

El segundo capítulo se titula La vitrina en el Centro Histórico, en donde se explica su relación con éste sector de la ciudad de Cartagena de Indias y su dependencia con el patrimonio cultural e histórico desde la mirada de autores especialistas en ciudad, urbanismo y patrimonio tales como Fernando Carrión, René Coulomb y Armando Silva.

El tercer capítulo, El rol del diseñador, explica a éste desde su actitud proyectual, el proceso de diseño, da cuenta de cómo se da la Educación Superior en Colombia y caracteriza al rol de las vitrinas. Por último, el cuarto capítulo, Recorriendo las calles del Centro Histórico en búsqueda del diseñador, es acerca del procesamiento de datos de los instrumentos de investigación en donde se explica la metodología utilizada para la comprobación de la hipótesis y se interpretan los resultados obtenidos de ésta.

96. Gerline Melisa Ladera de la Rosa (2012)

(Licenciada en Psicología / Universidad Central de Venezuela / Venezuela)

Imaginarios urbanos en el subterráneo de Buenos Aires: las actividades de apropiación del espacio y su influencia en el diseño institucional

La ciudad es el escenario por excelencia donde individual y colectivamente, transcurre la vida cotidiana. Ella marca los quehaceres, desde los más domésticos hasta las utopías. Los ciudadanos crean la ciudad, y ella crea a los ciudadanos. En esa compleja interacción se dan varios escenarios de relaciones múltiples y diversas en todas sus dimensiones: políticas, sociales, económicas, estéticas, ambientales y culturales. Al observar la ciudad de Buenos Aires se puede constatar la diversidad de espacios públicos que son característicos de la estructura urbana de esta ciudad. Explorarla es reconocer en cada lugar, en cada espacio con sus símbolos y significados: la casa, la calle, la plaza, la escuela, la universidad, la iglesia, la esquina, el centro comercial, la luz del día a día, las sombras de la noche; las personas, las vidas que se comparten, se mezclan y se separan.

El tránsito por estos espacios puede ser variado, en función de las inagotables reinventaciones en los usos que los ciudadanos hagan de los mismos. Así, un mismo espacio público puede aparecer como camino obligatorio que se utiliza rutinariamente para trasladarse a las viviendas o a cualquier otro punto de la ciudad, hasta tornarse en lugar de trabajo, punto de encuentro, sitio privilegiado para el ocio y escenarios donde se desarrolla una determinada actividad económica, social y cultural. También puede ser un escenario donde se presentan diferentes actividades que ocupan parte de estos espacios, donde las personas los apropian física o simbólicamente, por ejemplo los vendedores en las calles, los músicos en una plaza, el graffiti en una pared. ¿Qué significa pensar, observar y explorar la ciudad como problema de investigación? ¿Se referirá a considerarla como el espacio en donde los actores convergen socialmente a través de las prácticas colectivas? ¿Cómo el am-

biente donde se expresa irreductiblemente la interacción entre los habitantes y el espacio? Un nuevo acercamiento a su estudio debe dar cuenta de multiplicidad de procesos, fragmentos y eventos que desbordan un pensamiento unidireccional sobre la idea de ciudad. Se puede decir que frente a esta diversidad de usos y escenarios que se presentan en la ciudad, es necesario repensar la forma de definirla, más allá de un sitio donde “suceden cosas” como lo indica Reguillo (2005), y pensar en la ciudad desde lo comunicacional, desde sus habitantes que son en esencia sujetos históricos, capaces de intervenir simbólicamente en la realidad y de organizarse a través de sus prácticas. La ciudad es un espacio en esencia heterogéneo, que no puede ser definido bajo un modelo clásico de ciudad, por la diversidad de la composición social que lo caracteriza. Se trata entonces de considerar a la ciudad como espacio de interacción y comunicación, como un territorio que adquiere valor de acuerdo a los usos de sus espacios; de un lugar de encuentro, donde se mezclan hábitos, historias, actividades etc.; de personas que en conjunto van formando la urbanidad y que, en esa dinámica, son influidas por esos espacios en los que actúan.

