



Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Diseño

BARRIO PATRONATO

Elementos urbanos de Organización
y aprovechamiento espacial

Memoria para optar al título de Diseñador Industrial ■ Jessica Soto C. ■ Profesor guía: Franklin Poirier ■ Santiago, Chile. Diciembre, 2006.

BARRIO PATRONATO

Elementos urbanos de organización
y aprovechamiento espacial

..."la cualidad de una sociedad se mide por el respeto que manifiesta hacia los más débiles de sus miembros"...

Juan Pablo II, 1984

En memoria de mi abuelo

...A mi madre, a mi familia, a mi niño, a la comunidad de vendedores del barrio y a todos los que de alguna manera se vieron influenciados por este proyecto...

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCION	7	Responsabilidades del proyecto	36
Capítulo I PRESENTACION	8	Capítulo IV ELEMENTOS URBANOS	39
La vida en Santiago	9	Estado del arte	40
Sectores comerciales en Santiago	10	Quiosco	42
Definición de Problema	11	Intermedio	55
Problema de Diseño	12	Cubierta climática	56
Hipótesis	12	Pavimentación	64
Objetivos	13	Imagen final del área de estudio	70
Justificaciones	14	Patronato hoy, Patronato mañana	74
Metodología de trabajo	14	Impacto del proyecto	74
Capítulo II ANTECEDENTES	15	ANEXOS	75
Espacio público comercial	16	Antropometría	76
Barrio Patronato	17	Proxémica	77
Características climáticas	21	Exhibición	78
Usuarios	23	Cálculo estructural y pesos	79
El rol de la Municipalidad de Recoleta	30	Bibliografía	83
Capítulo III PROYECTO	31	PLANIMETRIAS	85
Propuesta	32	Quiosco	
Guías de acción	32	Cubierta climática	
Nueva imagen del Barrio Patronato	34	Pavimentación	
Propuesta conceptual	36	Factibilidad	
Condicionantes de diseño	36		

INDICE DE ILUSTRACIONES Y CUADROS

Imagen 1	Rampa, Ñuñoa	Imagen 38	Vereda 1
Imagen 2	Recoleta	Imagen 39	Vereda 2
Imagen 3	Supermercado Santa Isabel	Imagen 40	Paseo de peatones
Imagen 4	Calle Santa María	Imagen 41	Calle Patronato
Imagen 5	Meiggs	Imagen 42	HUD, Washington D.C.
Imagen 6	Patronato	Imagen 43	HUD, Washington D.C.
Imagen 7	Persa Bío Bío	Imagen 44	Javitz, New York
Imagen 8	Calle Franklin	Imagen 45	Javitz, New York
Imagen 9	Saturación visual	Imagen 46	Grand canal square, Dublín
Imagen 10	Quioscos	Imagen 47	Gifu Kitagata, Japón
Imagen 11	Paragüitas	Imagen 48	Figuras geométricas
Imagen 12	Alameda 2006	Imagen 49	Quiosco transitorio-adentro
Imagen 13	Alameda 1924	Imagen 50	Quiosco permanente-adentro
Imagen 14	Mercado popular	Imagen 51	Usos quiosco Patronato
Imagen 15	Maniqués	Imagen 52	Kinetic kiosk
Imagen 16	Elementos extras	Imagen 53	Kinetic kiosk
Imagen 17	Calle comercial	Imagen 54	Kinetic kiosk
Imagen 18	Dirección del viento	Imagen 55	Mesa plegable
Imagen 19	Patronato de noche	Imagen 56	Oficina plegable móvil
Imagen 20	Luz solar en Patronato 10:20 a.m.	Imagen 57	Oficina plegable móvil
Imagen 21	Quiosquero	Imagen 58	Carpa plegable
Imagen 22	Quiosco cerrado 1	Imagen 59	Tenso estructura 1
Imagen 23	Rejas 1	Imagen 60	Quitasol descentralizado
Imagen 24	Rejas 2	Imagen 61	Toldo mecanizado
Imagen 25	Rejas 3	Imagen 62	Tenso estructura 2
Imagen 26	Rejas 4	Imagen 63	Sudáfrica
Imagen 27	Rejas 5	Cuadro 1	Diagrama de necesidades
Imagen 28	Vendedor 1	Cuadro 2	Necesidades, sus factores y las intervenciones respectivas
Imagen 29	Llegada de cajas	Cuadro 3	Diagrama de conceptos nueva imagen del Barrio Patronato
Imagen 30	Vendedor 2	Cuadro 4	Diagrama de elementos necesarios en el Barrio Patronato
Imagen 31	Cuadra de Paragüitas	Cuadro 5	Diagrama de elementos escogidos
Imagen 32	Cajas en la vía pública		
Imagen 33	Elementos sin uso		
Imagen 34	Bolsos y cajas		
Imagen 35	Elementos en la calle		
Imagen 36	Consumidores		
Imagen 37	Paseo de peatones		

