sentir independientemente si consideraron su opinión como importante.

Los argumentos entregados por los usuarios hablan principalmente de una condición de propiedad (uso y vecindad) y ligazón (*attachment*), es decir, **el 76,8% argumenta pertenencia de la plaza**. En segundo lugar es posible establecer que existe una actitud

positiva frente a lo que pueden entregar con su participación en estos temas, ya que **el 17,4% de los usuarios piensa que su opinión es importante para hacer mejoras en el lugar**. Un dato importante es que las mejoras no sólo implican a los mismos usuarios encuestados, sino que por el carácter familiar del lugar (plaza de barrio) piensan que su opinión puede influir en generar mejoras para los demás usuarios (familiares - hijos).

Del 100% de personas que respondieron que su opinión es importante (69 pers.), el **50,7%** argumenta que porque **es usuario**, el **26,1%** porque **es vecino** del lugar y el **17,4%** para **mejorar**.



» gráfico 5.116:

Del 100% de las personas que argumentaron que su opinión **no** es importante, el **61,5%** respondió porque **no les hacen caso**, el **30,8%** porque **no es usuario habitual** y el **2,4%** **otras**.

2do. barrido | análisis de cruces

A partir del análisis general se ha determinado necesario hacer un tercer análisis, el cual pretende conocer como algunos hechos relevantes tales como, distancia, frecuencia, tiempo de permanencia, participación entre otros, afectan o influyen sobre los comportamientos y las valoraciones que tienen los usuarios del lugar.

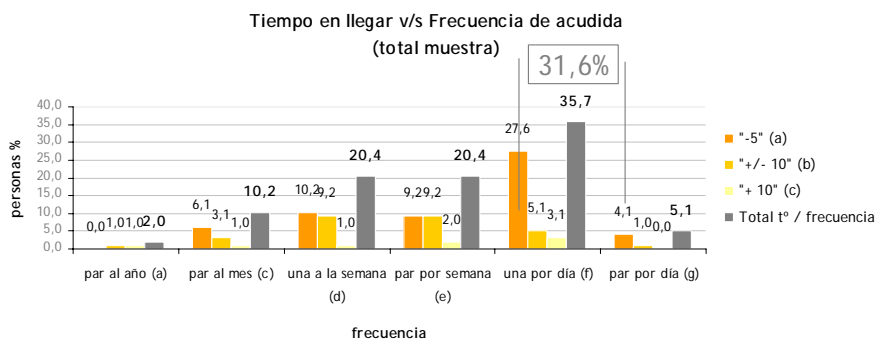
7. Cuanto tiempo le cuesta llegar a la plaza (minutos)

9. Con que frecuencia viene a la Plaza

(tiempo - distancia / frecuencia de uso)

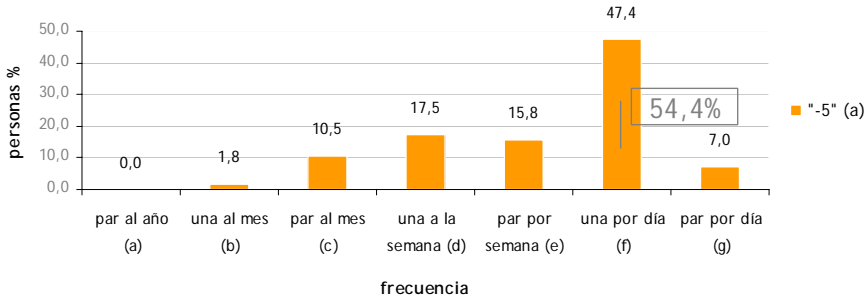
El interés en este punto se centre en determinar si existe una relación de dependencia entre el **tiempo** que les toma a los usuarios acudir a la plaza y la **frecuencia** con que asisten a ella.

- › Los usuarios que tardan menos en llegar a la plaza (**menos de 5 minutos**) son definitivamente los que acuden con mayor frecuencia **31,6%** (**una o un par de veces por día**).



- › Es decir, el **54,4** de las personas presentes en la plaza son vecinos del lugar.

Tiempo en llegar v/s Frecuencia de acudida
(total menos de 5 minutos)



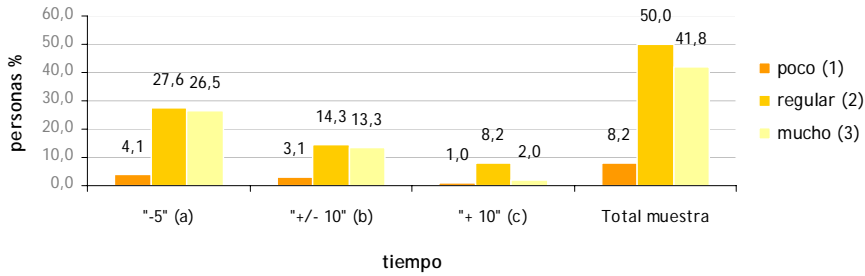
Lo anterior significa que: los usuarios que viven más cerca del lugar son los que visitan más frecuentemente la plaza. Por consiguiente, la distancia es un hecho relevante para conformar el perfil de los usuarios, determinando a quienes realmente se favorecen con la existencia de la plaza y permitiendo identificar sobre quienes afecta cualquier hecho relevante que la afecte.

7. ¿Cuánto tiempo le cuesta llegar a la plaza? (minutos) 51. ¿ plaza en general

Respecto a la influencia que tiene el *tiempo que tardan* los usuarios en llegar a la plaza y la *satisfacción* que sienten con la *plaza en general (preg.51)* es posible determinar.

- » Las personas que tardan menos tiempo (*menos de 5 min.*) en llegar al lugar (usuarios de la plaza) se sienten más satisfechos con la plaza y los servicios que ofrece (sol, sombra, limpieza, seguridad, etc.) que el resto de los usuarios en un **26,5%**,

Tiempo en llegar v/s Satisfacción con la plaza en general
(total muestra)



» gráfico 5.119:

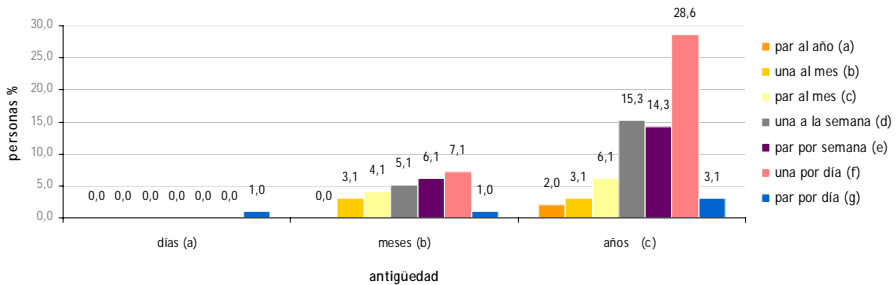
8. ¿Desde cuándo viene a esta Plaza?

9. ¿Con qué frecuencia viene a la Plaza?

La antigüedad de uso de la plaza y su relación con la frecuencia de asistencia.

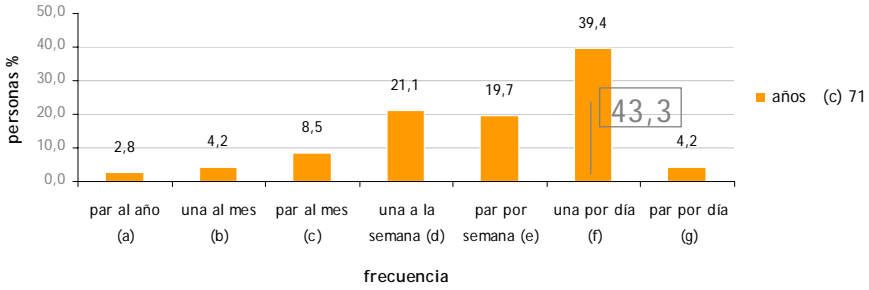
Los usuarios que declaran mayor antigüedad son a su vez los que mantienen prácticas de mayor frecuencia en cuanto a visitar la plaza. Así mismo, dentro de los más antiguos (*años*) el **43,6%** lo hace entre una y un par de veces al día.

Antigüedad en el uso v/s Frecuencia de acudida
(total muestra)



» gráfico 5.120:

Antigüedad v/s Frecuencia de acudida
(total más antiguos)

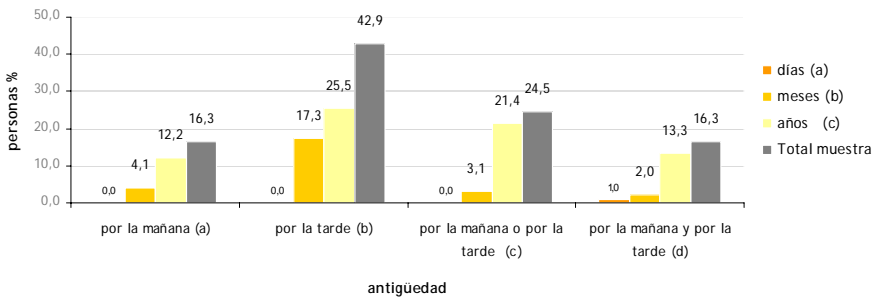


> gráfico 5.121:

8. ¿Desde cuándo viene a esta Plaza?
11. ¿Cuándo viene a la Plaza?

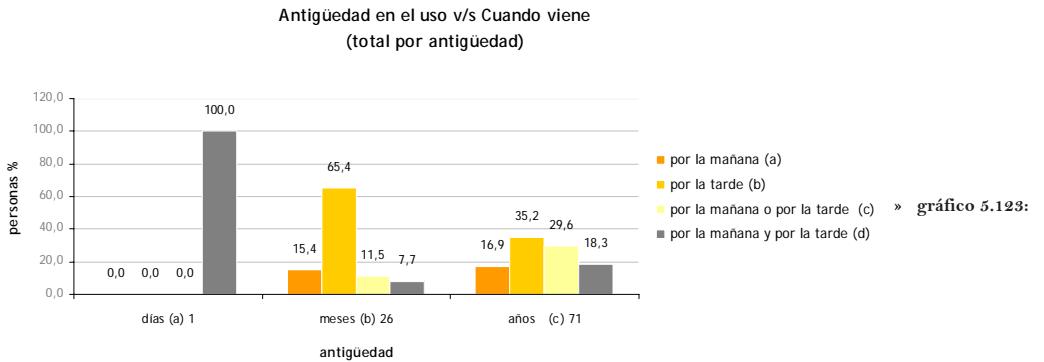
El análisis y las preferencias que tienen los usuarios en cuanto a los periodos del día para acudir a la plaza, determina que los usuarios más antiguos, los que vienen desde hace *meses 17,3% y años 25,5%* suelen acudir al lugar predominantemente *por la tarde*. De igual manera, cabe destacar que un número importante de usuarios que frecuenta la plaza hace *años 21,4%*, lo hace indistintamente *por la mañana o por la tarde*.

Antigüedad en el uso v/s Cuando viene
(total muestra)



> gráfico 5.122:

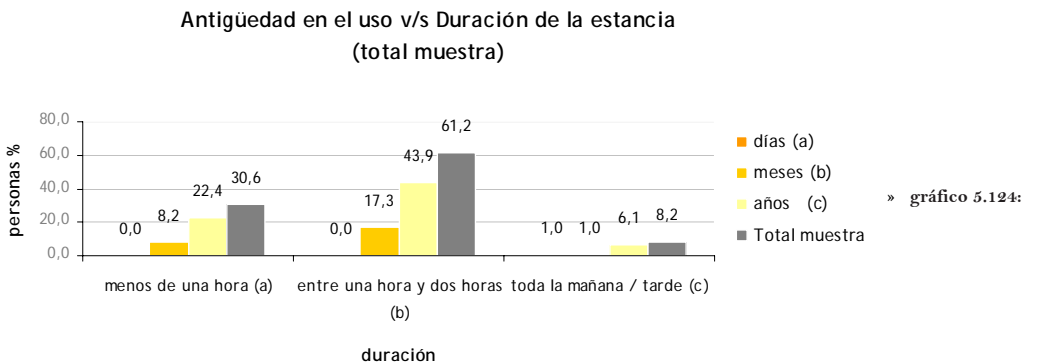
Lo anterior representa que por las tardes en las plazas es posible encontrar a lo menos un **65,4%** de usuarios que viene hace **meses** y un **35,2%** de usuarios que la frecuentan hace **años**. Significando que en este periodo de tiempo los usuarios presentes en la plaza son personas que se conocen y comparten ciertas rutinas en cuanto uso del lugar.



8. ¿Desde cuándo viene a esta Plaza?

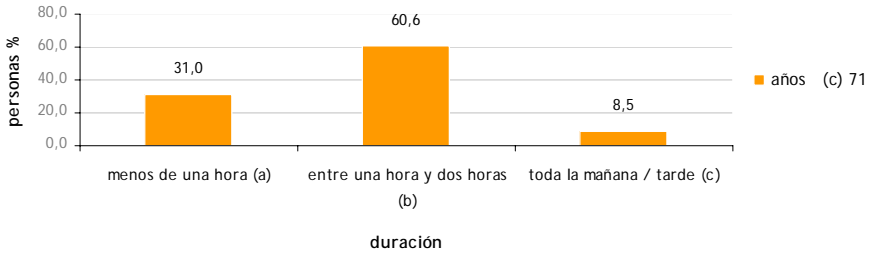
12. ¿Cuánto tiempo suele estar usted en la Plaza?

Los usuarios que vienen hace **meses** a la plaza (**17,3%**) y los más antiguos de **años** (**43,9%**), suelen estar en la plaza preferentemente **entre 1 y 2 horas**.



Otro aspecto importante de destacar es que de los usuarios más antiguos, el **60,6%** de ellos suele permanecer en la plaza **más de 1 hora**.

Antigüedad v/s Tiempo de permanencia
(total más antiguos)



8. ¿Desde cuándo viene a esta Plaza?

51. ¿Cómo de satisfecho está con... (i) la plaza en general?

La antigüedad en el uso del lugar y su influencia en el nivel de satisfacción de los usuarios con la plaza en general.

Del total de las personas encuestadas destacan los usuarios que acuden a la plaza hace **años** y definen su satisfacción como **regular (33,7%)** y los que la definen como **mucho (32,7%)** y representan al **45,1%** de este grupo.

Los usuarios que acuden hace **meses** a la plaza sitúan presentemente su valoración en **regular (57,7%)** para la satisfacción de la plaza en general.

La antigüedad en el uso de las plazas influye positivamente en el grado de satisfacción de los usuarios respecto al lugar. El tiempo influye en la conformidad, producto del acostumbramiento con lo existente; este aumento está más bien ligado al conocimiento, aprendizaje y aprehensión producida de la interacción habitual y persistente con el lugar y los hechos que ahí acontecen.

Lo anterior se traduce para los usuarios en lo que plantea Pol, 1996 respecto a la familiaridad y según Villeta Pettit, a equivalencia y por consiguiente, una fuerte resistencia al cambio. (Pol, 1996)

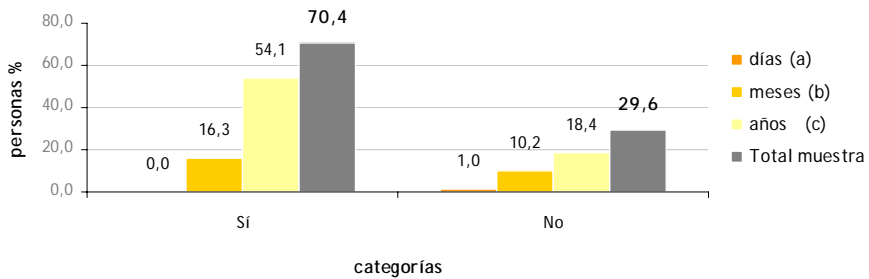
8. ¿Desde cuándo viene a esta Plaza?

59. ¿Cree que es importante su opinión respecto a estos asuntos?

La relación que existe entre la antigüedad en el uso de la plaza y la auto valoración para opinar en temas que afecten a la plaza, es bastante evidente.

Del **70,4%** de los usuarios que consideran que su opinión es importante, destacan los que vienen hace **años** con un **54,1%** sobre los que vienen hace **meses** que la valoran en un **16,3%**.

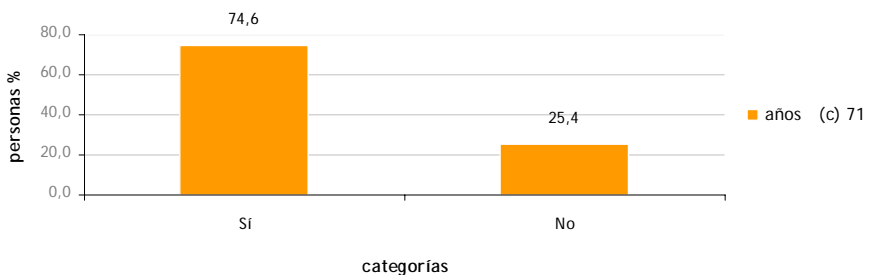
Antigüedad en el uso v/s Importancia otorgada a la participación (total muestra)



» gráfico 5.126:

Así, el **74,6%** de los usuarios más antiguos de la plaza (**años**) considera que su opinión es importante (**Sí**) en asuntos que afecten al lugar.

Antigüedad en el uso v/s Importancia otorgada a la participación (total más antiguos)



» gráfico 5.127:

La antigüedad y la importancia asignada a dar la propia opinión (participación) en aspectos vinculados a la plaza, está directamente influenciada por el conocimiento de la realidad del lugar, generado por acudir al lugar a través de los años.

8. ¿Desde cuándo viene a esta Plaza?

47. Para mi esta Plaza es un lugar significativo del barrio.

(antigüedad / propiedad)

48. Me siento parte de lo que pasa en la Plaza.

(antigüedad / implicación)

49. Me importa lo que pase con esta plaza

(antigüedad / interés)

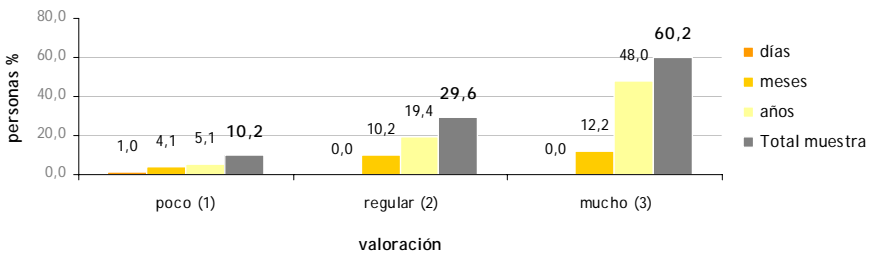
50. Me siento parte importante para definir mejoras en este servicio

(antigüedad / responsabilidad y compromiso)

En este punto se busca dilucidar la influencia que ejerce la antigüedad en el uso de la plaza la sobre las emociones y significados que el lugar despierta en los usuarios.

Del total de los usuarios, el **12,2%** corresponde a usuarios que acuden hace **meses** y valoran el significado de la plaza para el barrio como **mucho** y el **48%** corresponde a personas que vienen hace **años** y consideran que la plaza es **mucho** un lugar significativo del barrio.

Antigüedad en el uso v/s La plaza como lugar significativo del barrio (total muestra)

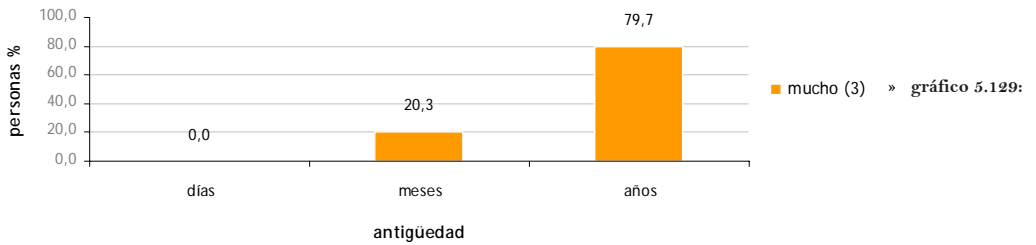


> gráfico 5.128:

Así entre los usuarios que acuden hace *meses* y los que acuden hace *años* y a su vez valoran como *mucho* los diferentes aspectos es posible destacar que:

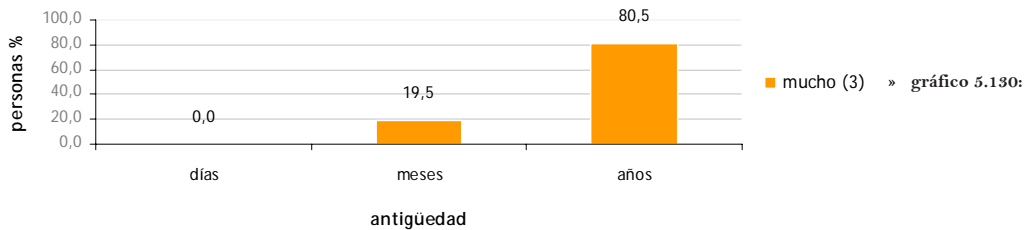
- › *Para los que la plaza es un lugar significativo del barrio, el 79,7% son personas que acuden hace años y el 20,3% corresponden a los que vienen hace meses.*

Antigüedad en el uso v/s La plaza como lugar significativo del barrio (total los que valoran mucho)



- › Dentro de los que dicen *sentirse (mucho) parte de lo que pasa en la plaza*, el 80,5% son usuarios que acuden hace *años* y el 19,5% corresponde a los que vienen hace *meses*.