Por esta razón, no hay una teoría que dé cuenta de la totalidad del fenómeno urbano sino que, como refiere García Canclini (1999), existen múltiples aproximaciones a dichos fenómenos de los que no se puede prescindir, pero tampoco asegurar que la suma de dichas aproximaciones dé cuenta de un concepto unitario de ciudad. Es entonces un recurso inacabable que se mantiene, transforma y adquiere nuevas formas en función de las prácticas humanas históricamente situadas.

En este sentido, no se puede hablar de ciudad como totalidad unívoca. Según Terán (1999), la ciudad no se trata de fragmentos de piezas sino una gran heterogeneidad entre piezas. La ciudad implica un lugar de mestizaje y de encuentro cultural, ya que mezcla hábitos, percepciones, historias y en la fusión de todas esas intermediaciones es como va formándose la propia urbanidad (Silva, 1992).

La relación entre las personas y la ciudad ha sido estudiada por diversas áreas del conocimiento como la psicología, sociología, geografía, urbanismo, entre otras, de modo de dar cuenta de cómo son los asentamientos de los ciudadanos, que identidad se forja en ellos, cuáles es el uso que se les otorga, qué es un lugar y que representan determinados espacios para las personas. No es fácil lograr una visión integrada e interdisciplinaria para acercarse a las distintas dimensiones y planos que separan, y al mismo tiempo, unen y fragmentan este objeto de estudio.

Evidentemente, la vida cotidiana de cada ciudadano se desarrolla en diferentes espacios y la movilización entre ellos. De tal manera que hay una estrecha relación entre la ubicación espacial y social del actor, donde se encuentran mediaciones que hacen inteligibles la cotidianidad, diferentes actividades y procesos culturales que se llevan a cabo en dichos espacios. Se hace referencia en esta investigación a “procesos culturales” y no a “la cultura” con el fin de resaltar a los actores y las prácticas que éstos llevan a cabo, a través de las cuales construyen y reconstruyen la visión que tienen del mundo, de sí mismos y de sus relaciones con los demás. Así, considerar los procesos culturales implica aproximarse a las formas, usos y desusos de aquello que constituye lo cultural, los cuales se relacionan dialécticamente con los espacios de las ciudades, tanto físicos como simbólicos. Se podría plantear que los es-

tudios culturales (en sentido amplio), al analizar los procesos culturales en circunstancias localizadas en las ciudades, se fueron encontrando con la ciudad misma como cristalización de la cultura. La ciudad, bajo esta perspectiva, es un escenario de prácticas sociales en cuyo espacio se evidencia una organización en torno a la diversidad, como lo expone Reguillo (2005) es un espacio social en donde un colectivo humano reside, se organiza, produce y además reproduce su cultura.

Los procesos culturales en la ciudad se refieren a aquellos modos de producción y formas de organización social y al conjunto de representaciones simbólicas que dan sentido a esos modos de producción y organización que son posibles en la ciudad, generando un sistema de representaciones que configuran a su juicio lo urbano. Esta relación entre los espacios y los ciudadanos, en donde se presentan de forma integrada los procesos culturales que se van produciendo y reproduciendo constantemente, también lleva a reflexionar sobre si bien los espacios influyen en los ciudadanos, también los ciudadanos influyen en los espacios. Esta visión dinámica y dialéctica de la realidad permite contemplar la idea de que los lugares, no solo son lugares físicos e inalterables, sino que también pueden ser modificados. Según Lindón (2007) la ciudad ha sido considerada desde los estudios urbanos, como el mundo de los sólidos, el espacio no escapa a ello, más bien es el núcleo de esa perspectiva. La reducción del espacio a la materialidad ha sido una de las fuentes de la reducción de la ciudad a lo material. Desde este contexto los lugares hacen referencia a espacios delimitados, con límites precisos, que para los sujetos representan certezas y seguridades otorgadas por lo conocido (Tuan, 1977).

A pesar de que el lugar alude a un espacio con límites, dichos límites se extienden hasta donde lo hace el contenido simbólico de los elementos objetivados en él y que pueden ampliarse a través de tramas de sentido. Por ello, se puede considerar al lugar como depositario de significados (Entrikin, 1976). Así, es preciso ubicar la ciudad en el plano de la comunicación pues sus habitantes son en esencia sujetos históricos, capaces de intervenir simbólicamente en la realidad de la ciudad y de organizarse, lo que remite a la ubicación espacial y social del actor como mediaciones para hacer inteligibles los procesos culturales de la comunicación.