INTRODUCCION

El proyecto que se presenta a continuación, parte del deseo de generar vínculos, acordes a las realidades de vida actuales, entre el entorno (urbano – rural) y sus usuarios. Este vínculo se da a través de los elementos que se presentan en el camino y que logran hacer más o menos placentera nuestra estadía con el medio ambiente: la sombra de un árbol, el bebedero en la cancha de fútbol, un sendero iluminado a media noche.

En estos encuentros sociales es donde se van descubriendo ciertas falencias, propositivas y tecnológicas, que han dejado una mezcla de objetos con distintas intenciones y diferentes aspectos, haciendo del lugar donde se encuentran, incómodo, desagradable y poco amigable de visitar: espacios reducidos de tránsito y movimiento, carencia de protección climática, iluminación reducida o inexistente.

Así, en esta búsqueda de incoherencias y posibles soluciones, es que se llega a un lugar, en especial por su carácter socio-comercial textil: el Barrio Patronato. Su caos espacial y visual es obvio y de común opinión,

resultando imperativo involucrarse en un proyecto que puede cambiar y mejorar la calidad de vida de los usuarios del sector, entregar igualdad y limpieza visual, a través del desarrollo de elementos urbanos que establezcan y produzcan espacios adecuados a las actividades y necesidades de los usuarios y se constituyan parte de una imagen total, consiguiendo un barrio ordenado y neutral con identidad de respeto e igualdad de condiciones.

PRESENTACION

LA VIDA EN SANTIAGO

Santiago de Chile es una ciudad con distintas facetas, la conforman 38 comunas que se diferencian por recursos, status e imagen.

Dirigiéndose al sector oriente de la capital, nos encontramos con espacios amplios, organización espacial, pulcritud en sus calles y pocas señales de vandalismos en sus paredes y elementos urbanos. En contraste con el sector poniente, donde se ven deficiencias espaciales en veredas y paraderos, basura en las calles, poca iluminación y vandalismo en cualquier rincón visible.

Surgen las preguntas: ¿diferentes costumbres?, ¿serán los recursos?, ¿o la densidad de la población?, ¿qué hace que se desarrollen tan distintos lugares siendo que las autoridades tienen aptitudes similares?, ¿qué podemos hacer nosotros como diseñadores?, ¿es algo inevitable?

Basta una mirada por Santiago y no sólo te encuentras con estos contrastes, sino que también se hacen evidentes todos los obstáculos físicos que interrumpen la fluidez del paso peatonal, la inseguridad por falta de

iluminación y ordenamiento y el desgaste físico innecesario por la inexistencia de sombras y asientos.



Imagen 1 Rampa, Ñuñoa



Imagen 2 Recoleta



Imagen 3 Supermercado Santa Isabel



Imagen 4 Calle Santa María

SECTORES COMERCIALES EN SANTIAGO

Junto con los problemas antes mencionados, encontramos sectores de especial atención: las calles comerciales, mercados compuestos por comerciantes minoristas o distribuidores que empezaron en las calles y paulatinamente, gracias a sus esfuerzos, coordinación y apoyo de terceros, lograron establecerse en negocios o quioscos dispuestos conjuntamente en terrenos eriazos o en la vía pública.

Entre estos encontramos: Barrio Franklin, Meiggs, San Francisco, Independencia, Barrio Patronato, Bío Bío, Irrarázabal.

Debido a estas intervenciones, algunos de estos sectores lograron una disposición y organización visual, aprovechando el espacio para un mejor desempeño. Pero hay lugares que todavía tienen este desorden, por otros motivos, que requieren una solución por partes de los involucrados.

Así, se elige como lugar de desarrollo de este proyecto el Barrio Patronato. Además de ser el barrio comercial con un carácter más homogenizado (textil), es el sector con

mayores problemas espaciales, conflictos entre vendedores y carencia de soluciones por parte de las organizaciones.