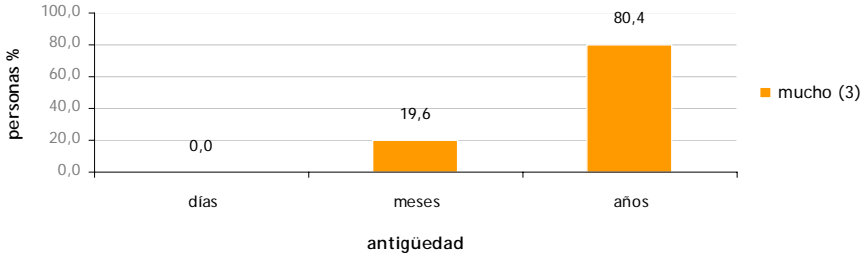
Antigüedad en el uso v/s Sentirse parte de lo que pasa en la plaza (total los que valoran mucho)



- › Entre los que *les importa mucho lo que pase con la plaza* y que a su vez *se sienten parte importante para definir mejoras*, el 80,4% son personas que acuden hace *años* y el 19,6% representan a las que acuden hace *meses*.

Antigüedad en el uso v/s Importa lo que pase en la plaza
(total los que valoran mucho)

» gráfico 5.131:

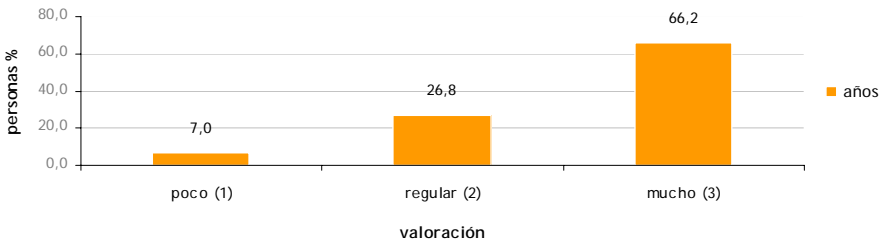


Así, entre los que vienen hace años:

- » En un **66,2%** reconocen a la plaza como un elemento (*mucho*) significativo del barrio.

Antigüedad en el uso v/s La plaza como lugar significativo del barrio
(total los que vienen hace años)

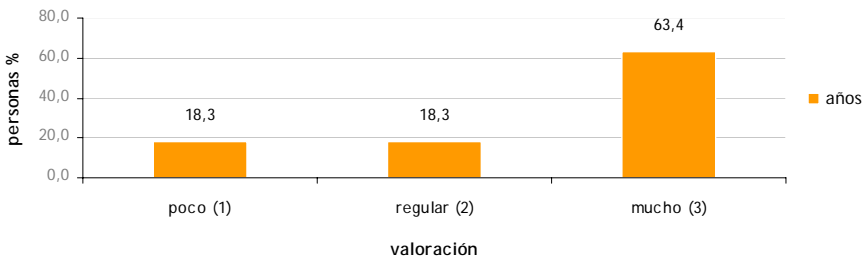
» gráfico 5.132:



- » Al **63,4%** les importa (*mucho*) lo que pase con la plaza

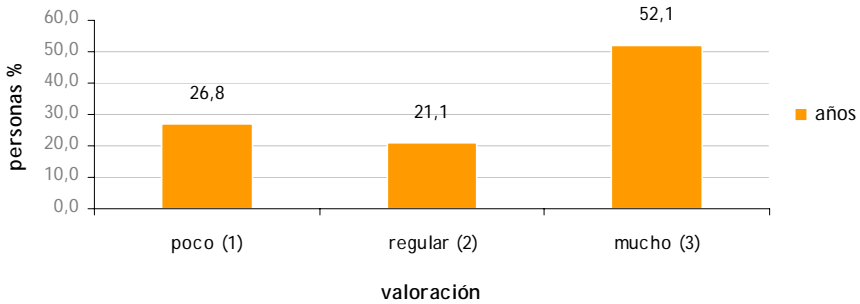
Antigüedad en el uso v/s Importa lo que pase en la plaza
(total los que vienen hace años)

» gráfico 5.133:



- › Un **52,1%** considera que su participación en la definición de mejoras para el lugar es (**mucho**) relevante.

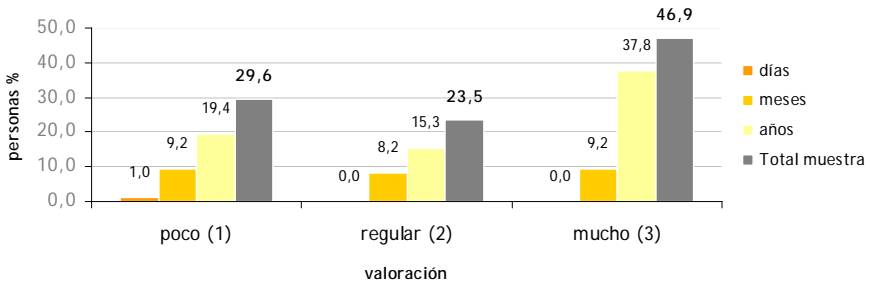
Antigüedad en el uso v/s Importantes para definir mejoras (total los que vienen hace años)



» gráfico 5.134:

- › El **46,5%** se siente parte importante (**mucho**) de lo que pasa en la plaza.

Antigüedad en el uso v/s Importantes para definir mejoras (total muestra)



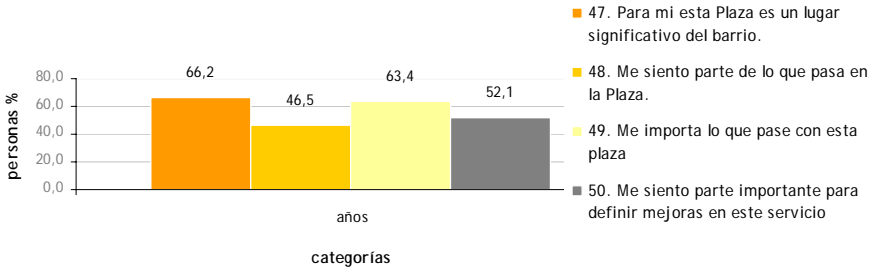
» gráfico 5.135:

En resumen:

- › La **plaza como lugar significativo del barrio** es el aspecto que recibe la **más alta valoración**, seguida de la importancia otorgada a los acontecimiento vinculados al lugar
- › Por otro lado el punto de **menor valoración** es el sentimiento que tienen los usuarios respecto a **sentirse parte de lo que pasa en la plaza**.

Lo anterior viene a reafirmar que los usuarios se sienten poco implicados en los hechos vinculados a la plaza.

**Antigüedad en el uso v/s Emociones y significados que el lugar despierta en los usuarios
(total los que vienen hace años)**



Los usuarios encuestados pertenecen a grupos que poseen diferentes relaciones de antigüedad con la plaza, lo que a su vez se manifiesta en desiguales apreciaciones en cuanto a si la plaza es un lugar significativo del barrio.

Por consiguiente, la antigüedad en el uso de la plaza aparece como un factor de gran influencia sobre las emociones y significados que el lugar genera en el usuario.

De lo anterior cabe destacar que el tiempo transcurrido en la relación con el lugar influye considerablemente sobre el sentido de apropiación y pertenencia que el usuario puede llegar a establecer con el lugar. Así, al analizar los datos y observar las diferencias entre los usuarios que llevan *meses* y *años* acudiendo al lugar, se constata que el tiempo influye en la calidad, fuerza de los lazos que el tiempo genera.

Hasta ahora en este 2do. barrido es posible afirmar que:

- › La mayoría de los usuarios más antiguos frecuentan la plaza a lo menos una vez por día.
- › Los usuarios más antiguos en el uso de la plaza tienen como preferencia asistir al lugar por la tarde.

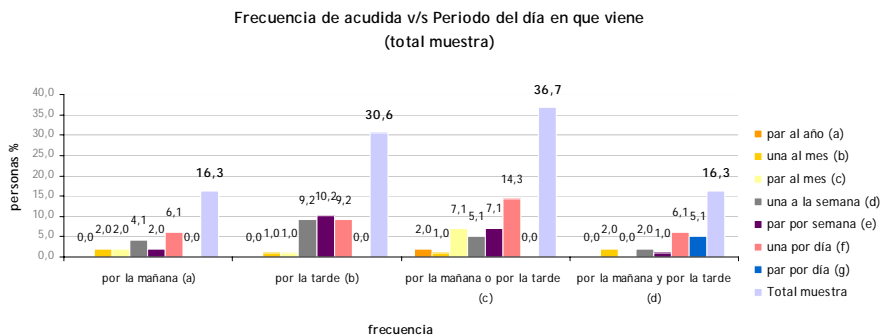
- › La antigüedad de los usuarios en el uso de la plaza es un elemento importante para definir el tiempo de permanencia en el lugar.
- › Los usuarios más antiguos son a su vez la primera mayoría de usuarios que permanece más tiempo en la plaza (entre 1 y 2 horas)
- › Mayoritariamente los usuarios que acuden hace **meses** y **años** se manifiestan en su mayoría como regularmente satisfechos.
- › Los usuarios más antiguos son los que mayoritariamente creen que su opinión es importante frente a los acontecimientos del lugar.

9. ¿Con qué frecuencia viene a la Plaza?

11. ¿Cuándo viene a la Plaza?

Del total de los encuestados, los usuarios que manifiestan venir más frecuentemente a la plaza **14,3% (una por día)** no definen claramente preferencias en cuanto a la franja horaria en la cual suelen acudir. Lo anterior significa para el grupo de los que acuden una vez por día un **40%** que lo hacen **por la mañana o por la tarde** indistintamente.

Un comportamiento particular tienen los usuarios que acuden a la plaza **una vez a un par de veces por semana** ya que declaran que acuden al lugar preferentemente **por la tarde** en un **9,2%** y **10,2%** respectivamente.

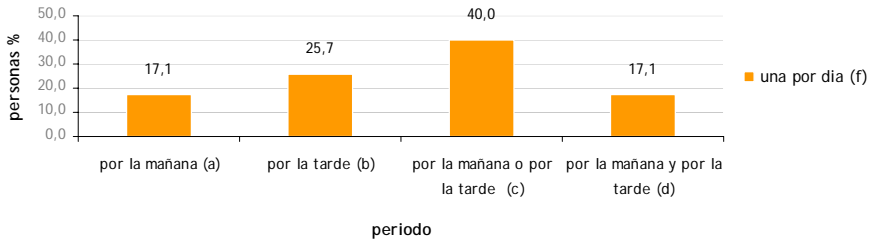


» gráfico 5.137:

Por las tardes en las plazas es posible encontrar a **25,7%** de los usuarios que acuden **diariamente**.

Frecuencia de acudida v/s Periodo de acudida
(total los que vienen una vez por día)

» gráfico 5.138:

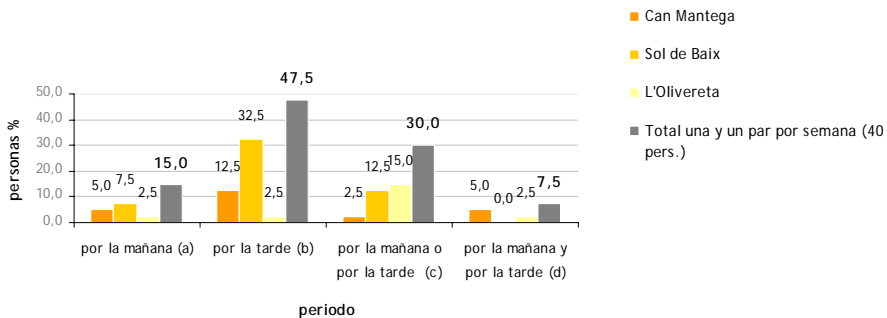


Es importante mencionar que dentro de los usuarios más frecuentes existen diferencias en cuanto a los momentos del día que suelen acudir a la plaza.

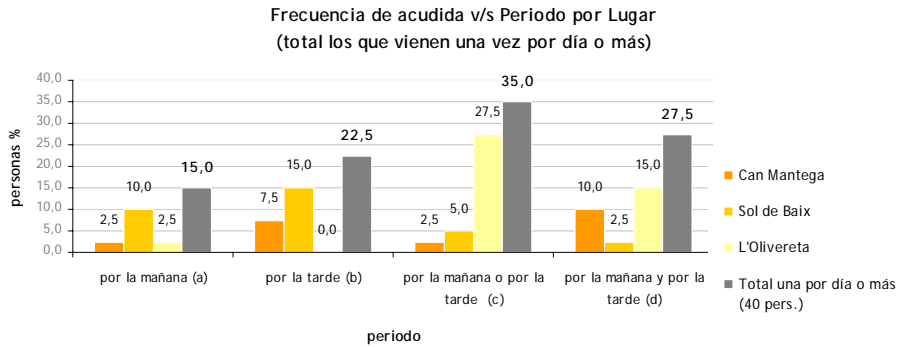
- » Del 100% de los usuarios (40 pers.) que acude a la plaza entre **una y un par de veces a la semana** destaca que un **47,5%** de ellos suele hacerlo por las tardes.

Frecuencia de acudida v/s Periodo por Lugar
(total los que vienen una y un par de veces por semana)

» gráfico 5.139:



- » Del 100% de los usuarios que acude a la plaza **diariamente** (40 pers.), **una a dos veces al día, el 35%** lo hace indistintamente **por la mañana o por la tarde**.



» gráfico 5.140:

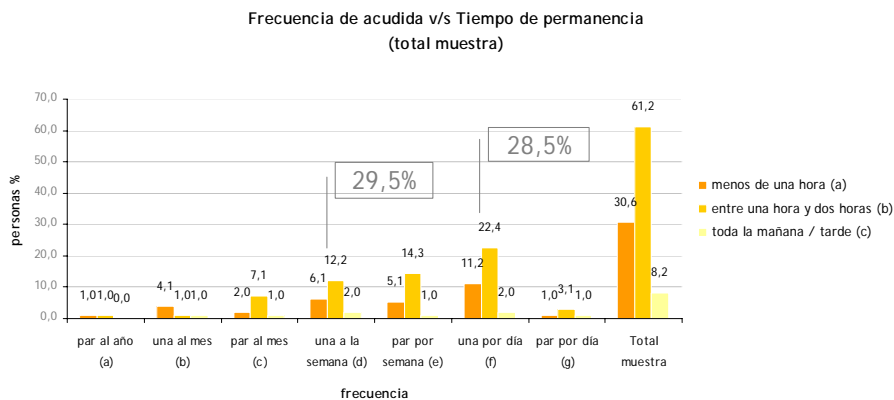
La frecuencia con que acuden los usuarios parece influir en la definición de los periodos en que se acude a la plaza; los usuarios que acuden de **una a un par de veces por semana** se muestran más rigurosos en sus hábitos, al contrario de los que vienen **cada día**, que manifiestan un alto grado de flexibilidad, acudiendo a la plaza por la mañana o por la tarde indistintamente.

9. ¿Con qué frecuencia viene a la Plaza?

12. ¿Cuánto tiempo suele estar usted en la Plaza?

La frecuencia y el tiempo de permanencia se manifiestan de manera bastante similar entre los usuarios semanales y diarios.

Los usuarios que asisten **semanalmente** a la plaza y permanecen en ella más de una hora (**29,5%**) están en una muy pequeña proporción por sobre los que acuden **diariamente** y permanecen igual periodo de tiempo (**28,5%**).



» gráfico 5.141:

Este hecho puede deberse a que la menor frecuencia insta a periodos de permanencia más largos.

Dentro de usuarios que acuden semanalmente a la plaza y los que la frecuentan diariamente no parece haber grandes diferencias en cuanto a los tiempos de permanencia del lugar.

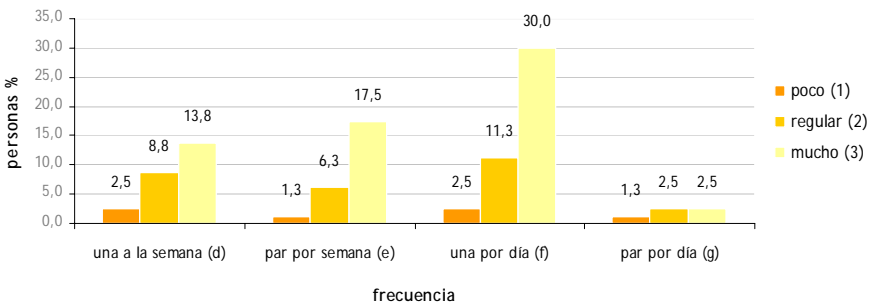
Para el análisis de cruces en los siguientes puntos (pregunta 9 con 47 a 50) fueron consideradas las 80 personas que se situaron en las 4 categorías más frecuentes (una a la semana hasta un par por día).

9. ¿Con qué frecuencia viene a la Plaza?

47. Para mi esta Plaza es un lugar significativo del barrio.
(frecuencia / propiedad)

De las personas que asisten más frecuentemente a la plaza (*entre una vez a la semana y un par de veces por día*), cabe destacar que el **30%** de ellas acude *una vez al día* y considera que la plaza es (*mucho*) un lugar significativo del barrio.

Frecuencia de acudida v/s La plaza como lugar significativo del barrio
(total muestra más frecuentes - 80 pers.)



» gráfico 5.142:

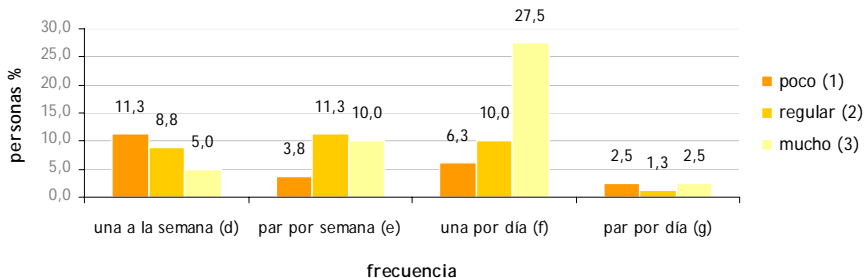
9. ¿Con qué frecuencia viene a la Plaza?

48. Me siento parte de lo que pasa en la Plaza

(frecuencia / implicación)

Dentro de las 4 categorías más frecuentes de visita a la plaza los que acuden **una vez al día** y valoran como **mucho** su sentimiento de pertenencia con los sucesos que afecten a la plaza, destacan con el **27,5%** por sobre las demás frecuencias.

Frecuencia de acudida v/s Sentirse parte de lo que pasa en la plaza (total muestra más frecuentes - 80 pers.)

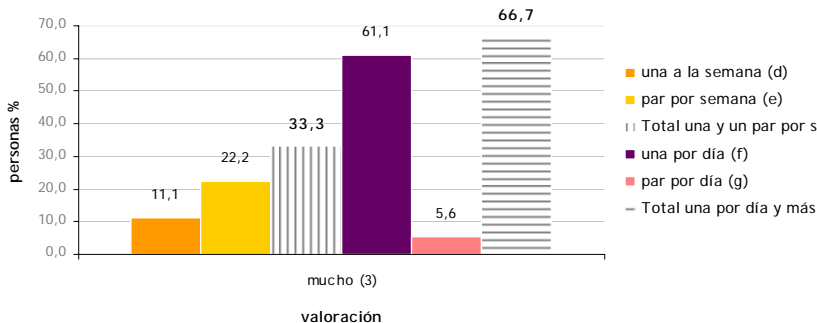


» gráfico 5.143:

A su vez, entre los usuarios cotidianos (**una a un par por día**) que se sienten (**mucho**) parte importante de lo que pase en la plaza se encuentra **66,7%** de ellos.

Contrariamente a lo anterior, entre los usuarios que asisten semanalmente a la plaza (**una a un par de veces a la semana**) y que se sienten (**mucho**) parte de los hechos relativos a la plaza, se encuentra el **33,3%** de ellos.