De tal manera, la relación espacio-ciudadano no solo se da con la presencia física en el lugar, la vivienda, el tránsito en ellos; sino también existe una interacción entre la ciudadanía, la información sobre los espacios, construcciones y representaciones que les permiten movilizarse, actuar, cualificar y conocer estos espacios. En otras palabras, los ciudadanos también imaginan y representan los espacios, esto constituye los imaginarios urbanos. Este concepto constituye una mirada que necesariamente da cuenta de la relación entre lo no material, la subjetividad espacial, y la ciudad en cuanto a sus formas materiales y a las prácticas que se inscriben en esas formas materiales. Las prácticas sociales al anclarse y desarrollarse en el espacio de la ciudad, contribuyen a hacer la ciudad material, pero al mismo tiempo esas prácticas adquieren ciertos rasgos en base a la materialidad de la ciudad (Lindón, 2007).

De modo que las ciudades también son en gran parte debido a sus ciudadanos. Cabe preguntarse, ¿de dónde proviene el carácter de una urbe, esas cualidades únicas que definen

un lugar, su sentido? ¿O es simplemente un conjunto azaroso de factores lo que crea la identidad de una ciudad? Cada ciudad posee su propia constitución, sus propios ritmos, y su propio lenguaje visual. Si bien la respuesta definitiva puede ser muchas cosas se podría decir y que se precisan muchos elementos para decodificar una ciudad. Y en el caso de Buenos Aires, Argentina, muchas de las pistas llevan al subterráneo y a su diseño. Se trata de un servicio de transporte de gran importancia para la ciudad, no solo históricamente, sino que representa el transporte rápido y eficaz de las urbes, conectando sus diferentes puntos, sin encontrarse a merced de lo que suceda en la superficie. A razón de su estructura y a su ubicación bajo la ciudad, representa un espacio diferente a otros. Incluye toda una estructura organizada solo para este medio de transporte. Consta de diferentes lugares, la entrada donde están los accesos y boleterías, los andenes que son lugares caracterizados como de tránsito, embarque y desembarque; así como el tren mismo y su interior adecuado para el viaje y la movilización.

Debido a las particularidades históricas en la construcción del subterráneo de Buenos Aires, se encuentran características importantes. Cada una de las seis líneas (Ver anexo 1) fueron construidas en épocas diferentes. De modo que tienen materiales, espacios y elementos desiguales entre sí. Adicionalmente, cada estación de cada línea son diferentes entre sí encontrándose murales, negocios y personas que realizan diferentes actividades.

Se podría decir que los espacios del subterráneo de Buenos Aires tienen muchas características, diferentes materiales usados, caracterizaciones en las señalizaciones y avisos, en la diversidad temática de los murales. Más allá de los componentes del diseño que posee el subterráneo, también es posible percibir algunas características de los procesos culturales que se llevan a cabo dentro de estos espacios. Son muchos los elementos y personas que modifican el paisaje visual y el diseño interior y gráfico de este espacio y son estas actividades mediante las cuales diferentes actores sociales construyen el espacio. También realizan una apropiación física o simbólica del espacio. Y es que en sus estaciones, andenes y trenes se puede observar diversidad de eventos, situaciones y elementos como son tiendas, músicos, actores, graffiti, estencils, vendedores, entre otros. Desde el punto de vista de alguien que transcurre por primera vez por estos espacios, siendo porteño o no, argentino o extranjero, cabe preguntarse ¿Quiénes son estas personas? ¿Con qué objetivo realizan estas actividades? ¿Este subterráneo es similar a otros de Latinoamérica y el mundo?