Frecuencia de acudida v/s Sentirse parte de lo que pasa en la plaza (total muestra más frecuente - mucho)



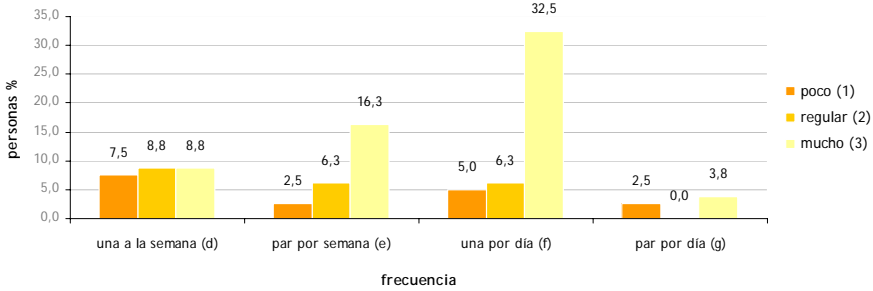
» gráfico 5.144:

El sentido de pertenencia que se produce con la plaza, está fuertemente relacionado a la frecuencia con que se acude a ella.

9. ¿Con qué frecuencia viene a la Plaza?
49. Me importa lo que pase con esta plaza
 (frecuencia / interés)

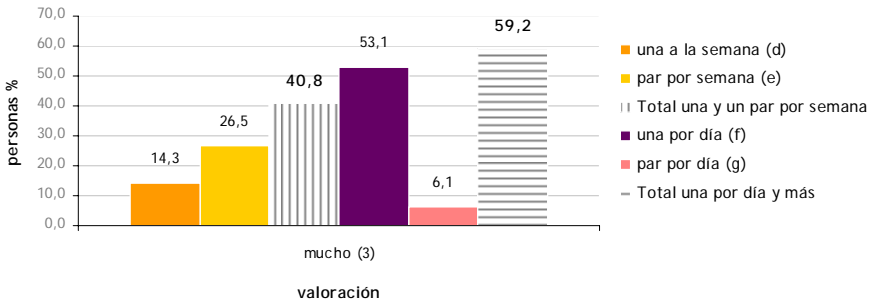
Los usuarios que visitan la plaza *una vez por día* son los que le otorgan mayor importancia a lo que pase con la plaza *mucho* con un **32,5%** entre los usuarios más frecuentes.

Frecuencia de acudida v/s Me importa lo que pase con la plaza
 (total muestra más frecuentes - 80 pers.)



Entre los usuarios semanales y diarios que valoran como muy importante lo que pase con la plaza (**mucho**) los que acuden de *una a par de veces por semana* representan el **40,8%** y los que lo hacen *una a un par de veces por día* **59,2%**.

Frecuencia de acudida v/s Me importa lo que pase con la plaza
 (total muestra más frecuente - mucho)



- › La importancia otorgada a los hechos que afectan a la plaza está ligada a la frecuencia con que se suele acudir al lugar.
- › A mayor frecuencia, mayor importancia otorgada a los hechos que afectan a la plaza.

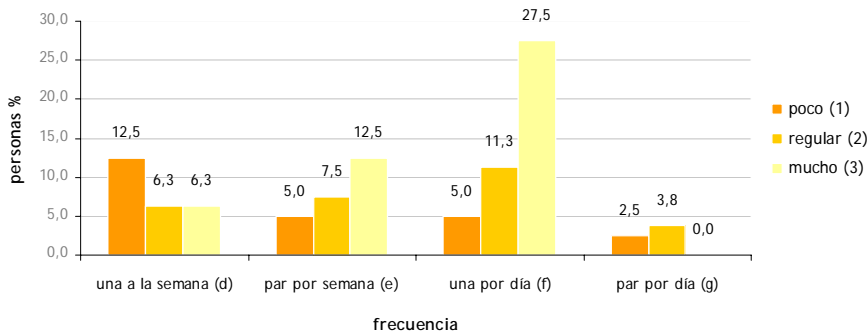
9. ¿Con qué frecuencia viene a la Plaza?

50. Me siento parte importante para definir mejoras en este servicio

(frecuencia / responsabilidad y compromiso)

Entre los usuarios más frecuentes y se sienten muy importantes (*mucho*) en definir mejoras destacan los que acuden a la plaza *una vez por día* con el **27,5%**.

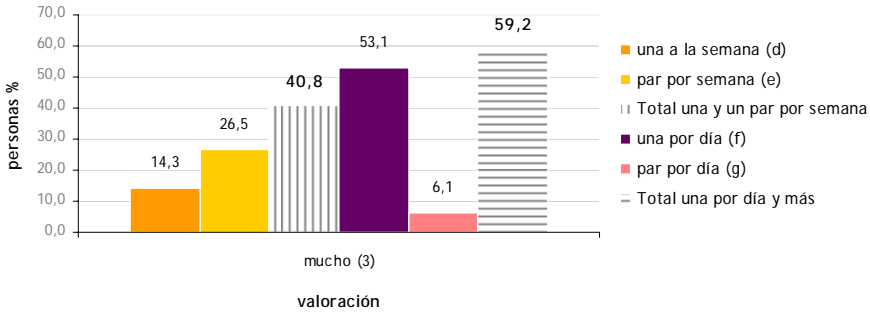
Frecuencia de acudida v/s Importantes para definir mejoras
(total muestra más frecuentes - 80 pers.)



» gráfico 5.147:

Los usuarios semanales y diarios que declaran sentirse (*mucho*) parte importante para definir mejoras en la plaza, *los que acuden de una a un par de veces por semana* representan el **40,5%** y los que lo hacen *una a un par de veces por día* con el **59,5%**.

Frecuencia de acudida v/s Me importa lo que pase con la plaza
(total muestra más frecuente - mucho)



» gráfico 5.148:

- » La frecuencia de acudida al lugar está relacionada con el sentirse parte para definir mejoras.
- » Existe una disminución en la distancia entre ambos grupos, lo que le otorga un valor destacado al interés de los usuarios en participar en la definición de mejoras independiente de la frecuencia con que acuda a la plaza.

9. ¿Con qué frecuencia viene a la Plaza?

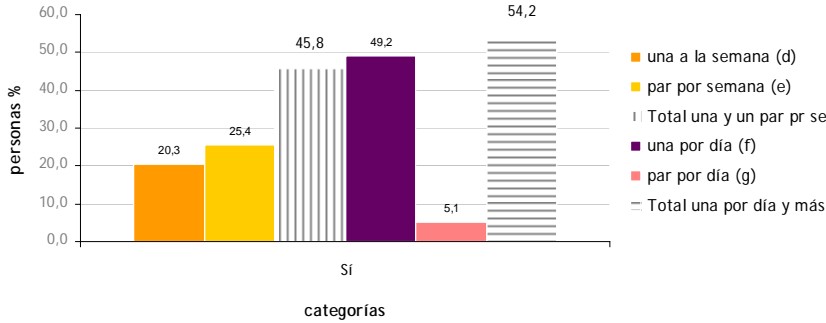
59. ¿Cree qué es importante su opinión respecto a estos asuntos?

La frecuencia con que se suele acudir a la plaza es un factor relevante para la participación.

En términos generales hemos dicho que los usuarios se muestran dispuestos a participar y que una mayoría consideran que su opinión es importante (*Sí*) en estos asuntos (*71,4%*)

Del total de los que considera que su opinión es importante (*mucho*), en los 4 grupos más frecuentes, los usuarios *semanales* representan un *45,8%* y *los diarios el 54,2%*.

Frecuencia de acudida v/s Importancia de dar la opinión
(total muestra más frecuente - Si)



» gráfico 5.149:

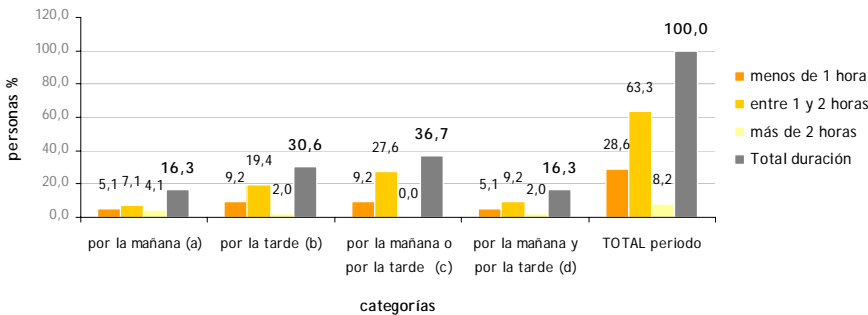
A medida que aumenta la frecuencia de acudida a la plaza lo hace también la importancia auto-asignada para poder opinar en estos aspectos (participación).

11.- ¿Cuándo viene a la Plaza?

12.- ¿Cuánto tiempo suele estar en la Plaza?

Al indagar sobre la influencia que ejercen los diferentes periodos del día sobre la duración de las estancias (*preguntas 11 y 12*), ha sido posible determinar que los que asisten por la *tarde* a la plaza (*19,4%*) son claramente los tienen un tiempo de permanencia más prolongado, a diferencia de los que hacen por la *mañana* (*7,1%*).

Influencia de los periodos de acudida a la plaza sobre la duración de las estancias (preg. 11 y 12)



» gráfico 5.150:

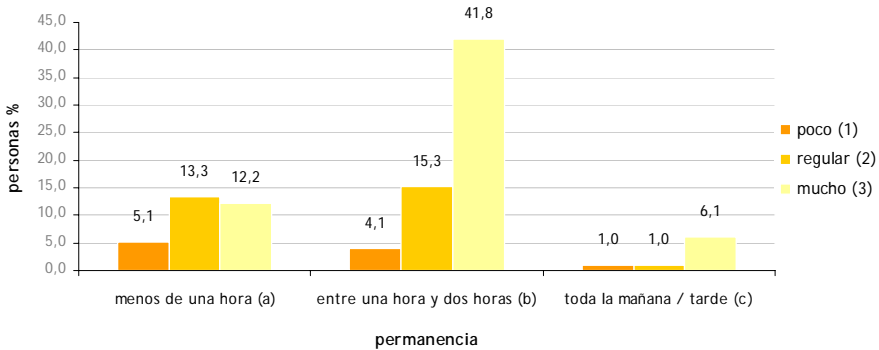
La definición de la **franja horaria** en que los usuarios suelen visitar la plaza influye considerablemente sobre el **tiempo de permanencia** o **duración de la estancia** en el lugar.

12. ¿Cuánto tiempo suele estar usted en la Plaza?
47. Para mi esta Plaza es un lugar significativo del barrio
 (duración / propiedad)

Los tiempos de duración de las estancias y sus efectos sobre el significado del lugar.

Del total de los encuestados, los usuarios que valoran como **mucho** a **la plaza como lugar significativo del barrio**, destacan los que permanecen en **una y dos horas** con un **41,8%**, seguido de los que están **menos de una hora** con un **12,2%** y por último figuran los de **mayor permanencia** con un **6,1%**.

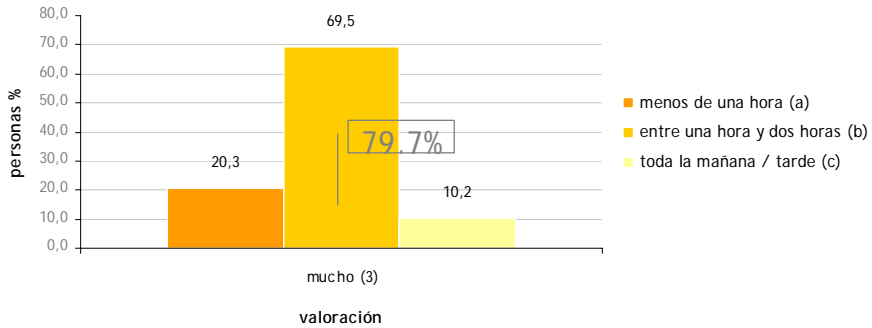
Duración de la estancia v/s La plaza como lugar significativo del barrio (total muestra)



» gráfico 5.151:

Del total de los usuarios que valoran como **mucho** el significado de la plaza para el barrio, el **20,3%** corresponde a los que realizan estancias de menos de una hora y el **79,7%** a los de más de una hora.

Duración de la estancia v/s La plaza como lugar significativo del barrio
(total muestra valoración mucho)



» gráfico 5.152:

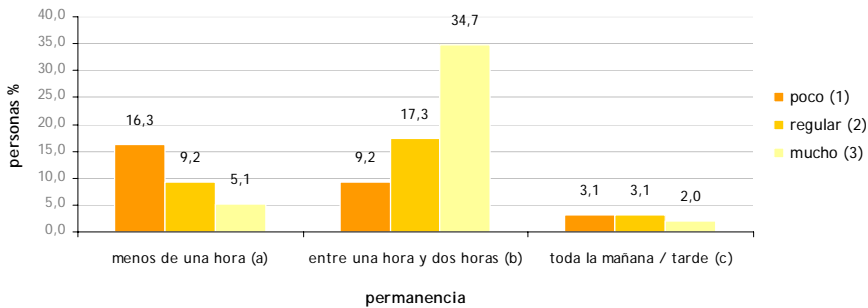
12. ¿Cuánto tiempo suele estar usted en la Plaza?

48. Me siento parte de lo que pasa en la Plaza.

(duración / implicación)

El **34,7%** de los usuarios que permanece en la plaza **entre una y dos horas** declara el más alto grado de implicación (**mucho**) con los acontecimientos generados en la plaza.

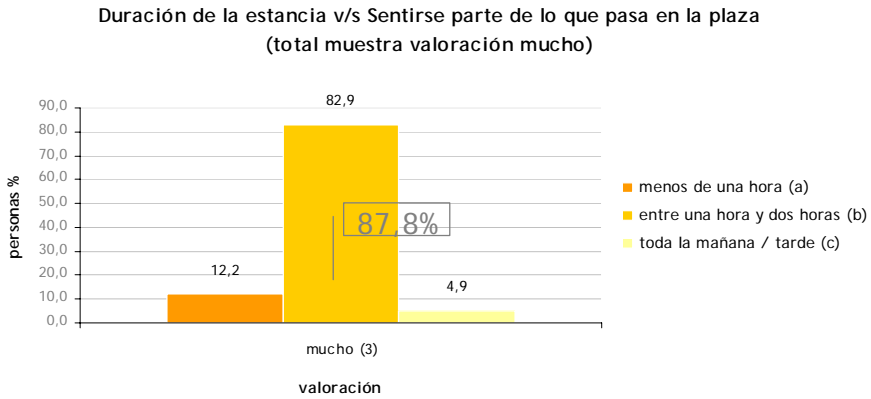
Duración de la estancia v/s Sentirse parte de lo que pasa en la plaza
(total muestra)



» gráfico 5.153:

De los usuarios que declaran un alto grado de pertenencia e implicación (**mucho**) las personas que realizan estancias de **menos de una hora** representan el **12,2%** y los que permanecen **más de una hora** **87,2%**.

> gráfico 5.154:

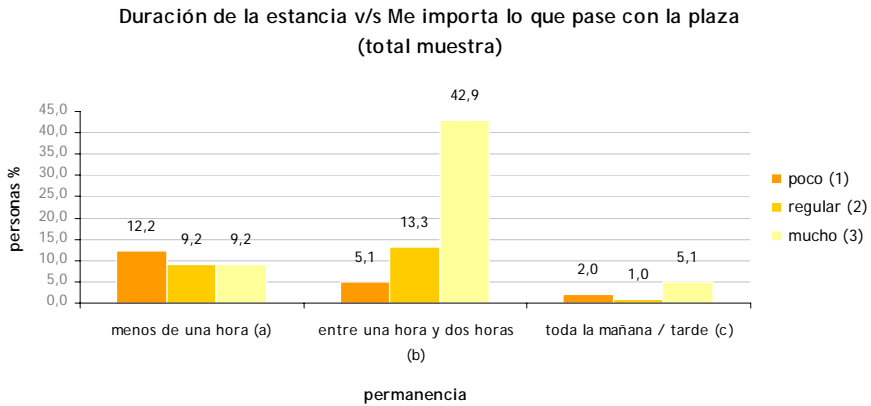


A mayor duración de la estancia, mayor sentimiento de pertenencia para con la plaza.

12. ¿Cuánto tiempo suele estar usted en la Plaza?
49. Me importa lo que pase con esta plaza
 (duración / interés)

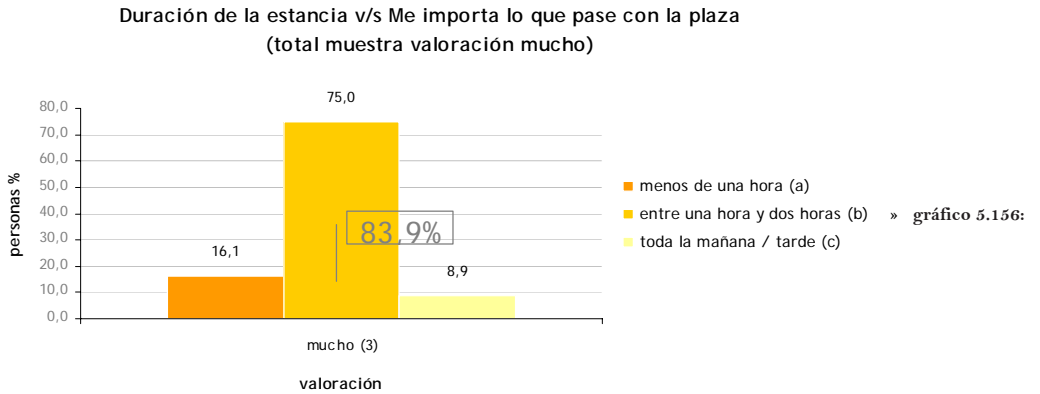
Los usuarios que permanecen en la plaza *entre una y dos horas* y que a su vez declaran que les importa *mucho* lo que pase con la plaza representan el **42,9%** del total de la muestra.

> gráfico 5.155:



Entre los usuarios que declaran que les importa *mucho* lo que pasa con la plaza, el **16,1%** corresponde a personas que permanecen

menos de una hora y el **83,9%** a las que tienen una estancia de **una hora o más**.



La importancia asignada a los hechos vinculados al lugar tiene relación directa con la duración de las estancias en la plaza.

12. ¿Cuánto tiempo suele estar usted en la Plaza?

50. Me siento parte importante para definir mejoras en este servicio

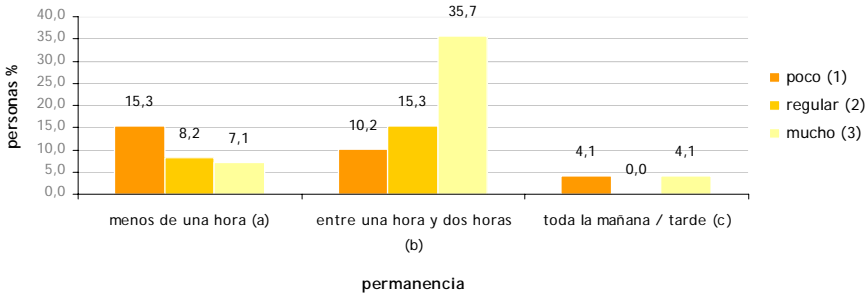
(duración / responsabilidad y compromiso)

En relación a la duración de la estancia en la plaza versus el significado que tiene para los usuarios el sentirse parte importante en la definición de mejoras que puedan afectar el lugar, cabe destacar que:

- › Las personas que realizan estancias más prolongadas (entre 1 y 2 horas y toda la mañana o la tarde) y que valoran como **mucho** su participación en la definición de mejoras, representan la primera mayoría **39,8%**. Este hecho significa que el uso del espacio influye en el sentimiento de propiedad que tengan los usuarios,
- › El tiempo de permanencia influye considerablemente sobre el sentimiento de pertenencia respecto a la definición de mejoras para el lugar.
- › Por otro lado, es posible pensar que los usuarios que permanecen más tiempo en la plaza se consideran capacitados

para la definición de mejoras que afecten el lugar. Este hecho parece lógico ya que finalmente son ellos, los que usan la plaza y conocen en primera persona cuales pueden ser las necesidades que surgen de las estancias.

Duración de la estancia v/s Sentirse parte de lo que pasa en la plaza (total muestra)



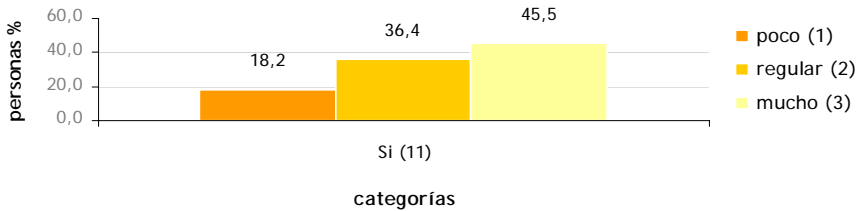
» gráfico 5.157:

**21. ¿Existen en esta Plaza zonas de difícil acceso para usted?
5.1.i plaza en general**

Con anterioridad, en la pregunta 21 se ha mencionado que la percepción general respecto a la existencia de zonas de difícil acceso es bastante baja (11,2%). Pero cabe destacar que en el caso de existir no influyen en el grado de satisfacción del usuario con la plaza en general.

Del total de las personas que identifican zonas de difícil acceso, el 45,5% de ellas manifiesta un alto grado de satisfacción (mucho) con la plaza en general.

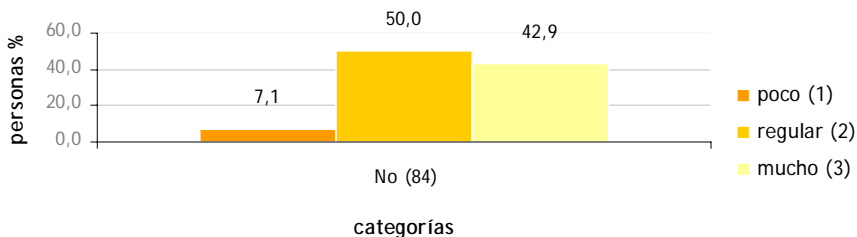
Zonas de difícil acceso v/s Satisfacción plaza en general (total muestra Si)



» gráfico 5.158:

Del total de las personas que **No** identifican zonas de difícil acceso, el **42,9%** declara sentirse (**mucho**) satisfechos con la plaza en general.

Zonas de difícil acceso v/s Satisfacción plaza en general
(total muestra No)



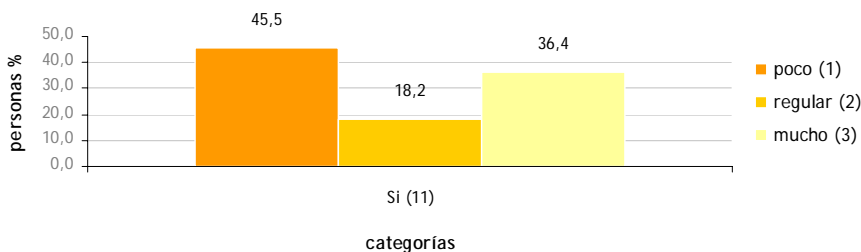
» gráfico 5.159:

21. ¿Existen en esta Plaza zonas de difícil acceso para usted?
55. Recomendaré esta plaza a otras personas

Aunque los usuarios de las plazas estudiadas no reconocen en una proporción importante zonas difíciles de acceso es importante insistir como influyen estos aspectos en la disposición a recomendar el lugar.

Si bien la percepción sobre la existencia de zonas de difícil acceso es bastante baja (**pregunta 21**), para las personas afectadas este hecho parece influir sobremanera sobre en la disposición a recomendar la plaza a otras personas. Entre los usuarios que identifican la existencia de zonas que otorgan ciertas dificultades en el acceso, el **45,5%** se manifiestan sensibles a este hecho y manifiesta que recomendaría **poco** la plaza a otras personas.

Zonas de difícil acceso v/s Disposición a recomendar la plaza
(total muestra Si)



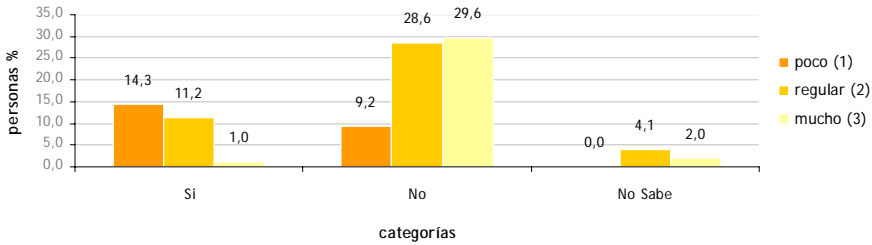
» gráfico 5.160:

22. ¿Existen en esta Plaza zonas inseguras para usted? (poco iluminadas, etc.)

51.f seguridad

Gran parte de los usuarios (**67,3%**) declara no identificar zonas inseguras en la plaza (preg. 22), lo anterior se muestra coherente con el grado de satisfacción que manifiestan respecto a la percepción de seguridad que tiene sobre la seguridad de la plaza en general (*mucho*).

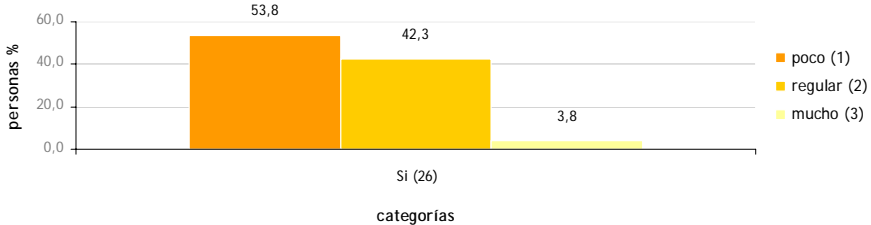
Existencia de zonas inseguras v/s Satisfacción con la seguridad de la plaza (total muestra)



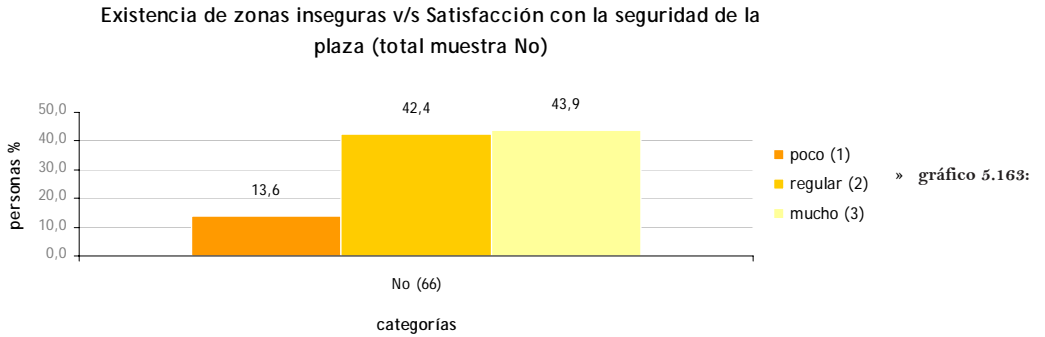
» gráfico 5.161:

Los usuarios que *si* identifican la existencia de zonas inseguras son los que manifiestan un grado de satisfacción en la seguridad de la plaza como *poco*, representan en un **53,8%**. Contrariamente, los usuarios que *no* identifican zonas inseguras, declaran sentirse satisfechos (*mucho*) en lo que respecta al lugar (**43,9%**).

Existencia de zonas inseguras v/s Satisfacción con la seguridad de la plaza (total muestra Si)



» gráfico 5.162:



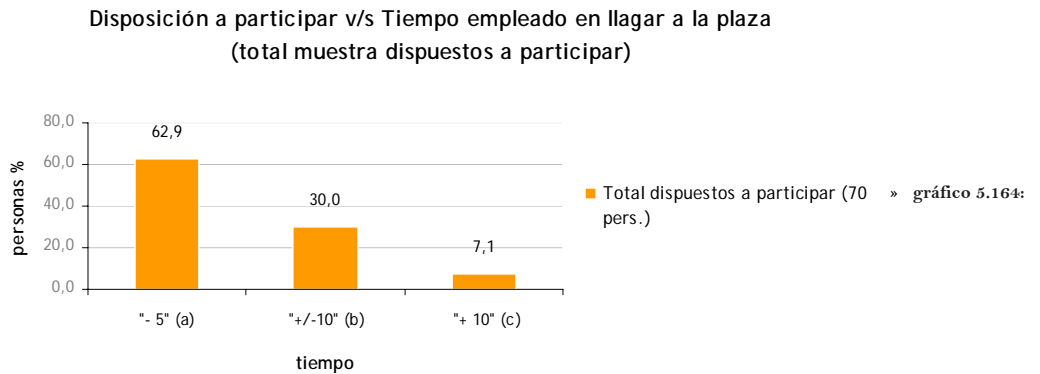
La identificación de zonas inseguras influye considerablemente en la satisfacción de los usuarios en aspectos de seguridad.

56. A usted le gustaría participar

7. ¿Cuánto tiempo le cuesta llegar a la Plaza? (minutos)

Solo los que dicen si a participar

Si bien el **30%** de los que se manifiestan positivamente a participar tarda **más o menos 10 minutos** en llegar al lugar, el **62,9%** lo hace en **menos de 5 minutos**.



El tiempo que los usuarios tardan en acudir a la plaza aparece como un dato revelador para el conocimiento de quienes son las personas que se declaran dispuestas a participar. Significativamente el grupo

de las personas dispuestas a participar está constituido por usuarios vecinos de la plaza.

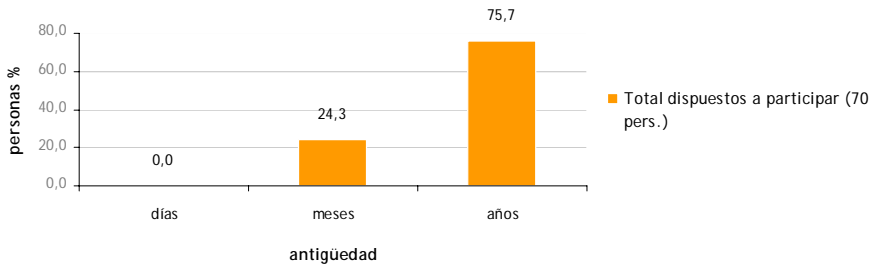
56. A usted le gustaría participar

8. ¿Desde cuándo viene a este parque?

Solo los que dicen si a participar

Del total de las personas que acuden a la plaza, los más antiguos (*años*) constituyen la primera mayoría (75,7%). Adicionalmente, cabe destacar que ninguno de los nuevos (*días*) usuarios se manifiesta dispuesto a participar.

Disposición a participar v/s Antigüedad en el Uso de la Plaza
(total muestra dispuestos a participar)



La antigüedad aparece como un dato significativo a la hora de definir la participación de los usuarios en temas de mejoras respecto a la plaza.

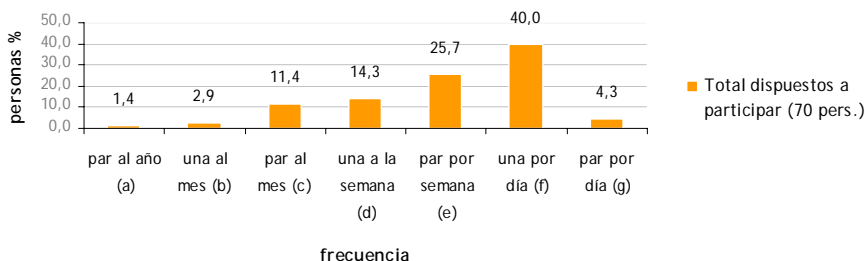
56. A usted le gustaría participar

9. ¿Con qué frecuencia viene a la Plaza?

Sólo los que dicen si a participar

Los usuarios dispuestos a participar están constituidos principalmente por personas que acuden diariamente a la plaza (44,3%), seguidos del 40% que acuden semanalmente (*1 o 2 veces por semana*). Lo anterior significa que la frecuencia es importante frente a la disposición a participar.

Disposición a participar v/s Frecuencia de acudida a la Plaza
(total muestra dispuestos a participar)

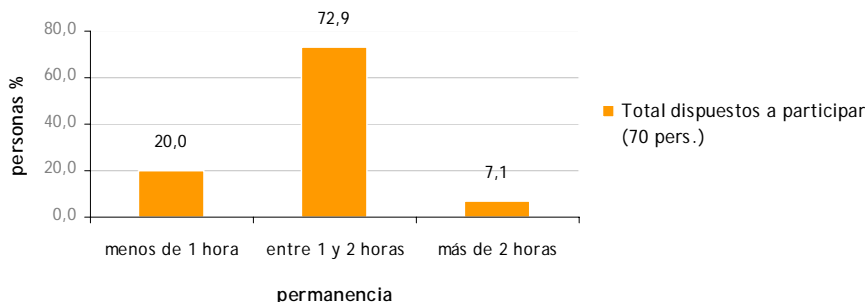


» gráfico 5.166:

56. A usted le gustaría participar
12. ¿Cuánto tiempo suele estar usted en la Plaza?
Solo los que dicen si a participar

Al intentar visualizar si los tiempos de permanencia en la plaza afectan la disposición a participar de los usuarios, fue posible constatar que entre la disposición y la duración de la estancia existe una gran influencia; entre los usuarios que se declaran dispuestos, el 80% de ellos son personas que suelen permanecer en la plaza entre 1 o 2 horas (72,9%) y más de 2 horas (7,1%).

Disposición a participar v/s Tiempo de permanencia
(total muestra dispuestos a participar)



» gráfico 5.167:

La duración de la estancia en la plaza es claramente un factor determinante en la disposición a participar.

Finalmente es posible concluir que los usuarios dispuestos a participar están principalmente compuestos por:

- › Los que vienen de más cerca y tardan menos tiempo en llegar a la plaza (**menos de 5 minutos**).
- › Visitan la plaza desde hace más tiempo, es decir, los más antiguos (**meses o años**).
- › Aquellos que acuden a la plaza habitualmente (**par por semana, una por día o un par por día**).
- › Los que realizan estancias más prolongadas (**entre 1 y 2 horas y más de 1 hora**).

56. A usted le gustaría participar

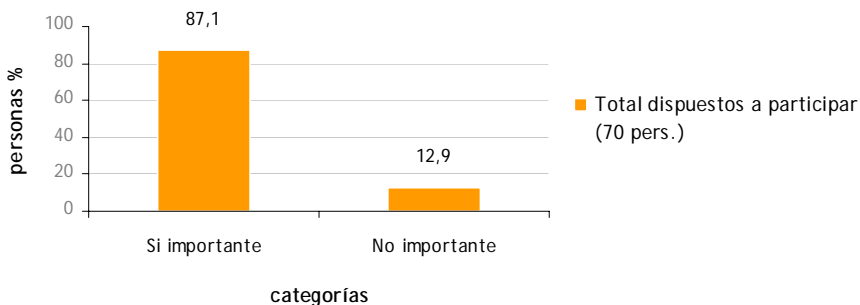
59. ¿Cree qué es importante su opinión respecto a estos asuntos?

Saber que si los dispuestos a participar creen que su opinión es importante

El interés en este punto es poder determinar si existe confianza por parte de los usuarios sobre los aportes que se pueden generar por medio de su (intervención) participación.

De todos los usuarios que se manifiestan dispuestos a participar a través de algunas de las modalidades mencionadas (ideas, diseños y selección de propuestas), el **87,1%** se autodefine con propiedad para opinar en aspectos que afecten a la plaza.

Disposición a participar v/s Importancia de dar la opinión (total muestra dispuestos a participar)

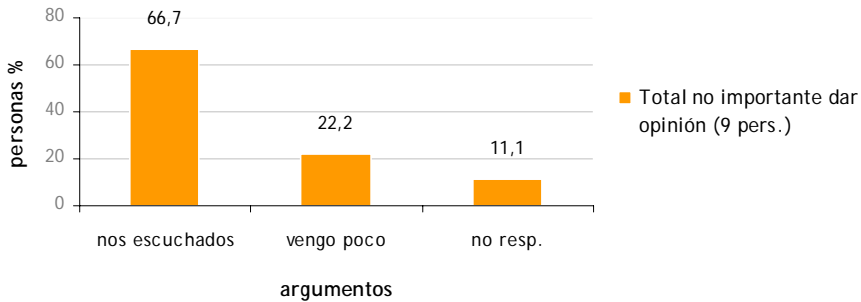


› gráfico 5.168:

Lo anterior hace pensar que, si los dispuestos a participar consideran mayoritariamente que su opinión es importante los aportes generados de esta participación serán vertidos con compromiso.

Por otro lado, están los usuarios dispuestos a participar que consideran que su opinión en estos temas **no** es importante, representando una pequeña porción de la muestra del **12,9%**, argumentan su valoración que **no serían escuchados** en un **66,7%** (jóvenes y mayores) y que **vienen poco** y no son representativos en un **22,2%**.

Disposición a participar v/s Importancia de dar la opinión
(total muestra No importante)



» gráfico 5.169:

Capítulo 6:

Conclusiones e implicaciones de la tesis

Desenlace

Una vez realizada la revisión bibliográfica, aplicados los instrumento de recolección de datos, procesados los mismos y obtenido la información que de ello se generó conjuntamente con los respectivos análisis, se han conseguido un conjunto de resultados que han permitido presentar las siguientes conclusiones.

Las conclusiones de la investigación se presentan en cuatro apartados. Estas secciones corresponden a las derivaciones generales de la tesis producto de la investigación bibliográfica, a las conclusiones observables del caso de aplicación, a las conclusiones finales y al valor práctico de la tesis, así mismo, a las futuras investigaciones.



figura 6.1: Celebración pública para la finalización de la fiesta de la Merced. Barcelona, España 2005.

- 6.1. sobre las aportaciones teóricas
- 6.2. sobre la investigación de campo
- 6.3. finales y valor práctico de la investigación
- 6.4. futuras investigaciones

6.1.

sobre las aportaciones teóricas

Es necesario, en primer lugar, dejar establecidos ciertos criterios y definiciones básicas que resultan de la revisión hecha en los capítulos anteriores.

Primeramente debe reafirmarse que los *Objetos de Uso Público* están constituidos por el conjunto de instalaciones o elementos que se insertan de manera organizada en el espacio público y su función, además de contribuir al paisaje urbano, es la de habilitar dicho espacio para responder a las demandas de los usuarios. Es decir, tienen como función apoyar las actividades que ahí se desarrollan cotidianamente. El espacio público es la plataforma donde se instalan dichos objetos; los *OUP* y el espacio público en conjunto son los encargados de dar respuesta a las necesidades comunes de los habitantes. En este sentido, la finalidad de estos elementos es la de otorgar confort y bienestar al ciudadano, contribuyendo en su calidad de vida.

Tanto el espacio público como los *Objetos de Uso Público* tienen sentido sólo si se les asocia a las personas, a las actividades sociales y al resto de los componentes de la vida social. El espacio público es además, la cara visible de la ciudad.

Este espacio puede ser visto desde la perspectiva material, como espacio articulador del área urbana y soporte de las actividades que en él se desarrollan. Para esta condición de soporte o plataforma, debe estar habilitado para la movilidad, el ocio, el esparcimiento, el encuentro, la recreación, el intercambio, etc. Ello se logra por medio de una serie de bienes y servicios disponibles para todos sin distinción en el espacio.

Desde una perspectiva conceptual, el espacio es social, es el espacio de las relaciones, de la expresión, de la tolerancia, de la educación (cívica), de la diversidad, de la cultura y de la identidad.

El carácter público de un espacio está determinado por a lo menos dos factores: el dominio y el uso. El primero es otorgado como un derecho por la autoridad y el segundo se da solamente si las personas acuden a él. El espacio público se constituye con las personas, pues si no está habilitado (equipado con objetos) para recibir a las personas y responder a sus necesidades, difícilmente existirá como tal.

Partiendo de la base de su carácter público, el espacio debe ser capaz de dar cabida a todas las personas sin distinción de sexo, edad, condición socioeconómica, capacidad física e intelectual, siempre respetando sus diferencias.

Además de dar cabida a diversas actividades, el espacio debe considerar en su definición al ciudadano, el cual es su principal usuario. Las decisiones que tome la autoridad con respecto al uso, configuración, calidad y cantidad de espacio público y de *Objetos de Uso Público*, debe contemplar la participación de las personas, dependiendo en gran medida de esta participación el éxito de cualquier iniciativa.

Hechas estas precisiones, corresponde concluir en primer lugar que lo que en esta tesis se ha hecho es estudiar el estado del arte en el diseño de los *Objetos de Uso Público*; identificando y definiendo las responsabilidades disciplinarias y sus roles, de manera de conocer las relaciones entre las disciplinas comprometidas.

A través esta investigación, se han descrito y analizado los diferentes enfoques de las disciplinas contribuyentes en lo que respecta a los *OUP* y el espacio donde estos se insertan (más específicamente el espacio público urbano).

En la aproximación a su estudio se han identificado características propias de los objetos, que van desde las específicas como objetos y su utilidad, que competen al diseño, y pasan además por su condición de bien público, de acuerdo a como lo analiza la economía, su papel en la configuración y constitución del espacio público urbano, tema del que se ocupa el urbanismo, y por último, sobre su activa participación en la interacción entre el entorno y el ciudadano y su efecto sobre la experiencia y el comportamiento de las personas, que trata la psicología ambiental.