Es posible considerar al subterráneo como un espacio de contrastes, donde existen elementos tipificados como propios de la organización, que es el diseño gráfico y de interiores, y donde también existen variadas actividades de apropiación del espacio, y que viene dado por personas que apropian física o simbólicamente algunos espacios del subterráneo y que de esa manera construyen un subterráneo diferente al que podría haber sido supuesto por la imagen e identidad institucional. Así, el subterráneo tiene una identidad propia como institución, pero que sin embargo, hay personas que apropian los espacios y le dan una imagen y diseño diferente al lugar. Se trata de ciudadanos que no solo usan el subterráneo como medio de transporte, sino que constituye también un lugar de trabajo, exposición o venta. A diferencia de muchos usuarios, el subterráneo es para ellos no un lugar de tránsito o tiene un uso transitorio de transporte, constituiría más bien un lugar donde

desarrollan actividades, y que, mediante ellas, apropian estos espacios del subterráneo. En resumen, se considera a cada línea por sus condiciones históricas y culturales de producciones como únicas y diferentes entre sí que no dan cabida a generalizaciones y que adicionalmente las estaciones presentan actividades que resultan en apropiación de los espacios del subterráneo.

A partir de lo presentado anteriormente en cuanto a la ciudad, la participación ciudadana en los espacios y el subterráneo surgieron las siguientes preguntas: ¿Cuáles son las características del diseño institucional de la línea B del subterráneo? ¿Qué actividades resultan como apropiación de los espacios de esta línea? ¿Cómo es la relación entre este diseño institucional y la apropiación de los espacios? ¿Cómo se da esta apropiación del espacio? ¿Qué piensan los usuarios de estas actividades mediante las que se apropian los espacios del subterráneo? ¿Consideran los usuarios que dichas actividades tienen alguna influencia en el diseño institucional del subterráneo? Y en base a estas interrogantes se plantea los siguientes objetivos e hipótesis:

Objetivos

Analizar la apropiación del espacio del subterráneo a través de actividades comerciales, comunicacionales y artísticas presentes en los andenes de las estaciones de la Línea B y su influencia e interacción con el diseño institucional del mismo.

Objetivos específicos

- Identificar el efecto de los anuncios publicitarios informales y graffiti en el diseño institucional de los andenes de la línea B del subterráneo de Buenos Aires.
- Caracterizar las actividades comerciales de vendedores ambulantes que se suscitan en los andenes de la línea B del subterráneo de Buenos Aires.
- Analizar las percepciones que los ciudadanos tienen sobre las representaciones artísticas que se llevan a cabo en los andenes de la línea B del subterráneo de Buenos Aires y su relación con el diseño interior del mismo.
- Conocer cómo esta apropiación influye en el diseño del subterráneo.

Hipótesis

Existen en el subterráneo, actividades que se caracterizan por una apropiación física y simbólica de los espacios del subterráneo que modifican y resignifican el diseño institucional del mismo.

En la investigación resulta de gran importancia analizar diversos aspectos sobre la apropiación del espacio y el imaginario urbano, ya que aunque es evidente que los individuos están relacionados con los espacios urbanos, lo que no resulta obvio es el papel que juegan ellos en la construcción de los espacios sociales y más aún en un espacio que constituye un medio de transporte, que es cambiante y fluctuante y que dispone de una organización per se, un diseño institucional. Ante esto, desde una perspectiva socio constructorista, es preciso considerar las actividades y apropiación del espacio como inseparables del contexto cultural, histórico y social en el que se producen, convirtiéndolas en dinámicas y, por

ende, en permanente resignificación. Así, se pretende ubicar al sujeto en un contexto más amplio que el del simple trabajo explicativo de los procesos individuales, para incorporarlo en el plano de su relación con el ambiente complejo, como es el caso de la ciudad y el subterráneo y ofrecer explicaciones a fenómenos tales como las actividades de apropiación del espacio y formas de incorporación al entorno urbano y de diseño.

Igualmente, esta investigación parte desde el punto de vista del imaginario urbano. Debido a que las personas construyen representaciones simbólicas, crea imágenes y diseñan su propia perspectiva de la ciudad, con base en su capacidad de abstracción y delimitación de aspectos relevantes y orientadores. Así, el subterráneo no es una mera sumatoria de elementos, de conductas homogéneas y estereotipadas sino más bien es una organización, con particularidades internas de cada sujeto, quien en la búsqueda de darle significado al entorno, realiza una labor de selección y ordenamiento.

En relación a este tema de los imaginarios urbanos se han desarrollado muchas investigaciones desde el punto de vista psicológico, antropológico y urbanista (Ver Silva, 1992, 2006; Reguillo, 2000; Gorelik, 2004) relacionadas con diversas ciudades latinoamericanas, haciendo énfasis en la construcción ciudadana y el uso de los espacios. En relación al subterráneo se encuentran investigaciones sobre la conducta en el lugar, específicamente dentro de los vagones del mismo (Milgram y Sabini, 1978).

Vinculado al tema del subterráneo de Buenos Aires la mayoría de las investigaciones se relacionan con el servicio y las movilizaciones de los ciudadanos en las diferentes zonas de la ciudad. Sin embargo, se encuentran algunos estudios que analizan este espacio como parte de la urbe y sus características culturales (Zunino, 2005). Investigando el tema de la apropiación del espacio, se encuentra que sobre el subterráneo particularmente y las actividades que se desempeñan en este lugar son muy pocas las investigaciones, resaltando algunas descripciones de subterráneos de otros países (Auge, 1987), más no relacionadas con las actividades de apropiación del espacio o su resignificación.

Considerando los aspectos anteriormente señalados, esta investigación comienza con algunas aproximaciones en torno a la ciudad de Buenos Aires y sus espacios públicos tomando como referencia, principalmente, las teorías de Augé (1996; 1998) tanto las relativas al espacio público, como sus consideraciones en lo referente a la experiencia en este medio de transporte (1987) y a las diferentes actividades, personas y elementos que son observables en esta experiencia. Además, se analizan las consideraciones en torno a la apropiación del espacio, tema que es expuesto primeramente por Valera y Pol (1994; 1995; Pol y Vidal, 2005), quienes caracterizan las relaciones simbólicas entre los ciudadanos y los espacios urbanos desde un punto de vista psicosocial. Finalmente, se encuentra el tema de los imaginarios urbanos investigado principalmente a Silva (1992; 2006) y a García Canclini (1992; 1999) quienes explican el uso e interiorización de los espacios y sus respectivas vivencias, por parte de unos ciudadanos dentro de su intercomunicación social en el contexto latinoamericano. Seguidamente se expone el contexto histórico del subterráneo y sus características relevantes como medio de transporte fundamental para la ciudad de Buenos Aires. Debido a que se considera que existen diálogos importantes en este espacio en cuanto a una tensión entre el diseño institucional del mismo y algunas de las actividades de apropiación del

espacio, se toman los aportes de la teoría del poder de Foucault (1994; 2001) analizadas por Ávila (2007), ya que se parte de la idea de que estas actividades están en una lucha de significados con el diseño del subterráneo.

También se recurre a Lotman (1996) quien esboza teorías acerca de las semiósferas entendiendo los procesos de cultura de una forma dinámica entre varias estructuras, así como algunas discusiones en cuanto a la conceptualización de procesos culturales y de identidad de diferentes autores. De forma consecutiva se explora el tema de la imagen corporativa y el diseño institucional del subterráneo, señalando las características principales llevadas a cabo por el estudio Shakespeare (2009) y los artículos de Wolke (2010) sobre este rediseño del subterráneo. Finalmente se desarrollan nociones en cuanto al diseño y algunas propuestas de la comunicación visual y a la descripción de las actividades de apropiación del espacio que se desarrollan en este espacio.

Frente a todo lo previamente mencionado ¿por qué estudiar la apropiación de un espacio como el subterráneo de Buenos Aires y su relación con el diseño del mismo?

Este trabajo pretende realizar un aporte en lo que se refiere al estudio de los espacios urbanos y la construcción que algunos grupos realizan e influyen en los mismos. Desde el punto de vista del diseño, se pretende no sólo caracterizarlo, describirlo y asociarlo con la institución, así como tampoco conocer si es funcional, estético o alguna otra valoración. Se plantea como una práctica social, y por tal hecho también es susceptible de ser influenciado, modificado, reconstruido, sobre todo al ser concebido como un espacio público, un servicio urbano y que de alguna manera genera cierta identificación con la ciudad. Igualmente, el diseño se aborda no desde quien lo realiza exclusivamente o desde un punto de vista de diseñador, sino que es analizado desde el discurso del ciudadano, del usuario, de las personas que hacen uso del mismo, que son los beneficiarios últimos del diseño, quienes lo incorporan a su vida, lo imaginan y quienes, en definitiva son el objetivo del mismo. Tomando en cuenta lo presentado anteriormente, se procederá a explicar los contenidos de los capítulos presentes en la investigación. El primer capítulo se aborda el tema de la ciudad y sus espacios. Se desarrolla además las caracterizaciones de los espacios públicos y de cómo se lleva a cabo el proceso de la apropiación de los espacios y sus implicaciones. Posteriormente se desarrolla el tema de los imaginarios urbanos y finalmente se hace una breve exposición de la historia del subterráneo de Buenos Aires, de las instituciones relacionadas y se caracteriza específicamente la línea B del subte.