De esta manera, los *Objetos de Uso Público* son el resultado de la intervención parcial de cada una de estas disciplinas, que contribuyen a modelar el producto final. La economía se encarga de definir las condiciones a que deben someterse estos objetos y la forma de asegurar su provisión (uso común, aportados por los recursos fiscales, con libertad de acceso). La psicología ambiental define las relaciones que deben existir entre los objetos y las personas (el objeto y su papel en la identificación con el lugar y en el proceso de simbolización del espacio urbano). El urbanismo se encarga de precisar su inserción en los espacios públicos de la ciudad; y el diseño, finalmente define los objetos asumiendo los insumos disciplinares recibidos. (ver cuadro 6.1)



» cuadro 6.1:
Intervención de las disciplinas estudiadas en el Diseño de *Objetos de Uso Público*. Elaboración propia

Queda claro que el diseño corresponde a una fase más de un proceso más amplio cuando se trata de producir *Objetos de Uso Público*. El trabajo global es el resultado de los aportes de cada disciplina y en lo que compete al diseño, su función es la de aplicar las exigencias comunes para el diseño de cualquier objeto y agregar una serie de atributos que son particulares sólo para el tipo de objetos que analizamos.

Debido a que el diseño es el encargado de dar respuesta formal a las necesidades planteadas, generalmente la responsabilidad final sobre el éxito o fracaso del objeto recae sobre él, para esto, es necesario esclarecer que la calidad del diseño no sólo dependerá de una adecuada resolución formal, sino que también será resultado de las acertadas medidas en cada uno de los campos que alimentan el diseño.

Es por esta razón que, la responsabilidad del diseñador debe estar presente en todas las fases del trabajo. En última instancia, la calidad del producto final y sus características dependerán de la buena forma como se dé término al objeto y de la adecuada interrelación entre los especialistas. Esto constituye una de las principales razones por las cuales el diseño tiene un rol fundamental en conocer el proceso de producción de *Objetos de Uso Público* en su globalidad y reconocer las distintas fases y los límites de las responsabilidades disciplinarias.

Dicho en otras palabras, si bien el diseño no es el responsable de todas las decisiones posteriores que se tomen en relación al objeto, el diseñador debe intentar velar y promover condiciones para que el objeto se desarrolle adecuadamente durante todo su ciclo de vida (producción, uso, y desecho).

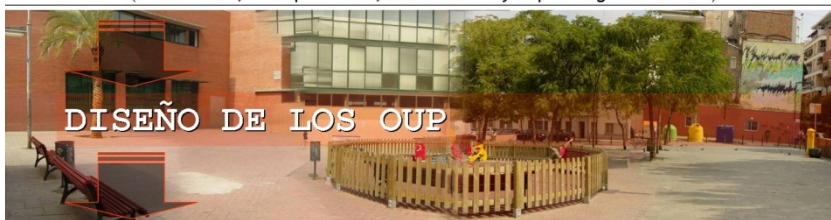
Hay disciplinas “aguas arriba” y “aguas abajo”; las “aguas arriba” corresponden a aquéllas que alimentan de insumos al diseño (la economía, la arquitectura, el urbanismo y psicología ambiental) y las “aguas abajo” son las que condicionan su funcionamiento (la ingeniería y una parte del urbanismo).

El diseño de los *Objetos de Uso Público* articula las disciplinas participantes en una secuencia ordenada, según la cual algunas disciplinas juegan el rol de condicionantes para el diseño y otras deben adaptarse a él. Las exigencias de accesibilidad, disposición para todos y simultaneidad son gobernadas desde la economía como una condición para el diseño. El entorno urbano y la arquitectura definirán el programa al que debe someterse la instalación de los

Objetos de Uso Público, mientras que los criterios de la psicología ambiental indicarán al diseñador las condiciones para que los objetos sean pertenecientes, significativos y atractivos para las personas. El diseño a su vez será responsable de entregar lineamientos para la materialidad y la producción de los objetos, tarea de la ingeniería y de igual manera a partir de ellos, el urbanismo deberá resolver la articulación y combinación de objetos en el espacio público. (ver cuadro 6.2)

Las disciplinas aguas arriba

Aquellas que alimentan de insumos al diseño
(la economía, la arquitectura, el urbanismo y la psicología ambiental)



Las disciplinas aguas abajo

Aquellas cuyo funcionamiento es condicionado por el diseño
(la ingeniería y una parte del urbanismo)

» cuadro 6.2:

Articulación de las disciplinas involucradas.
Elaboración propia.

Es así como los *OUP* forman parte de una manifestación particular del diseño, la del diseño social, es decir, aquella que se ocupa de los objetos que sirven para el uso colectivo o social. Generalmente se asocian a campos donde la intervención del mercado no funciona o no es efectiva y se dirigen indistintamente a toda la sociedad. En este sentido, debe entenderse que el diseño social no corresponde a la función de “diseñar para pobres” o para excluidos del mercado pues el diseño de los *Objetos de Uso Público* debe otorgar la misma calidad y bienestar en sus objetos para cualquiera que sea la condición social del usuario, no produciendo diferencias en este aspecto.

6.2.

sobre la investigación de campo

El análisis de los resultados obtenidos del pase del cuestionario en las tres plazas descritas en el capítulo 5 (Can Mantega, Sol de Baix y L'Olivereta) ha permitido concluir los siguientes aspectos.

- **Algunas Consideraciones Generales.**

Durante el pase del cuestionario ha sido posible constatar que en el uso de las tres plazas estudiadas de la ciudad de Barcelona es viable encontrar una gran diversidad de usuarios en cuanto a su edad, es decir, los usuarios que acuden a las plazas se componen de niños y jóvenes que según su edad y características necesitan o no la supervisión y compañía de adultos, adultos que van solos, acompañados o se encuentran con otras personas, hasta personas mayores autónomas o que requieren la compañía de algún/a asistente.

A partir del conocimiento anterior es posible determinar que independiente las valoraciones o percepciones en cuanto al uso del espacio y la oferta de *OUP* existente, existe un uso indiscriminado

(no excluyente) por parte de las personas usuarias que acuden al lugar.

Las plazas estudiadas son espacios que albergan a una variedad de usuarios que es importante considerar. Este punto aparece como un hecho apreciable para el análisis más profundo de los resultados obtenidos del cuestionario, ya que permite observar y analizar de manera parcelada y conjunta a las personas que comparten dichos lugares para así rescatar las diferencias y consensuar las semejanzas en una posterior etapa de sugerencias y construcción de lineamientos.

A su vez, la definición de los usuarios en cuanto a las actividades o profesión a la cual se encuentran asociadas las personas encuestadas, ha permitido identificar que la mayoría de los usuarios son personas que realizan cotidianamente actividades vinculadas con el exterior “*externas*” (estudiar y trabajar) lo cual les demanda habituales desplazamientos por la ciudad, hecho que si bien puede facilitar la visita a la plaza, también determina (circunscribe) sus periodos de acudida y permanencia a periodos de tiempo libre. Opuesto a lo anterior aparecen las personas que realizan actividades vinculadas al hogar “*internas*” (amas de casa, jubilados y personas en paro); dicha condición les otorga ciertas libertades en cuanto a la flexibilidad (tiempo de permanencia y periodos de uso) del uso de la plaza pero a su vez les demanda una acudida al lugar planificada, dato que puede en muchos casos inhibir el uso si las condiciones del lugar no aparecen como favorables. Un ejemplo de esto es la no acudida a la plaza en horario nocturno por parte de los mayores debido a la sensación de inseguridad que este grupo manifiesta en cuanto a la calidad de la iluminación nocturna del lugar, inhibiendo al grupo de los mayores en el uso de la plaza durante ese periodo.

La historia del lugar donde se inserta la plaza (barrio - distrito) es un dato importante a la hora de definir las particularidades de las personas que la visitan. En general, los principales usuarios de las plazas son barceloneses, aunque en la medida en que nos alejamos del centro de la ciudad hacia sus límites, la proporción de extranjeros aumenta, así es el caso de la plaza L’Olivereta la cual se encuentra cercana al límite entre la ciudad de Barcelona y L’Hospitalet.

Del conjunto de rasgos distintivos de los usuarios de las plazas estudiadas es posible destacar que:

Los usuarios de la plaza mantienen ciertas prácticas en cuanto a la frecuencia y uso del lugar. Son personas que acuden habitualmente (a lo menos una vez al día), que destinan preferentemente entre 1 y 2 horas y que generalmente concurren a la plaza por la tarde. Dentro de los diferentes grupos de edad son los jóvenes y los mayores quienes se comportan mayoritariamente de la forma descrita anteriormente.

Así mismo, las personas establecen ciertos hábitos en cuanto al uso de las plazas en general. Cuando eligen un lugar suelen mantener su elección a través del tiempo. El conocimiento sobre la antigüedad de los usuarios en el uso de la plaza permite establecer que a mayor antigüedad existen lazos más fuertes. Es decir, si los usuarios de las plazas son personas que llevan tiempo acudiendo a ella, serán personas más arraigadas al lugar.

Las personas que acuden las plazas suelen hacerlo preferentemente a plazas cercanas a su lugar de residencia lo que los define como vecinos de la plaza.

En general el tiempo estimado que invierten los usuarios en llegar a la plaza fluctúa entre 5 y 10 min. Esto significa que la mayoría de los usuarios recorre no más de 6 calles (más o menos 600 metros) entre su vivienda y la plaza. Si consideramos que la velocidad de desplazamiento de los mayores debido a las características físicas asociadas a su edad suele ser menor que la de los jóvenes y adultos, es posible afirmar que los mayores recorren menos distancia en igual tiempo y por consiguiente viven más próximos a la plaza; por lo tanto, a la hora de establecer la vecindad de ellos, este hecho los sitúa como los vecinos más vecinos del lugar.

La vecindad y la antigüedad en el uso de la plaza permiten establecer que una mayoría importante de los usuarios reconoce probablemente a los demás usuarios habituales del lugar (familiaridad).

Respecto al uso frecuente y la distancia recorrida el espacio “plaza” se constituye en una prolongación de la vivienda en cuanto al conocimiento y a la familiaridad del entorno (personas, espacio y acontecimientos).

- **Relaciones Sociales que Promueve**

Son muchas las actividades que suelen realizar las personas durante su estancia en la plaza. Dentro de las que realizan preferentemente, están el charlar y el jugar. Las actividades mencionadas destacan por su necesidad de contar con otros para llevarlas a cabo. Si bien el juego puede ser una actividad en solitario, en la plaza se propician los juegos en grupo al tener la posibilidad de encontrarse con otros, o simplemente, el hecho de ver a otros jugar puede ser una fuente de inspiración para los niños que acuden al lugar. Ambos datos reafirman claramente la función de la plaza como lugar de sociabilidad. Así, se puede decir que una parte importante de los usuarios realiza actividades de interacción con otras personas y con el entorno (juegos, espacio, objetos, etc.)

La gran mayoría de las personas que acuden a la plaza lo hacen acompañados de amigos y por familiares (padres, hijos sobrinos, nietos, etc.) o. A su vez, aunque las personas acudan en compañía o no, un gran número de ellos suele encontrarse con amigos en el lugar. De esta manera la plaza constituye para las personas del *barrio*, principalmente *vecinos de la plaza*, un lugar importante para la vida social del barrio. En este aspecto destacan los jóvenes y las mujeres.

- **Calidad de las Experiencias**

Las personas suelen realizar más de una actividad durante su permanencia en la plaza. Al indagar sobre que aspectos las personas basan la valoración de la calidad, las experiencias de uso que realizan habitualmente, ha sido posible identificar que:

- › En una primera instancia son los servicios y objetos disponibles, las *“características físicas de la plaza”* las que más influyen sobre las experiencias de uso que realizan las personas. Dentro de los mencionados como más influyentes y de mayor utilidad destacan la zona de petanca, zona de juegos infantiles, el pipican, los bancos, la dimensión del espacio, las zonas de sol y sombra y la cercanía.
- › En segunda instancia aparecen los aspectos referentes a las *emociones y sentimientos positivos que provoca la plaza*. Los más

destacados que afectan positivamente las experiencias son la tranquilidad, el ambiente familiar y las personas.

La evaluación que los usuarios realizan sobre un lugar de las características analizadas está principalmente basada en los elementos físicos que constituyen el ambiente, es decir, los equipamientos y servicios disponibles, la cantidad y calidad son un factor relevante a la hora de evaluar por parte de los usuarios un espacio público cercano (plaza del barrio) destinado al ocio, permanencia y recreación.

Las actividades que desarrollan los usuarios en la plaza se sustentan principalmente en el uso de los bancos, las papeleras y las instalaciones de juegos según la edad del entrevistado.

En cuanto a la oferta disponible de objetos y espacios para entretenimiento, los niños y los jóvenes identifican claramente las zonas valladas y los juegos infantiles, las mesas de ping-pong y las canastas de básquet como espacios propios. Los mayores ven respuesta a sus necesidades con la existencia de bancos y pistas de petanca (sean usuarios de ella o no) y los adultos, que si bien pueden disfrutar de las mesas de ping-pong o las canastas de básquet o algún otro elemento disponible, no los identifican claramente como elementos destinados a ellos.

• Emociones y Significados

Las prácticas asociadas a la frecuencia de uso, permiten afirmar que la ida a la plaza se encuentra en un nivel alto de importancia dentro de las actividades cotidianas de los usuarios. Al igual que otras actividades de carácter obligatorio como lo son ir al colegio, al supermercado, al trabajo, etc.

La antigüedad en el uso, la cotidianeidad y los tiempos de permanencia que realizan las personas en la plaza, la constituyen en un lugar significativo del barrio para los vecinos, que, le confieren valor a la plaza en cuanto a ser un lugar distintivo del barrio.

La importancia que le otorgan los usuarios a los hechos que puedan afectar a la plaza permite constatar que existe un alto grado de implicación por parte de ellos, generado por la frecuencia, antigüedad en el uso y cercanía a la vivienda.

Si bien las personas se sienten vinculadas a los hechos que acontecen en la plaza, la poca flexibilidad del contexto, en cuanto al uso de los objetos, su disposición y la oferta de actividades influye considerablemente en que los usuarios se sientan menos activos de los acontecimientos que en la plaza se suscitan.

Las personas declaran sentirse parte importante en la toma de decisiones que afecten la plaza, lo que significa una manifestación de responsabilidad y compromiso con los hechos y acontecimientos que se generen a partir de su intervención.

Las personas consideran que su estancia en la plaza está condicionada principalmente por la calidad de los elementos con los cuales se relacionan más directamente (*relación directa*), tales como bancos, fuentes, papeleras, equipamiento deportivo, etc., su cantidad, mantenimiento y conservación. En segunda instancia aparecen aspectos más generales como los aspectos ornamentales y de seguridad (*relación indirecta*).

• Participación y Gestión

Se manifiesta un fuerte interés por parte de los usuarios a implicarse en proyectos que signifiquen cambios o mejoras para la plaza a la cual acuden habitualmente.

Dentro de las diferentes etapas mencionadas como posibles para la participación, destacan como espacios preferentes por parte de los usuarios el participar en la generación de *ideas* (búsqueda de antecedentes, identificación de necesidades, análisis de las experiencias de uso del lugar) y en la *selección* de *propuesta(s)*.

Los datos anteriores nos permiten identificar las posibles etapas de inclusión en la participación de los usuarios frente a un proyecto, basadas en las preferencias manifiestas de las personas, en la etapa inicial del proyecto, donde se recogen los intereses, necesidades y

expectativas de los usuarios – *ideas*, y en la etapa *de selección de propuestas* (final – previa ejecución del proyecto)

Los testimonios entregados por los usuarios para establecer la importancia de su participación en los hechos vinculados a la plaza, hablan principalmente de una condición de propiedad (uso y vecindad) y ligazón, es decir, argumentan pertenencia de la plaza.

En segundo lugar es posible establecer que existe un sentimiento (actitud) positivo frente a lo que pueden entregar con su participación en estos temas, ya que los usuarios piensan que su opinión es importante para hacer mejoras en el lugar. Cabe destacar que las personas consideran que su opinión puede influir en generar mejoras no sólo para sí mismos, sino que para los demás usuarios de la plaza (familiares - amigos).

Lo no disposición y desconfianza manifiesta por los usuarios sobre los aportes generados tras una posible intervención aparecen como consecuencia de la imposibilidad real de intervenir, producto de la no existencia de mecanismos para la participación.

Finalmente, los fundamentos entregados por los usuarios sobre la importancia de su participación revelan la necesidad de un protagonismo de la participación social en los procesos de transformación de su entorno inmediato.

6.3.

finales y valor práctico de la investigación

Conclusiones Finales

La investigación que hemos desarrollado ha estado guiada por una hipótesis central que establece el carácter particular de los *OUP*, expresado en su complejidad como objetos. Se ha propuesto aquí, que los *OUP* poseen ciertas características que los hacen más complejos en su diseño, que la generalidad de los objetos.

Esta complejidad se sustenta en una serie de atributos propios y de acuerdo a como se plantea en la tesis, cada uno de los cuales aporta factores a esta complejidad.

1 En primer lugar, se ha propuesto como primera causal el hecho que los *OUP* deben establecer una relación adecuada con el espacio donde se insertan, que es el espacio público, el cual también cumple funciones propias y complejas. De allí se deduce que la función de los *OUP* será más exitosa, precisamente 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.

El reconocimiento y demostración de este planteamiento, que concluye con su demostración, permite cumplir con uno de los objetivos generales de esta investigación, referente a ayudar a reducir el vacío existente sobre el tema del mobiliario urbano y microarquitecturas, en términos teóricos y experimentales. Es así, como se desarrolla aquí un material teórico para la caracterización de los *OUP*, que debe servir como base para su tratamiento desde la perspectiva del diseño, bajo forma de definiciones, glosarios y modalidades de concepción de los objetos.

Con esto, se alcanza igualmente el objetivo particular de introducir el concepto de *Objeto de Uso Público* como una tipología específica de objeto en el ámbito del Diseño. Para ello, hemos abordado la construcción de este objeto a partir de sus particulares características, con el auxilio de elementos teóricos y conceptuales provenientes de distintas disciplinas que aportan a su concepción. La Economía de los Bienes Públicos, el Urbanismo, la Psicología Ambiental, la Ingeniería y el propio Diseño, han contribuido a la construcción de este concepto, tarea que se ha llevado a cabo adicionando las aportaciones de estas disciplinas en lo que concierne al objeto de estudio.

2 La investigación avanza a través del hecho que los usuarios “ciudadanos/as” no tienen necesariamente independencia ni iniciativa para elegir lo ofrecido y menos aún, en las condiciones de complejidad de estos objetos. En la medida en que tampoco es posible someterlos a la prueba de mercado, que permitiría cambiar *a posteriori* las características de dichos *OUP*, la única forma para incorporar a los ciudadanos se basa en la implementación de mecanismos *a priori*.

Dado que los usuarios son los soberanos consumidores de los *OUP* y tienen un legítimo rol en la toma de decisiones, entre los mecanismos más efectivos para asegurar esta soberanía, están la observación y la consulta. En esta investigación se revela la importancia de consultar a los usuarios a través de encuestas y apela a la adopción de enfoques del tipo “diseño centrado en el usuario” y “diseño participativo”.

Podemos apreciar cómo 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. Por eso se ha postulado y mostrado aquí, que es necesario el reconocimiento y la incorporación de 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 de los lugares donde los objetos desarrollan su actuación.

Con esta demostración, hemos cumplido con el objetivo de identificar y proponer mecanismos interpretativos y conceptuales, para destacar la componente significativa y simbólica de los *Objetos de Uso Público*. Estos factores son determinantes para la aceptación, uso y conservación de ellos. En el curso de este procedimiento, hemos debido estudiar la manera como actúa el mobiliario urbano en el proceso de apropiación del espacio público urbano, conociendo los comportamientos y reacciones de usuarios ciudadanos en el caso de algunos parques de la ciudad de Barcelona y al mismo tiempo, identificando y analizando los roles de la forma a partir de la percepción que tienen los usuarios.

3 Los *OUP* deben organizarse en sistemas que comparten espacios, se complementan y se excluyen entre ellos. Por esta razón, es necesario considerar y valorar la vinculación de los *OUP* con un entorno determinado, y este entorno es complejo y variado (la ciudad, el espacio público, las funciones urbanas y todas las otras funciones y roles de contexto).

De esta manera, las partes interesadas (*stakeholders*), como ya se ha mostrado en cuanto a procedimientos, tienen un rol crucial en la generación de las decisiones del diseño.

Es así como en los objetivos de identificar y proponer mecanismos interpretativos y conceptuales, para destacar la componente significativa y simbólica de los *Objetos de Uso Público*, tal como se demostró en el punto anterior, revela ser un factor determinante para la aceptación, uso y conservación de ellos.

Para ello, se ha estudiado y explicitado de qué manera actúa el mobiliario urbano en el proceso de apropiación del espacio público urbano y con ello, se han conocido los comportamientos y reacciones de usuarios ciudadanos en, el caso de algunos parques de la ciudad de Barcelona.