El segundo capítulo se centra en conceptualizar y reflexionar acerca de conceptos vitales en esta investigación como son los procesos culturales, el poder y la identidad, así como la imagen e identidad corporativa, considerando estos conceptos como interrelacionados unos con otros.

El tercer capítulo aborda los temas relacionados al diseño y algunas concepciones críticas de Terán (2005) entre otros, la comunicación visual, ambos relacionados con el subterráneo, así como se esboza las actividades de apropiación del espacio en este lugar. El cuarto capítulo es el que concierne a la metodología, donde se expondrán las técnicas de recolección de datos y de análisis. Por último, se presentan los resultados obtenidos en la investigación, conclusiones y respectivas recomendaciones.

Este trabajo busca contribuir a dichas temáticas, ofreciendo nuevas visiones sobre el entramado de complejidades que constituye la realidad social que se vive actualmente. Esto permitirá comprenderla a través del estudio de actividades y personas que ocupan la ciudad, actividades que se dan por diversas razones históricas, económicas y sociales y que en su compleja dinámica, crean y mantienen estilos de vida particulares que dan cuenta de esa realidad social cambiante. También supone un aporte al estudio de los imaginarios urbanos en Buenos Aires, así como al de los espacios urbanos, especialmente los del subterráneo y sus particularidades desde un punto de vista transdisciplinario, del diseño y de las ciencias sociales.

97. Albert Joan Pinzón Hernández (2012)

(Arquitecto / Universidad Católica de Colombia/ Colombia)

Objetos arquitectónicos: de estructuras habituales a soporte para cartelerías

Introducción

Todo objeto arquitectónico es diseñado por el hombre para satisfacer sus necesidades ya sean de habitabilidad o culto religioso, encontrando diversos medios y recursos para darles solución. El hombre a través de los años generó una cultura de progreso para mejorar y perfeccionar tanto técnicas como herramientas, por ello en la actualidad se puede debatir sobre objetos arquitectónicos autosustentables, todo este progreso a través de la historia determina un tiempo-espacio-lugar. Una ciudad es denominada y enmarcada en gran parte por sus objetos arquitectónicos que evocan una historia, un evento, un punto de cambio en la formación de la misma ciudad, por ello se podrían cuidar esas muestras de progreso y superación que se han construido una identidad propia, ya que en la actualidad los medios visuales están ocupando un espacio muy grande en la sociedad y esto se ve reflejado directamente en las fachadas de los edificios, no se está teniendo en cuenta el patrimonio cultural e histórico y estas cartelerías en sus diferentes formatos y tamaños están saturando la ciudad y no está brindando una buena calidad de vida para las personas. Observando el crecimiento productivo de las empresas en Argentina según Eugenia Crespo Armengol (2006, p. 21), el crecimiento anual de las medianas empresas es del 15,3 %, y las pequeñas y nuevas empresas poseen un crecimiento del 10,2%, dejando evidenciado el constante crecimiento comercial. Nuria Rodríguez (2007, p. 1) promueve la cultura empresarial guiada bajo la premisa de Carlos Fernández Cancela la cual expresa que “a mayor publicidad más venta y mayor facilidad para el comprador”. Esta premisa o modelo mental ¹ impulsa a las empresas a publicitar e invertir en publicidad para poder obtener mayores ingresos y rentabilidad de sus negocios, ahora bien si las empresas continúan su crecimiento y desarrollo y la publicidad va creciendo acorde con este mismo crecimiento ¿cómo afecta el incremento de las cartelerías en cada una de las ciudades dentro del país?