4 Se comprueba entonces que la gestión de los *OUP* implica la participación compleja de diversos dominios, técnicas y disciplinas que los afectan y determinan.

Se comprueba asimismo que la necesaria multidisciplinariedad no es sólo un factor explicativo para los *OUP*, sino igualmente, un importante factor de gestión. Dentro del proceso que se origina, el Diseño tiene un rol fundamental, como articulador de las disciplinas, los enfoques y la implementación.

Por ello, la apropiación por parte de los ciudadanos dependerá de la manera cómo se gestiona o se lleva a cabo el desarrollo de los proyectos. Para esto, se ha demostrado que es fundamental implementar métodos que permitan integrar a las personas, ya sea implicándolas, interpretándolas o reconociendo sus aspiraciones en el proceso de diseño. Esta modalidad resulta un factor muy relevante para la aceptación de los *OUP*.

Al demostrar estas hipótesis y proponer aplicaciones, se cumple con el objetivo de identificar, definir y evaluar principios para incorporar la participación activa de los usuarios en el proceso de diseño, y para permitir que los beneficios de estos objetos sean apropiados más fácilmente por sus beneficiarios. A partir de ello, se ha podido igualmente analizar los 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).

Por último, la conclusión general a que nos lleva esta investigación y que se ha comprobado plenamente, es que el diseño y tratamiento del espacio público, es más que un tema de objetos y materialidades y en su esencia existe un innegable trasfondo social. (ver cuadro 6.3)

El tema del diseño y tratamiento del espacio público es más que un tema de objetos y tiene un trasfondo social inabordable

« cuadro 6.3:

hipótesis	derivaciones de las hipótesis	objetivo general	objetivos específicos	datos	conclusiones
1	Porque deben establecer una relación adecuada con el espacio donde se insertan (el espacio público, que también cumple funciones propias);	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 las características distintivas de los OUP mediante el estudio de las aportaciones disciplinarias de las principales disciplinas involucradas en su concepción. Introducir el concepto de <i>Objeto de Uso Público</i> como una tipología de objeto en el ámbito del diseño	Teoría: Gestión, Economía de bienes públicos, Diseño, Urbanismo, Psicología ambiental, etc. Teoría: Características de los objetos. Definición de los objetos. Opinión de los expertos	Las dificultades y particularidades del diseño de los OUP.
2	Porque se ofrecen a usuarios "ciudadanos/as" que no tienen necesariamente independencia 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.	Identificar y proponer mecanismos interpretativos y conceptuales para destacar la componente significativa y simbólica de los <i>Objetos de Uso Público</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 OUP.	Teoría: Psic. Ambiental Encuesta: Parte D - Emociones y significados Encuesta en general Encuesta: B - Calidad de la plaza; C - Valoración subjetiva y D - Emociones y significados	La encuesta revela la importancia de consultar a los usuarios y apela a la adopción de enfoques del tipo "Diseño centrado en el usuario y diseño participativo." El legítimo rol de los usuarios en la toma de decisiones
3	Porque deben organizarse en sistemas que compartan 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).	Identificar y proponer mecanismos interpretativos y conceptuales para destacar la componente significativa y simbólica de los <i>Objetos de Uso Público</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 OUP.	Teoría "El objeto y su contexto": Diseño y Roles de la Forma y Apropiación, psicología ambiental Encuesta: B - Calidad de la plaza; C - Valoración subjetiva y D - Emociones y significados	Los stakeholders en la generación de las decisiones del diseño
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 impliéndolas interpretándolas o reconociendo sus aspiraciones en el proceso de diseño, lo que resulta un factor muy relevante para la aceptación de los OUP.	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).	Teoría "los objetos del diseño" Apropiación psicología ambiental Encuesta: Parte F - participación y apropiación	La necesaria multidisciplinariedad El importante rol central del Diseño.

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:

Conclusiones y su vinculación con las hipótesis, los objetivos generales, específicos y los resultados.
Elaboración propia.

Síntesis, Alcances y Valor Práctico de la Investigación

Esta tesis propone un proceso que prepara para la capacidad de implementar proyectos de *OUP*, es decir, entrega las condiciones necesarias para hacerse cargo del trabajo.

Por lo tanto, no propone metodologías de diseño, sino como hacer eficaces las metodologías de diseño, y postula que la eficiencia y los buenos resultados descansan en la colaboración disciplinaria y en la capacidad de integrar visiones complejas para un proceso complejo.

Las visiones complejas se producen a través de la interacción de las disciplinas y las soluciones complejas, las debe asumir el diseñador articulando y comandando los aportes de todas.

Entonces, en términos prácticos, aporta una guía para enfrentar esta condición que es previa al proyecto (materialización física del proyecto), es decir, aporta sobre los procesos de ordenamiento, secuencialidad, síntesis y organización de las propuestas para llevar a cabo finalmente la tarea.

Aunque aquí no se proponen alternativas al interior del proceso de diseño, la plataforma propuesta introducirá ajustes en las metodologías clásicas, generando condiciones para que se hagan bien los proyectos.

Ej.: El Diseño Centrado en el Usuario deberá incorporar, para su eficaz uso, variables sociales, urbanas y de contexto que permitan diferenciar los resultados de acuerdo a esas categorías.

Parques

- › Evolución tamaño familiar
- › Tipo de Poblamiento
- › Nivel de inmigrantes
- › Peso de los ciudadanos en las decisiones públicas
- › Modalidad de gestión y operación de la economía pública (recursos, fondos)
- › Mecanismos de participación

- › Conocer la demanda
- › Cercanía
- › Frecuencia

El buen diseño de los *OUP* es el que trabaja con el conjunto de variables y enfoques fuera del diseño, que son parte componente del proyecto y la solución.

Para este objeto se identifican los enfoques y disciplinas contribuyentes, sus lógicas internas y las variables que las relacionan con el diseño.

Entonces, se propone un listado de aspectos complementarios y se redefine el *Rol del Diseño* al integrar estas consideraciones.

En esencia, se propone un conjunto de variables que permiten la definición compleja del problema y su solución, y la forma como los diseñadores deben asumirlo.

Concretamente, se debe concluir que, frente a un encargo de diseño (oficina de diseño, empresa fabricante, Ayuntamiento, etc.) debería contar en su primera instancia con un grupo multidisciplinario que identifique las características propias y las dinámicas sociales, económicas, psicológicas y ambientales del espacio que se desea intervenir.

En esta investigación no ha sido la intención profundizar y utilizar técnicas de análisis, ya que se reconoce la experticia de los profesionales específicos para llevarlas a cabo, pero sí se han utilizado de la forma más básica y se ha podido demostrar la riqueza del material resultante.

Dicho equipo deberá diseñar las estrategias de estudio (encuestas, entrevistas, etc.) conducentes a la propuesta de solución, que debiera incluir las variables antes mencionadas.

El resultado de tal investigación debería permitir al diseñador discutir con su equipo multidisciplinario las soluciones propuestas y el grado de cumplimiento de las expectativas que salen del estudio;

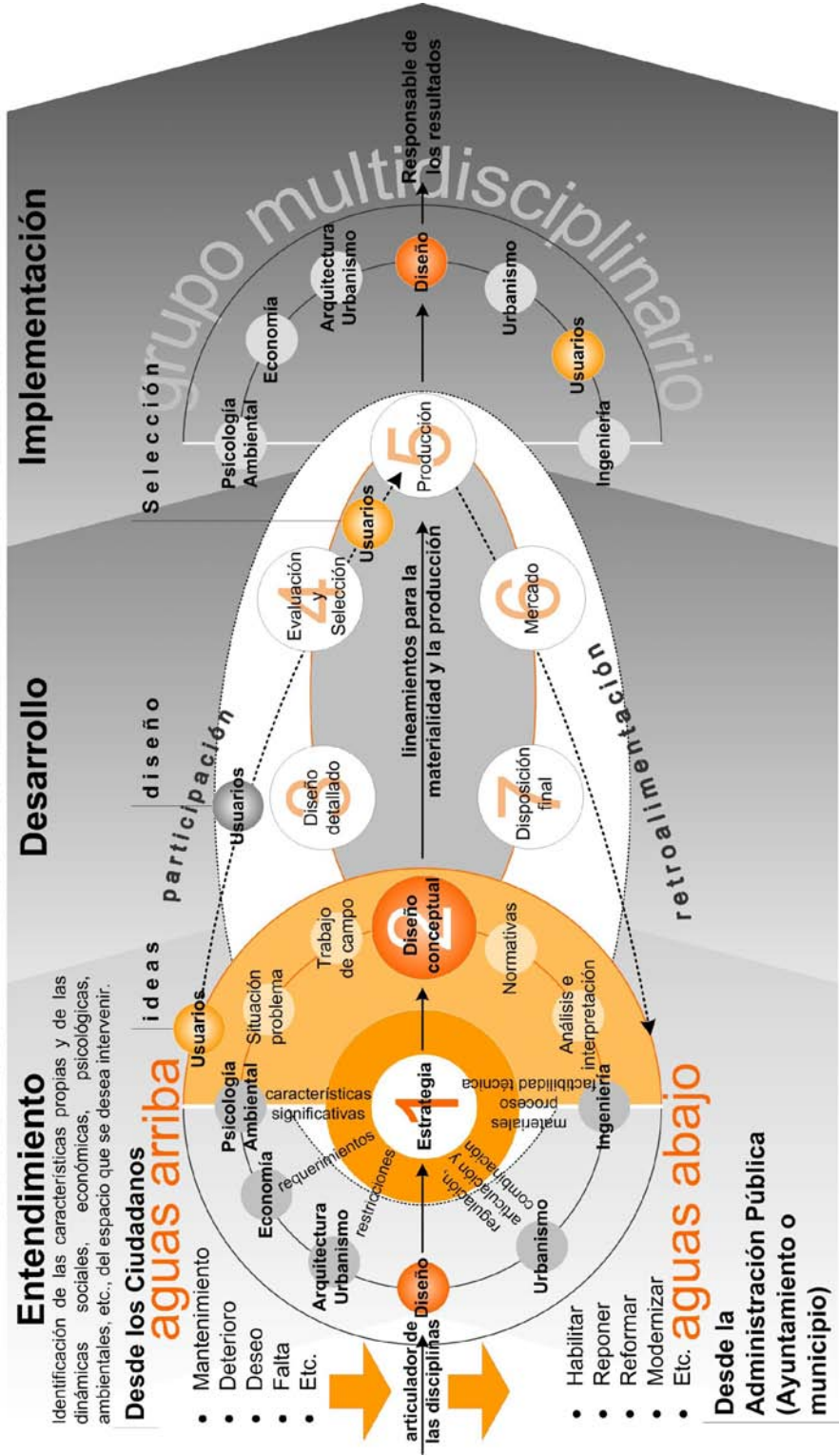
asimismo las características especiales de cada caso, el carácter y modalidad de la participación ciudadana.

Equipo

- › Sociología Apropiación - percepción - valoración
- › Economía Obras de financiamiento
- › Ingeniería materiales - proceso - factibilidad técnica
- › urbanismo inserción de la plaza en el espacio urbano y los usos del entorno

Finalmente, se hace necesario mencionar que este enfoque relativiza el uso de guías estructuradas. La existencia de variables especiales es crucial dentro de cada solución (ver cuadro 6.4).

Fases del Proceso de Diseño de OUP



» cuadro 6.4:
Resumen de la investigación. Fases del proceso de diseño de OUP.
Elaboración propia

6.4.

futuras investigaciones

A partir de los resultados obtenidos durante el desarrollo del trabajo de tesis, así como en la experiencia obtenida en la aplicación de la encuesta, pueden ser elaboradas las siguientes recomendaciones para estudios posteriores:

- › **Estudios de la valoración de los usuarios con las experiencias del entorno:**

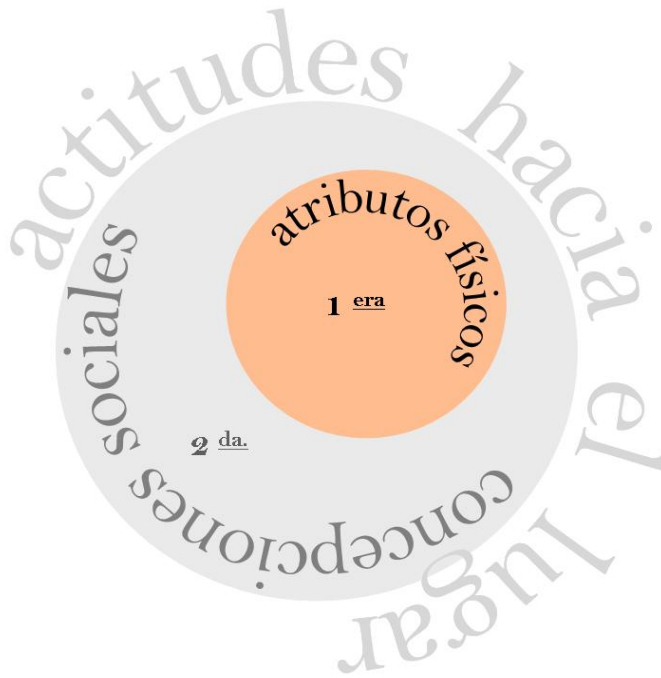
La satisfacción de los usuarios en relación a los *OUP* está determinada por la relación que existe entre la calidad percibida y las expectativas que se tienen del servicio de dichos objetos.

En términos disciplinares del Diseño, enfocado y validado esencialmente en el desarrollo de la forma de los objetos, una pista interesante de indagar corresponde a la diferenciación que hacen los usuarios en su valoración entre aquellos objetos que tienen una relación directa en el uso, (por ejemplo, bancos), donde prima lo operativo, y los que tienen una relación indirecta donde destaca lo significativo y lo simbólico (por ejemplo, luminarias).

Cabe destacar que sería necesario desarrollar estrategias diferenciadas para tratar con lo global de cada ciudad, entendido esto como servicios que involucran aspectos generales para lugares diferentes (transporte, iluminación, etc.) y lo local de cada lugar, tales como la plaza del barrio. (ver cuadro 6.5)

» cuadro 6.5:

Influencia del entorno sobre la valoración de los usuarios y sus experiencias.
Elaboración propia

» **Gestión de los OUP:**

La investigación ha considerado una visión general de los OUP, y se han definido criterios globales para su implementación. Un aspecto que dificulta la satisfacción de los ciudadanos, es que la prestación de un mismo servicio u objeto es percibido de manera distinta por cada uno de los ciudadanos y que de esta percepción radica su valoración.

Si bien la encuesta es un medio válido para recabar información, en cuanto a la gestión de los OUP, sería útil evaluar algunos mecanismos de captura de información diferenciados para cada caso y grupo de usuarios. La incorporación de las comunidades virtuales de usuarios para incorporar la participación activa en la generación de ideas y selección de propuestas, podría ser un camino válido para agilizar estos procesos destinados a ciertos grupos. (ver cuadro 6.6)



» cuadro 6.6:
Propuesta de gestión para el diseño y desarrollo de los OUP.
Elaboración propia

De esta forma se podrían evaluar tanto los contenidos de las propuestas ciudadanas, como la pertinencia de utilizar este tipo de medios, que sirve para una serie de prácticas asociadas a la percepción y participación de usuarios/consumidores.

› **Rol de los OUP en los procesos de apropiación:**

En la investigación se han identificado algunas acciones que según los datos obtenidos, permitirían aportar en los procesos de apropiación. El modelo propuesto: “*modelo de apropiación de los Objetos de Uso Público*”, recoge acciones identificadas como remediales que afectan al proceso de Diseño y la Gestión de los OUP. (ver cuadro 6.5)

Se propone aquí que la participación en el diseño de los *Objetos de Uso Público* podría ser abordada desde la gestión y el diseño de manera simultánea. Una investigación - acción (aplicada), permitiría evaluar los aspectos mencionados, su eficiencia sobre los procesos de apropiación y su influencia en la conservación de los objetos. (ver cuadro 6.7)

» cuadro 6.7:
Consideración para el
Diseño y apropiación
de los OUP.
Elaboración propia.



Nuevas Preguntas

- » ¿A partir de cuándo la solución específica pierde validez y da origen a la estandarización?
- » ¿Es una ventaja la estandarización?, ¿Porqué? y ¿Cuándo?
- » ¿Es posible la recuperación de la percepción ciudadana a través de los métodos disponibles para el estudio de usuarios en el ámbito el espacio público urbano?, ¿Cuáles son los más apropiados?

bibliografía

bibliografía

Aguirre, P. (1985). En *Catàleg de mobiliari urbà (1985)*. Generalitat de Catalunya, Departament d'Urbanisme. Barcelona, España: Fundació BCD

Alguacil, J. (1997, noviembre). La calidad de vida y el tercer sector: nuevas dimensiones de la complejidad. *Ciudades Para un Futuro más Sostenible*. BOLETIN CF+S 3. En línea <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n3/a1jalg.html#Pieref1> [Consultado: septiembre 2007]

Aragall, F. (2002). *De la ciutat sense barreres a la ciutat per a tothom*. Espai Públic Urbà N°5. Barcelona, España: Institut d'Edicions de la Diputació de Barcelona.

Aragall, F. (S.f). *Diseño para todos: un conjunto de instrumentos*. En línea. <http://www.fundaciononce.es/NR/rdonlyres/epklxbsq2pb55636hsb2o5vlsiptgrhc5iacff2y5gqrzsyj7pwy57ee3dtzgpvohqosic75qfe/DISEOPARATODOSUnconjuntodeinstrumentos.pdf> [Consultado septiembre 2008]

Augé, M. (2004). *Los no lugares, espacios del anonimato: una antropología de la sobremodernidad*. (8ª. ed.). Barcelona, España: Gedisa, S.A.

Ayuntamiento de Barcelona (1980?). *Archivo de Fichas de Mobiliario Urbano*. Área de Urbanismo. Servei de projectes i d'elements urbans. Barcelona, España.

Baudrillard, J. (1969). *El sistema de los objetos*. (Le système des objets. Éditions Gallimard, París, 1968). Traducción al castellano de Francisco Aramburu. México: Siglo Veintiuno S.A.

Benegas, A. (1997). *Bienes públicos, externalidades y los free-riders: el argumento reconsiderado*. En Martínez Coll, Juan Carlos (2001): EUMEDNET Enciclopedia y Biblioteca Virtual en <http://www.eumed.net/>. Recuperado el 15 de septiembre 2008, de http://www.eumed.net/coursecon/textos/Lynch-bienes_publicos.htm

Bonsiepe, G. (1985). *El diseño de la periferia*. Barcelona, España: Gustavo Gili

- Borja, J.** (1998). Ciudadanía y espacio público. *Reforma y Democracia*. Revista del CLAD, 12(4), 25-44.
- Borja, J.** (2003a). *El espacio público: ciudad y ciudadanía*. Barcelona, España: Electra.
- Borja, J.** (2003b). En *Espacio público y reconstrucción de ciudadanía*. RAMÍREZ KURI, P. coordinadora. Primera parte: *el espacio público y la ciudad*. La ciudad es el espacio público (p.59 a p.87). México: Miguel Angel Porrúa, Las ciencias sociales, Segunda Década. Coeditor (es): FLACSO.
- Bosi, G.** (2005). Taller n°42: Gestión de innovación industrial en diseño industrial. Open DC, Ciclo de talleres de la Universidad de Palermo, Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires, Argentina.
- Boyer, A. y Rojat-Lefebvre, E.** (1994). *Aménager les espaces publics: Le mobilier urbain*. Paris, Francia: Le Moniteur.
- Bürdek, B.** (1994). *Diseño, historia, teoría y práctica del diseño industrial*. México: Gustavo Gili, S.A. de C.V.
- Catàleg d'una Exposició,** (1988). *L'aventura de Le Corbusier 1887-1965*. En Ferrer Viana, F. (2003). *Manual de paisaje urbà. Espai Públic Urbà N° 7*. Barcelona, España: Institut d'Edicions de la Diputació de Barcelona.
- Cárdenas, J. C.** (2004). *Regulaciones y normas en lo público y lo colectivo*. Centro de Estudios sobre Desarrollo Económico CEDE, Facultad de Economía de la Universidad de Los Andes. n° 37. Edición Electrónica. Recuperado el 30 d septiembre de 2008, de http://economia.uniandes.edu.co/es/investigaciones_y_publicaciones/cede/publicaciones/documentos_cede/2004/regulaciones_y_normas_en_lo_publico_y_lo_colectivo_exploraciones_desde_el_laboratorio_economico
- Cea, Ma.** (1996). *Metodología cuantitativa: Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid, España: Síntesis.
- Cobo Fray, C.** (2004). *Espacio publico como ordenador y constructor de la ciudad*. Tesis de maestría no publicada. Profesor guía: Rubén Sepúlveda Ocampo. Universidad de Chile, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Instituto de la Vivienda. Santiago, Chile. http://www.cybertesis.cl/tesis/uchile/2004/cobo_c/html/index-frames.html [Consultado: septiembre 2008]

- Cook, T. y Reichardt, Ch.** (2000). Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa. (4ª. ed.). Madrid, España: Morata, S.L.
- Corraliza, J.** (1987). La experiencia del ambiente: percepción y significado del medio construido. Madrid, España: Tecno, S.A.
- Costa, J.** (2004). La imagen de marca: un fenómeno social. Barcelona, España: Paidós Ibérica, S.A.
- Cotec,** (2008). Diseño e innovación. La gestión del diseño en la empresa. Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica. Madrid, España: Gráficas Arias Montano, S. A..
- Cuni, B.** (s.f.) <http://www.bernatcuni.com>
- Cuni, B. y Morros,** (2002) En Vinyets, J. (2003). Usuarios al poder: La experiencia del consumidor como referencia. P. 38 – 42, Revista Experimenta, Madrid.
- Chiapponi, M.** (1999). Cultura social del producto. Nuevas fronteras para el diseño industrial. Buenos Aires, Argentina: Infinito.
- Chile – Mideplan,** (1998). REDEVU: recomendaciones para el diseño del espacio vial urbano. p. 1.2/1. Santiago, Chile: Autor.
- Chueca, F.** (2000). Breve historia del urbanismo. (2a. ed.). Madrid, España: Alianza S.A.
- De Lecea, I.** (1999). El mobiliario urbano. En Barcelona 1979 I 2004. Del desarrollo a la ciudad de calidad. En línea: <http://www.bcn.es/urbanisme/model/expo/castella/pg12lecea.htm> [Consultado septiembre 2008]
- De Lecea, I.** (2001). Hemos llegado a un buen punto de equilibrio para la satisfacción de la demanda de publicidad. Revista El Alcalde, nº 174, 56-61.
- De Ventós, R.** (1980). De la Modernidad. En Pol, Enric (1996). Cognición, representación y apropiación del espacio. Barcelona, Publicacions Universitat de Barcelona, Monografies Psico/Socio/Ambientals nº 9. Capítulo 5 “La apropiación del Espacio”. Pág. 45-62
- Delgado, M.** (coord) (2003). Carrer, festa i revolta. Els usos simbòlics de l’espai públic a Barcelona, 1951-2000. Barcelona, España: Generalitat de Catalunya

- Del Real, P.** (2002). La Parada de Autobús: Evaluación y criterios para el mejoramiento de los puntos de parada de autobús en Santiago de Chile. Director Oscar Figueroa Monsalve. Tesis de maestría no publicada. Universitat Jaume I, Castellón, España y Universidad Tecnológica Metropolitana. Santiago, Chile.
- Del Real, P.** (2003). Paraderos de Santiago: Modelos Universales y lecturas locales. Edit. UTEM, Santiago, Chile. En línea: <http://www.utem.cl/congresohumanidades/nuevas/delreal.htm>
- Del Real, P.** (2004). Diseño del mobiliario urbano: lecturas locales, modelos universales. En: Actas del Congreso internacional de Ingeniería de Proyectos AEIPRO (Bilbao 6-8 de Octubre del 2004), v.VIII. Pag. 13. http://www.aepro.com/congresos/2004_1/pdf/pdelreal@utem.cl_c61fda16a41817a403fb34bb79776399.pdf?PHPSESSID=78d8be5836558aab3b0f898bd250a2a9
[http://webs.uvigo.es/disenoindustrial/docs/Lecturas/El diseño del mobiliario urbano.pdf](http://webs.uvigo.es/disenoindustrial/docs/Lecturas/El_diseño_del_mobiliario_urbano.pdf)
- Del Real, P. y Lloveras, J.** (2005). La Complejidad del Diseño de los Objetos de Uso Público: Su Significado Cultural e Identitario. Actas del VII Congreso Latinoamericano de Humanidades y Diversidad Cultural. Universidad Guadalajara. Jalisco, México.
- Del Real, P. y Lloveras, J.** (2006). “El Rol del Diseño en el Desarrollo de Objetos para el Uso Público: Nuevos Conceptos y Prácticas para el Mobiliario Urbano”. Revista de Equipamiento y servicios municipales, (127): 8-21.
- Del Real, P., Tomico, O., Ávila, J. y Lloveras, J.** (2007). Participatory design of public use goods: analyzing the role of user appropriation in urban public spaces. Include 2007 Royal College of Art, London, 2-4 April 2007. Include 2007 Conference Book, abstract and proceeding. p.43. y Poster En línea: http://www.ektakta.com/include/files2/105-1_105-1174098097.pdf
- Design For All Foundation,** (S.f.). Fundación privada constituida en Barcelona el 30 de Noviembre del 2001. p.24. http://www.designforall.org/es/downloads/DOSSIER_DfA_Fd_cas_t_feb06.pdf
- Design For All.** Versión 2.0, del 1 de abril de 1997, del Centro para el Diseño Universal (NC State University, The Center for Universal Design, an initiative of the College of Design). La traducción y adaptación es de Emmanuelle Gutiérrez y Restrepo. http://www.design.ncsu.edu/cud/about_ud/about_ud.htm

- Dussel, E.** (1985). La producción teórica de Marx. Siglo XXI editores. En Acanda, J. (2002). ¿Qué significa ser progresista en materia de pensamiento?. Revista Catoblepas n°10, (2002), diciembre p.5. México.
- Enciso, E.** (s/f). La plaza de convivencia comunitaria: ya existía, pero no había sido fundada. Una reflexión sobre el habitar. Revista de Arquitectura y Humanidades de UNAM. En línea: <http://www.architecthum.edu.mx/Architecthumtemp/indicepal.html> [Consulta: 12 de febrero de 2005]
- Falcón, A.** (2000). En SERRA, Josep Ma (2000). Manual d'elements urbans: mobiliari i microarquitectura. Espai Públic Urbà N° 1, Barcelona, España: Institut d'Edicions de la Diputació de Barcelona
- Fernández, G.** (2005). Foro internacional de city marketing, conferencia: el diseño de imagen de ciudad. Límites, obstáculos, necesidades y oportunidades para las ciudades latinoamericanas, MEDELLIN, nov28 al 3 dic 2004. Scripta Nova, Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona. Vol. IX, Núm. 194 (95), 1 De Agosto De 2005. <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-194-95.htm>
- Ferrer Viana, F.** (2003). Manual de paisaje urbà. Espai Públic Urbà N° 7. Barcelona, España: Institut d'Edicions de la Diputació de Barcelona.
- Folch, R.** (2001). En Diputació de Barcelona (2001). Els Carrers de la democràcia: L'espai públic de las noves ciutats. Barcelona, España: Diputació de Barcelona. Oficina tècnica de cooperació [coord.]._P:71-89
- Fundació BCD.** (1985). Catàleg de Mobiliari Urbà. Generalitat de Catalunya, Departament d'Urbanisme. Barcelona, España: Fundació BCD
- Fundació BCD.** (1990). Mobiliari Urbà: catàleg'90; Realizado por la Fundación Barcelona Centro de Diseño en conjunto con la dirección general de urbanismo de la Generalidad de Cataluña. Barcelona.
- Funke, R.** (1987). En Burdek (1994)
- Gehl, J.** (2006). La humanización del espacio urbano: la vida social entre los edificios (Life Between Buildings: Using Public Space, 2003, 5ed.). Traducción Valcarce María Teresa. Colección estudios universitarios de arquitectura 9. Barcelona, España: Reverte S.A.

Grup de Recerca en Ecodisseny. Ecodisseny de Parcs Infantils. ELISAVA Escola Superior de Disseny. Barcelona, febrer de 2002, P.45 – 72. En línea: <http://194.179.95.2/mediamb/ipp/parcs.htm> o en <http://www.gencat.net:8000/mediamb/ipp/links.htm>

Gual, J. (2002, 17 de noviembre). ¿Hacia donde va el mobiliario urbano?. El Mundo Castellón al día, pp. s/n

Hall, E. (1972). La dimensión oculta. México: Siglo XXI

Hernández Benítez, X. (2000). 6to. Taller de imagen urbana en ciudades turísticas con patrimonio histórico. En línea <http://www.inah.gob.mx/mohi/my-html/mohii.html> [Consultado: Septiembre 2005]

Heskett, J. (2005). El diseño en la vida cotidiana. Barcelona, España: Gustavo Gili S.A.

Icsid, (International Council of Societies of Industrial Design). Definition of Design. <http://www.icsid.org/about/Definition_of_Design/>

Ideo, (2003). IDEO Method Cards: 51 Ways to Inspire Design. IDEO Human Factors team.

Iñiguez, L. Y Pol, E. (1993). La transformación del Medio Ambiente Urbano. Análisis desde la Psicología Ambiental y Social. XXIV Congreso Interamericano de Psicología, Santiago de Chile. En línea: <http://antalya.uab.es/liniguez/Materiales/007.pdf> [Consulta: octubre 2005].

Iñiguez, L., De La Madrid, C., Iguarta, A. y Vidal, T. (1994). I Nosaltres què? El que els usuaris pensen dels elements urbans. Documents de Medi Ambient n° 13. Universidad de Barcelona. Barcelona.

Ittelson William H. (2007). *Environmental Perception and Contemporary Perceptual Theory*, en W. H. Ittelson (ed.): Environment and Cognition. Nueva York, Seminar Press, 1973, pp. 1-19. En CARLES, J. (2007) El paisaje sonoro, una herramienta interdisciplinar: análisis, creación y pedagogía con el sonido. El CVC publica las Actas del Primer Encuentro Iberoamericano sobre Paisajes Sonoros, que se celebró en Madrid del 12 al 15 de junio de 2007. http://cvc.cervantes.es/artes/p_sonoros/carles/carles_01.htm

Jacobs, J. (1967). Muerte y vida de las grandes ciudades. Madrid, España: Península

- Jornet Jové, L.** (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. Tesis doctoral. Universitat Ramon Llull, Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna. Recuperado el 30 de septiembre de 2008. En línea, <http://www.tesisenxarxa.net/TDX-0121108-124901/index.html>.
- Kupchik, Chr.** (2008). Cuerpo a cuerpo. Revista bimestral de cultura urbana, quid, año 3 n°18 octubre - noviembre. Buenos Aires, Argentina.
- León Balza, S.** (1998). Conceptos sobre espacio público, gestión de proyectos y lógica social: reflexiones sobre la experiencia chilena. Revista EURE Vol. XXIV, N° 71, Santiago, p. 27-36.
- León Balza, S.** Conceptos sobre espacio público, gestión de proyectos y lógica social: reflexiones sobre la experiencia chilena. *EURE (Santiago)* [online]. 1998, vol.24, n.71, pp. 27-36. En línea: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71611998007100002&lng=es&nrm=iso [consultado: julio 2009]
- López, C Y Kramp, U.** (2000) El espacio público visto como una configuración dinámica de fuerzas. Asociación de Arquitectos Colombianos. Bogotá, 2001. En línea: <http://www.arq.com.mx> [Consulta: diciembre 2004].
- López De Lucio, R.** (2000), El espacio público en la ciudad europea: entre la crisis y las iniciativas de recuperación. "Viejas / Nuevas Ciudades: Europa y América Latina", Revista de Occidente, N° 230-231, julio-agosto 2000. Madrid, España.
- Lynch, K.** (1998). La imagen de la ciudad. (1998), Col. GG Reprints. Barcelona, España: Gustavo Gili
- Maldonado, T.** (1998). Crítica de la razón informática. Título original: Crítica della ragione informatica, traducción al castellano de Juan Carlos Gentile. Barcelona, España: Ediciones Piados Ibérica, S.A.
- Manzini, E.** (1992). Artefactos. Hacia una nueva ecología del ambiente artificial. Título original: Artefatti, traducción al castellano de Cristina Ordóñez y Pierluigi Cattermole. Madrid, España: Celeste
- Marco Jurídico** Reglamento de Mobiliario Urbano para el Distrito Federal. Reglamento publicado en la Gaceta Oficial del Distrito Federal el 17

de agosto del 2000. En línea:
http://www.seduvi.df.gob.mx/mjuridico/reg_mobil.html

Marín, J. M. y García-Verdugo, J. (2003). Bienes públicos globales, política económica y globalización. Barcelona. España: Ariel S. A

Martínez Coll, J. (2001). Biblioteca de Economía y Enciclopedia Multimedia Virtual Interactiva EMVI. En línea:
<http://www.eumed.net/coursecon/> [Consultado: septiembre 2005].

Mella, O. (1998). Naturaleza y orientaciones teórico – metodológicas de la investigación cualitativa. En línea:
<http://www.reduc.cl/reduc/mella.pdf> [Consultado: abril 2003]

Mercado Segoviano, J. (1995). La adecuación ergonómica del entorno al usuario. Boletín Factores Humanos. Agosto, N°7. En línea:
<http://www.tid.es/html/presencia/boletin/boletin7/art001.htm>
 [Consulta: octubre 2005].

Meyer-Eppler en Bürdeck (1994). Diseño, historia, teoría y práctica del diseño industrial. Barcelona, España: Gustavo Gili S.A. p.13

Mondelo, P., Gregori, E. y Sevillano, F. (1993). ¿Qué queremos decir cuando hablamos de usuario? Usuario v.s. cliente: un conflicto con solución. Boletín Factores Humanos Agosto de 1993, N°2. En línea:
<http://www.tid.es/presencia/boletin/boletin2/art006.htm>
 [Consultado: noviembre 2004].

Montaner, J. Ma. (1999). La cultura del disseny a Barcelona. Futur compost. Barcelona, España: Institut de Cultura de Barcelona, Electa.

Montañola, J. (1998). Pautes de Disseny III. Places de Barcelona. Barcelona, España: Universidad Politécnica de Cataluña

Moore, G.T., Tuttle, D.P. y Howell, S.C. (1985). Environmental design research directions. Praeger, New York.

Moreno, E. y Pol, E. (1999). Nociones psicosociales para la intervención y la gestión ambiental. Barcelona, España: Publicacions Universitat de Barcelona, Monografies Socio/Ambientals n°14. Capítulo 5 “Apropiación, simbolismo del espacio e identidad social”. pag. 45 – 56.

Moser, G. (2003). La Psicología Ambiental del Siglo XXI: El desafío del desarrollo sustentable. Revista de Psicología Universidad de Chile, Vol. XII, N° 2: pag. 11-17. Santiago de Chile.

- Munizaga, G.** (1993). Tipos y Elementos de la Forma Urbana. Textos Universitarios, Diciembre. Santiago, Chile: Universidad Católica de Chile.
- Muñoz Roncero, Ma. T.** (2004). Mobiliario urbano: un elemento diferenciador en las ciudades. Autores: Marta Fernández Rebollos. Localización: Q.E.J. Bricojardinería & paisajismo: Revista profesional de distribución en horticultura ornamental y jardinería, N° 125, 2004, pags. 10-16.
- Norman, D.** (1990). La Psicología de los Objetos Cotidianos. Madrid, España: Editorial Nerea S.A.
- Norman, D.** (2005). El Diseño Emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos. Título original: Emotional Design. Why We Love (or Hate) Everyday Things. Traducción de Ferran Meler Orti. Editorial Paidós Ibérica S.A. .Barcelona, España.
- Ochoa, I.** Diccionario de publicidad. Madrid, Acento y Anuncios. 1997. 2ed. P.54 citado por Jornet Jovés, Lluís (2007). TESIS DOCTORAL "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". Dir. de la Tesis Dr. Miquel Altarriba Sensada. UNIVERSITAT RAMON LLULL, FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ BLANQUERNA. Mayo 2007, VOL. 1. p. 32. En línea: <http://www.tesisenxarxa.net/TDX-0121108-124901/index.html>
- Pacheco Rueda, M.** (1998): Dimensión social de la publicidad exterior. Revista Latina de Comunicación Social, 8. En línea: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/59mar.htm> [Consultado: noviembre 2007]
- Parkin, M.** (2001). Microeconomía: versión para Latinoamérica. (5ta. Ed.). México: Editorial Pearson Educación.
- Peniche, L.** (2000), Componentes del espacio urbano, Tecnología y diseño en las edificaciones, Vol. III, Ed. UAM. -A., 2000, Azcapotzalco México, D. F., Pp. 99 - 126. En línea: <http://www.azc.uam.mx/cyad/procesos/website/grupos/tde/NewFiles/alfonsov.III.htm>
- Piñon, H.** (2002). La IV Jornada de Disseny de Mobiliari Urbà impulsa les tendències del futur, Revista VOX UJI, pag. 11. nº 35 - noviembre/desembre 2002, En línea: <http://www.uji.es/CA/com/voxuji/>

- Pol, E.** (1994). Más allá del Diseño, Presentación del Catálogo de I nosaltres què? El que els usuaris pensen dels elements urbans. Documents de Medi Ambient n° 13. Universidad de Barcelona. Barcelona.
- Pol, E.** (1996). La apropiación del espacio. En Cognición, representación y apropiación del espacio. Barcelona, España: Publicacions Universitat de Barcelona, Monografies Psico/Socio/Ambientals n° 9. Capítulo 5 "La apropiación del Espacio". Pág. 45-62 y en línea: www.ub.es/escult/docus2/apropia.doc
- Pol, E. y Valera, S.** (1999). Symbolisme de l'espace public et identité sociale. Villes en Parallèle, 28-29, 13-33. <http://gemma.atipic.net/pdf/330AD10809L.pdf>
- Pol, E.** (2002). La IV Jornada de Disseny de Mobiliari Urbà impulsa les tendències del futur [en línea]. Revista VOX UJI, novembre/desembre 2002, N° 35, p. 11. <http://www.uji.es/bin/com/voxuji/200211/pag11.pdf> [Consultado: mayo 2005]
- Pol, E.** (2004). Calidad Urbana y Cohesión Social. Jornadas de rehabilitación de centros tradicionales. Ayuntamiento de Alacant, 2 de diciembre 2004. En línea: http://www.alicante-ayto.es/documentos/placentro/ciudad1_epol.pdf
- Pol, E., Bonet, Ma. R, Duque, I, Di Masso, A. y Vidal, T.** (2004). La U Urbana des de la Percepció de L'usuari a El Llibre Blancs dels Carrers de Barcelona. Ed. digital e impresa 2005. Ajuntament de Barcelona.
- Project for Public Space (PPS)**, (en línea). Ten Principles for Creating Successful Squares. En línea: http://www.pps.org/parks_plazas_squares/info/parks_plazas_squares_articles/squares_principles
- Puig, J.** (2003). ¿Demasiado diseño?, Barcelona Metrópolis Mediterránea [en línea]. Monográfico N°3 En línea: http://www.publicacions.bcn.es/b_mm/bmm_diseno/index.htm#66 [Consultado: enero 2005]
- Puyuelo, M., Gual, J. y Galvis, M.** (2005). Espacios abiertos urbanos y personas mayores: una experiencia llevada a cabo en distintos parques de Castellón sobre el diseño y su interacción con la población anciana. Castellón de la Plana, España: Universitat Jaume I.

- Quarantte, D.** (1992a). *Diseño Industrial 1. Elementos introductorios*. Barcelona, España: Ediciones CEAC S.A.
- Quarantte, D.** (1992b). *Diseño Industrial 2. Elementos teóricos*. Barcelona, España: Ediciones CEAC S.A.
- Quintana, M.** (1996). Espacios, muebles y elementos urbanos. En: *Elementos Urbanos: mobiliario y microarquitecturas de Serra, Joseph Ma, Gustavo Gili S.A., Barcelona, España*. pag. 6 – 14.
- Real Academia de la Lengua Española.** *Diccionario de la lengua española 22ª Ed.* Madrid: Real Academia de la Lengua Española, 2003. En línea: <http://www.rae.es> [Consulta: febrero 2008]
- Revista Barcelona Metròpolis Mediterrànea** N° 18, 1991. Els Mobles del Carrer. Pag. 17-21. Sección “Barcelona Estil”
- Rodríguez, C.** (2004). “El tarreo: carnaval liminal entre el ciberespacio y la ciudad”, Tesis de magíster, IEUT, Universidad Católica de Chile,
- Rojas, E.** (2004). “Volver al centro. La recuperación de áreas urbanas”, BID, Washington.
- Romo M. Y Castillo, C.** (2002). Metodologías de las ciencias sociales aplicadas al estudio de la nutrición. *Rev. chil. nutr., abr., vol.29, no.1, p.14-22.*
- Royes I Vila, M.** (2003). En Ferrer Viana, Ferran (2003). *Manual de paisaje urbà. Espai Públic Urbà N° 7*. Barcelona, España: Diputació de Barcelona.
- Serra, J. Ma.** (1996). *Elementos Urbanos: mobiliario y microarquitecturas*. Barcelona, España: Gustavo Gili S.A.
- Serra, J. Ma.** (2000). *Manual d’elements urbans: mobiliari i microarquitectura. Espai Públic Urbà N° 1*. Barcelona, España: Diputació de Barcelona
- Serra J. Ma.** (2007). *Diseño en la calle, por Mónica Caballero (entrevista)*. *Revista El Duende de Madrid, n°72 (15-03-2007 a 15-04-2007)*, En línea: http://www.duendemad.com/artes/Diseno_En_La_Calle.html
- Sierra Bravo, R.** (1996). *Tesis doctorales y trabajos de investigación Científica. Metodología general de elaboración y documentación (4ª. ed.)*. Madrid, España: Paraninfo S.A.

- Sierra Bravo, R.** (2003). *Técnicas de investigación social: teoría y ejercicios* (14ª ed., 2da. reimpresión). Madrid, España: Paraninfo S. A.
- Simón Sol, G.** (2009). *La trama del diseño: porqué necesitamos métodos para diseñar*. México: Designio S. A.
- Sommer, R.** (1983). *Social design: Creating buildings with people in mind*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Thackara, J.** (2005). *In the bubble. Designing in a Complex World*. Cambridge: MIT Press. En **Peralta, R.**, (2007). *Diseñar con la gente*. ELISAVA TdD n° 24, *Diseño Crítico*. Barcelona, España: ELISAVA Escola Superior de Disseny
- The Center for Universal Design.** (1997). *The Principles of Universal Design (Version 2.0)*. Raleigh, NC: NC State University, Author. Traducción Emmanuelle Gutiérrez y Restrepo
- Uña, O., Hernández, A. y Prado, J.M.** (2004). *Diccionario de Sociología*. Madrid, España: ESIC
- Valera, S., Pol, E. y Vidal, T.** (S.f.). *Apuntes: Elementos básicos de la psicología ambiental*. Departamento de Psicología Social de la Universidad de Barcelona. www.ub.es/dpss/psicamb/intro.htm
- Valera, S.** (s.f.). *El significado social del espacio: Estudio de la identidad social y los aspectos simbólicos del espacio urbano desde la Psicología Ambiental*. Polis Research, Centre de la Universidad de Barcelona. En línea: <http://www.ub.es/escult/valera/caP1.doc>
- Valera, S., Freixes, J. y Pol, E.** (1990) *The image of the districts of Barcelona-II Proceedings of 11 IAPS Conference*. METU, Ankara. VALERA, S. & POL, E. (1992). *The image of districts of Barcelona - III: A theoretical approach. Proceedings of 12 IAPS Conference*. Aristoteli University, Thessaloniki.
- Valera, S.** (1996). *Análisis de los aspectos simbólicos del espacio urbano. Perspectivas desde la sicología Ambiental*, *Revista de Psicología Universitas Tarraconensis*, 18(1), 63-84
- Valera, S.** (1996). *Psicología Ambiental: bases teóricas y epistemológicas*. En L. Íñiguez y E. Pol (Eds.), *Cognición, representación y apropiación del espacio*. *Psico-socio Monografías Ambientales*, 9. (pp. 1-14). Barcelona: Publicacions Universitat de Barcelona.

- Valera, S., Guàrdia, J., & Pol, E.** (1998). A study of the symbolic aspects of space using nonquantitative techniques of analysis. *Quality and Quantity*, 32, 367-381.
- Vidal, B.** (2002). El procés d'apropiació de l'entorn. Una proposta explicativa i la seva contrastació. Dir.: Enric Pol i Urrutia. Universidad de Barcelona, Departamento de Psicología Social. En línea: <http://www.tdx.cesca.es/TDX-0724103-120444/#documents>
- Vidal, T., Pol, E., Guàrdia, J. y Però, M.** (2004). Un modelo de apropiación del espacio mediante ecuaciones estructurales. Universidad de Barcelona. Medio Ambiente y Comportamiento Humano, 2004, vol. 5(1y2), 27-52. Editorial Resma. y en línea: http://webpages.ull.es/users/mach/PDFS/Vol5_1y2/VOL_5_1y2_b.pdf
- Villela Petit** (1976) en Pol, (1996). La apropiación del espacio. En Cognición, representación y apropiación del espacio. Barcelona, Publicacions Universitat de Barcelona, Monografies Psico/Socio/Ambientals nº 9. Capítulo 5 "La apropiación del Espacio". Pág. 45-62 y en www.ub.es/escult/docus2/apropia.doc
- Vélez, M., Santamaría, M. y Ávila, X.** (1997). Factores de medición en la calidad del mobiliario urbano, en *Boletín Argentino de Ergonomía* N° 12-13. Buenos Aires.
- Vinyets, J.** (2003a). Usuarios al poder: La experiencia del consumidor como referencia. *Revista Experimental*, p.38 – 42. Madrid.
- Vinyets, J.** (2003b). Las sinergias entre diseño y empresa. Barcelona *Metrópolis Mediterránea* (b.mm), monográfico nº3. En línea: http://www.publicacions.bcn.es/b_mm/bmm_diseno/bmm_disseny_72.htm [Consultado: octubre 2004].
- Vila Ortiz, J.** (1971). El producto del diseño Industrial. Rosario, Argentina: Mimeo
- Zegras, Chr.** (2002). "Eco-Friendly Bus Shelters", nota, Boston.

paginas sobre: *mobiliario urbano / espacio público / diseño / metodologias*

<http://www.rae.es>

http://www.fonprevial.org.co/htm/htm_docentes/urbano.htm

<http://www.boe.es/boe/dias/1998-06-09/pdfs/A18972-18982.pdf>

<http://www.ciceuta.es/consejerias/csjs- obras/ordenanzas/mobiliario.htm>

http://www.lascondes.cl/interiores/noticias/ordenanzas/o_ocupacion_espacio_publico.doc

<http://www.bcn.es>

http://www.eldia.com.ar/documentos/espacio_publico/

http://www.unne.edu.ar/cyt/2000/7_tecnologicas/t_pdf/t_026.pdf

<http://www.encolombia.com/medioambiente/hume-acuerdo00198-a.htm>

<http://www.bcn.es/agenda21/compromis/compromiscastella.doc>

http://www.publicacions.bcn.es/bmm/pdf_historic/21_BCN_Metropolis_Mediterrania/espai_convivencia.pdf

<http://www.amigosciudad.org.ar/mobiliario.htm>

<http://www2.uiah.fi/projects/metodi/s00.htm>

<http://www.sidar.org/recur/desdi/traduc/es/visitable/inquiry.htm#Cont>

<http://www-mitpress.mit.edu/books/NORVH/chapter9.html>

<http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi9/psi/2.pdf>

<http://www.sidar.org/recur/desdi/usable/dudt.php>

<http://www.eia.cc>

otras lecturas

- Cerezo Galán, P.** La antropología del espíritu en Juan de la Cruz. En: Actas del Congreso Internacional Sanjuanista, (Ávila 23-28 de septiembre de 1991), v. III. [S.l.]: [s.n.], 1991. P. 128-154
- Coriat, S.** (2003). Lo Urbano y lo Humano - Hábitat y Discapacidad. Fundación Rumbos - Universidad de Palermo. Bs. As., Argentina: Librería Técnica CP67.
- Ducci, Ma. E.** Santiago: territorios, anhelos y temores. Efectos sociales y espaciales de la expansión urbana. EURE (Santiago), dic. 2000, vol.26, no.79, p.5-24. Santiago, Chile: IEUT - PUC
- De la Cuesta, C.** (2003). El investigador como instrumento flexible de la indagación. *International Journal of Qualitative Methods*, 2 (4). Article 3. Retrieved [Consulta: noviembre 2005] En Línea: http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/2_4/pdf/delacuesta.pdf
- del Franco, C., García Fahler G. y Ladizesky, J.** (2008). Elementos para una política de recuperación del uso del espacio público barrial, como soporte de la vida comunitaria. Publicación del Consejo Profesional de Arquitectura y Urbanismo. Buenos Aires, Argentina: Grupo GEP - Revista CPAU n° 01
- Elkouss Luski, E.** (2006). La accesibilidad: Hacia la plena integración social del discapacitado en el entorno urbano natural. Cuadernos de Investigación Urbanística, n° 46 (CIU 46). Madrid, España: Instituto Juan de Herrera (I.J.H.)
- García, N.** (2004). Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad. Buenos Aires, Argentina: Gedisa, S.A.
- Harrison, F., Swain, B.** (2003). Guía de diseño del espacio público. Colección Monografías y Ensayos -Serie Arquitectura y Urbanismo, Publicación N° 310. Santiago, Chile: MINVU
- Mollerup, P.** (1992). Godt nok er ikke nok: Betragtninger om offentlig design. Good enough is not enough: Observations on public design. Copenhagen, Denmark: Danish Design Center
- Pavez, M. I.** ¿Estándares de Necesidades de Equipamientos?. REVISTA

DE URBANISMO N°1 Edición del Departamento de Urbanismo de la F.A.U. de la Universidad de Chile. Santiago de Chile. En línea: <http://revistaurbanismo.uchile.cl/n1/index.html>

- Peláez Bedoya, P.** (2007). La calidad físico espacial del sistema de espacios públicos y su incidencia en el hábitat. Investigaciones, N° 25. Facultad de Arquitectura. Medellín, Colombia: Universidad Nacional de Colombia (Sede Medellín) Escuela del Habitat -CEHAP.
- Pintado, F.** (2000). La participación ciudadana en la vida de las ciudades. Barcelona, España: del Serbal
- Poveda Puente, R. et al.** (2003). Musa/IBV: Método para la selección de ayudas técnicas bajo criterios de usabilidad, Valencia, España: IBV
- Sanders, E.B.-N.** (2001). Virtuosos of the experience domain. In Proceedings of the 2001 IDSA. Education Conference.
- Sanders, E.B.-N.** (2005). Information, Inspiration and Co-creation. Paper presented at The 6th International Conference of the European Academy of Design, March 29-31 2005, University of the Arts, Bremen, Germany.
- Sennett, R.** (2001). Vida urbana e identidad personal. (1ª. ed.) Barcelona, España: Península
- Shedroff, N.** (2009). Experience Design 1.1. Libro Digital.
- Solozabal Basañez, J.** (2001). El diseño industrial como integrante diferenciador de los productos de consumo. XVII Congreso Nacional de Ingeniería de Proyectos AEIPRO, Murcia. En línea: <http://www.unizar.es/aeipro/finder/METODOLOGIA%20DE%20PROYECTOS/AA08.htm> [Consulta: enero 2005].
- Segré, R.** Arquitectura y ciudad en América Latina. Centros y bordes en las urbes difusas”, Conferencia dictada en Rio de Janeiro, junio 1998, Periferia, Internet Resources for Architecture and Urban Design in the Caribbean.
- Schjetnan, M., Peniche, M. y Calvillo, J.** (2008). Principios de diseño urbano / ambiental (2ª ed.). Facultad de Arquitectura. Medellín, Colombia: Limusa (Noriega Editores - México)

referencias de figuras

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

- figura 1.1 Archivo personal.
- figura 1.2 Archivo personal.
- figura 1.3 Archivo personal.
- figura 1.4 www.laramblabcn.com/index.htm
- figura 1.5 Archivo personal.
- figura 1.6 Archivo personal.
- figura 1.7 Archivo personal.

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

- figura 2.1 Archivo personal.
- figura 2.2 <http://www.bcn.cat/paisatgeurba/angles/descargar/obres.pdf>
- figura 2.3 Archivo personal.
- figura 2.4 http://stage.pps.org/imagedb/gallery?gallery_id=1046#
- figura 2.5 Archivo personal.
- figura 2.6 Archivo personal.
- figura 2.7 Archivo personal.
- figura 2.8 Archivo personal.
- figura 2.9 Archivo personal.
- figura 2.10 Archivo personal.
- figura 2.11 Archivo personal.
- figura 2.12 Archivo personal.
- figura 2.13 Archivo personal.
- figura 2.14 Archivo personal.
- figura 2.15 Archivo personal.
- figura 2.16 Archivo personal.
- figura 2.17 Archivo personal.
- figura 2.18 Archivo personal.

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

- figura 3.1** Archivo personal.
- figura 3.2** Archivo personal.
- figura 3.3** Archivo personal.
- figura 3.4** Archivo personal.
- figura 3.5** www.plataformaurbana.cl/copp/albums/userpics/10008/011~0.jpg
- figura 3.6** Archivo personal
- figura 3.7** www.publicanthropology.org/TimesPast/TimesPast.htm
- figura 3.8** www.hdprint.co.uk/ftp/fun%20Stuff/Pierceng%20%20.jpg
- figura 3.9** www.diariodelaire.com/2006/04/saln-delsexo-en-cataln_07.html
- figura 3.10** www.fellwalk.co.uk/shet022.htm
- figura 3.11** Archivo personal.
- figura 3.12** www.granada.org/inet/wambiente.nsf/3adca30a7e49abbcc1256e21003e4fb6?OpenDocument
- figura 3.13** Archivo personal.
- figura 3.14** www.bibliotecnica.upc.es/bib210/abba/jornadas/BCN_2004/Album.htm
- figura 3.15** Archivo personal.
- figura 3.16** Archivo personal.
- figura 3.17** Archivo personal.
- figura 3.18** Archivo personal.
- figura 3.19** Archivo personal.
- figura 3.20** Archivo personal.
- figura 3.21** Archivo personal.
- figura 3.22** Archivo personal.
- figura 3.23** Archivo personal.
- figura 3.24** Archivo personal.
- figura 3.25** <http://sp.ideal.es/fotodenuncias/almeria/fotodenuncias.php?lugar=&ciudad=Aguadulce>
- figura 3.26** Archivo personal.
- figura 3.27** Archivo personal.

- figura 3.28** www.ecofantascienza.it/articoli/Curitiba.htm
- figura 3.29** Archivo personal. Elaboración propia.
- figura 3.30** www.the-bus-stops-here.org/
- figura 3.31** Archivo personal.
- figura 3.32** Archivo personal.
- figura 3.33** Archivo personal.
- figura 3.34** Archivo personal.
- figura 3.35** www1.va.gov/visns/visn03/homeless.asp
- figura 3.36** Archivo personal.
- figura 3.37** Archivo personal.
- figura 3.38** Archivo personal.
- figura 3.39** Archivo personal.
- figura 3.40** <http://www.miliarium.es/Premios2004/MobiliarioUrbano/NuevasIdeasMobiliarioUrbano.pdf>
- figura 3.41** www.universes-inuniverse.de/car/venezia/bien49/markers/english.htm
- figura 3.42** Archivo personal.
- figura 3.43** Archivo personal.
- figura 3.44** www.fotoargentina.com.ar/reportajes/Lacalle/calle7.htm
- figura 3.45** Archivo personal.
- figura 3.46** Archivo personal.
- figura 3.47** Archivo personal.
- figura 3.48** Archivo personal.
- figura 3.49** www.plataformaurbana.cl
- figura 3.50** www.coaat-se.es/revistaApa/lectura/numero_65/restauracion1.html
- figura 3.51** www.systrayonline.com/parkiendo/opinion/pataconcito.htm
- figura 3.52** Archivo personal.
- figura 3.53** Archivo personal.
- figura 3.54** <http://marenostrum.org/galeria/venecia/>
- figura 3.55** http://newsroom.wri.org/wrifeatures_text.cfm?ContentID=880
- figura 3.56** <http://www.rmhb.com.cn/chpic/htdocs/rmhb/france/france-5/threegorgesarea.htm>
- figura 3.57** Archivo personal.

- figura 3.58** Archivo personal.
- figura 3.59** Archivo personal.
- figura 3.60** Archivo personal.
- figura 3.61** Archivo personal.
- figura 3.62** Archivo personal.
- figura 3.63** <http://www.worldcityphotos.org/>
- figura 3.64** Archivo personal.
- figura 3.65** <http://members.tripod.com/AlfAmbriz/grec.pps>
- figura 3.66** <http://www.laramblabcn.com/index.htm>
- figura 3.67** Archivo personal.
Archivo personal.
<http://www.1voyage.com/rio/>
http://www.tiwy.com/fiestas/esp/carnaval_oruro.phtml
- figura 3.68** <http://www.ub.es/dppss/psicamb/intro.htm>
- figura 3.69** <http://www.leber.org/municipalesp.htm>
- figura 3.70** <http://bicilibre.livejournal.com/tag/madrid>
- figura 3.71** <http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2004/0304/2103/noticias210304/noticias210304-1.htm> -
- figura 3.72** <http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2004/0304/2103/noticias210304/noticias210304-1.htm>
- figura 3.73** <http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2004/0304/2103/noticias210304/noticias210304-1.htm>
- figura 3.74** Archivo personal.
- figura 3.75** <http://www.fepamic.org/barreras.htm>
- figura 3.76** Archivo personal.
- figura 3.77** Archivo personal.
- figura 3.78** Archivo personal.
- figura 3.79** Archivo personal.
- figura 3.80** Archivo personal.
- figura 3.81** Archivo personal.
- figura 3.82** <http://marenostrum.org/galeria/venecia/>
- figura 3.83** Archivo personal.
- figura 3.84** <http://www.worldcityphotos.org/>.
- figura 3.85** Elaboración propia.
- figura 3.86** Archivo personal.

Capítulo 4: Contrastación Empírica: *La importancia de integrar en el diseño de los Objetos de Uso Público las necesidades y aspiraciones de los ciudadanos*

figura 4.1 Archivo personal.

figura 4.2 Elaboración propia.

Capítulo 5: Análisis de Resultados: *Prácticas de uso y percepción de los usuarios sobre los Objetos de Uso Público*

figura 5.1 Archivo personal.

figura 5.2 www.bcn.es / Elaboración propia

Capítulo 6: Conclusiones e Implicaciones de la Tesis

figura 6.1 Archivo personal.

referencias de cuadros

Capítulo 1: Introducción: *motivación*

cuadro 1.1 Elaboración propia.

cuadro 1.2 Elaboración propia.

cuadro 1.3 Elaboración propia.

cuadro 1.4 Elaboración propia.

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

cuadro 2.1 Elaboración propia (*) las fuentes consultadas se encuentran disponibles en el apartado de bibliografía.

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

cuadro 3.1 Elaboración propia.

cuadro 3.2 Funciones del Producto según Bürdeck, 1994: 179

cuadro 3.3: Elaboración propia, basado en Dussel (1985)

cuadro 3.4: Elaboración propia basado en Pol (1996), Valera (1996) y Vidal (2000)

cuadro 3.5: Elaboración propia, según Pol, (1996).

cuadro 3.6: Elaboración propia.

cuadro 3.7: Fuente: Vidal, Pol, Guàrdia y Però (2004)

cuadro 3.8 Elaboración propia.

cuadro 3.9 Elaboración propia basado en Design for all Foundation, (S.f.), p.22.

cuadro 3.10 Elaboración propia, basado en Aragall, s.f. p.22

cuadro 3.11 Fuente: Mondelo, Gregori y Sevillano, 1993

cuadro 3.12 Elaboración propia basado en IDEO, 2003.

cuadro 3.13 Fuente: [Cuni y Morros, 2002 en Vinjet, 2003]

cuadro 3.14	Elaboración propia basado en Cuni, s.f.
cuadro 3.15	Fuente: [Grup de Recerca en Ecodisseny ELISAVA, 2002]
cuadro 3.16	Fuente: [Grup de Recerca en Ecodisseny ELISAVA, 2002]
cuadro 3.17	Elaboración propia basado en Cobo Fray, (2004).
cuadro 3.18	Fuente: [Valera, s.f.]
cuadro 3.19	Fuente: [Moser, 2003]
cuadro 3.20	Elaboración propia basado en Gehl (2006)
cuadro 3.21	Elaboración propia basado en Gehl (2006)
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	Elaboración propia.
cuadro 4.2	Elaboración propia.
cuadro 4.3	Elaboración propia.
cuadro 4.4	Elaboración propia
Capítulo 5:	Análisis de Resultados: <i>Prácticas de uso y percepción de los usuarios sobre los Objetos de Uso Público</i>
cuadro 5.1	Elaboración propia.
cuadro 5.2	Elaboración propia.
cuadro 5.3	Elaboración propia.
cuadro 5.4	Elaboración propia.
Capítulo 6:	Conclusiones e Implicaciones de la Tesis: <i>Desenlace</i>
cuadro 6.1	Elaboración propia
cuadro 6.2	Elaboración propia.
cuadro 6.3	Elaboración propia.
cuadro 6.4	Elaboración propia
cuadro 6.5	Elaboración propia
cuadro 6.6	Elaboración propia

anexos (cd)

- a. fichas**
- b. encuestas**
- c. documentos**
- d. datos y gráficos**