Imagen 5 Meiggs



Imagen 6 Patronato



Imagen 7 Persa Bio Bio



Imagen 8 Calle Franklin

DEFINICION DEL PROBLEMA

En un espacio comercial deben convivir diferentes elementos para satisfacer las variadas necesidades que surgen en un día, para algunos de vitrineo, paseo, ocio, esparcimiento y descanso, para otros de trabajo físico y mental.

El problema surge cuando los elementos urbanos instalados como una primera instancia a la demanda de mayores puestos de trabajo, no considera el espacio disponible en el sector, enfrentando a los vendedores y acarreando la desigualdad de oportunidades y la tensión social entre ellos. Desde una perspectiva ergonómica, estos invadieron física y visualmente el espacio reducido de tránsito peatonal y las distancias de observación de los productos.

Junto con esto, los quioscos y paragüitas no respondieron a necesidades básicas de cobijo y seguridad, dejando al criterio personal su “remodelación” con diferentes materiales, agrandando su espacio material y visual, decorando el sector con variadas soluciones y agregando

elementos inútiles a la vía pública durante el día, aumentando el desorden, y provocando la insatisfacción y el malestar mental, corporal y social de vendedores y consumidores.

PROBLEMA DE DISEÑO

Los quioscos (imagen 10) y *paragüitas* (imagen 11) existentes en el sector no están configurados para dar una imagen homogénea del barrio, que aprovechen y organicen el espacio y que además den oportunidades de exhibición y observación igualitarias a los vendedores y consumidores.

HIPOTESIS

A través del diseño de elementos urbanos, capaces de organizar y aprovechar el espacio disponible, integrándose al lugar como una imagen totalizadora, se logra un barrio ordenado e imparcial, con identidad de respeto y paridad socio-comercial en su convivencia.



Imagen 9 Saturación visual



Imagen 10 Quioscos



Imagen 11 Paragüitas

OBJETIVOS

General

Desarrollar elementos urbanos que logren organizar y aprovechar el espacio necesario, integrándose al lugar como parte de una imagen totalizadora, logrando un barrio ordenado e imparcial, con identidad de respeto y paridad socio-comercial en su convivencia.

Específicos

- Configurar elementos urbanos capaces de ser percibidos, no invasivos en el espacio, trabajando los conceptos de minimización y sencillez formal, alejándose de lo precario a través de la manufactura, permitiendo espacios personales sin perjudicar los públicos y propiciando así la imparcialidad, el respeto y la convivencia igualitaria.
- Elaborar elementos urbanos bajo el concepto de acogida, para potenciar un lugar de confort colectivo, favoreciendo el encuentro y la convivencia entre vendedores y consumidores.
- Conformar elementos urbanos con planos que entreguen una visión panorámica del espacio comercial en igualdad de condiciones.
- Los elementos urbanos deben poder cobijar y apoyar a los usuarios en sus actividades, sin interferir en la exhibición y la visual de los productos.

JUSTIFICACIONES

Práctica

El proyecto pretende seguir una línea estratégica de recuperación de los espacios exteriores públicos comerciales para entregar una imagen uniforme, mejor calidad de vida, equidad, nuevos servicios y descongestionamiento ambiental.

Valórica

Las expectativas de los usuarios frente a un espacio comercial han ido cambiando mediante nos hacemos más responsables de nuestro entorno, queriendo salir del encierro que significa un mall, para, al mismo tiempo, entregar su seguridad, orden y espacialidad a la calle comercial. El diseño industrial es capaz de entregar y concretar estas sensaciones, generando un vínculo integrador entre el hombre y su entorno.

Por lo que se hace necesario involucrarse en un proyecto:

Ciudad de calidad → Capaz de dar espacios de respeto y paridad con imagen propia.

Conceptos

Organización – Aprovechar - Exhibir – Cobijar – Apoyar
No invasivo - Imagen totalizadora – Imparcialidad
Respeto - Convivencia igualitaria

Metodología de Trabajo

El proyecto cuenta con una primera etapa de investigación directa y recopilación de antecedentes documentales y descriptivos. En la segunda etapa se elaboró un análisis de los antecedentes, para reconocer las directrices y planteamientos del proyecto, terminando con una tercera etapa de elaboración y ejecución de una solución formal y técnica para el proyecto, contando con referentes, génesis formal y producción de modelos y prototipos.

ANTECEDENTES

ESPACIO PÚBLICO COMERCIAL

... *“hay una clarísima conexión entre las formas y condiciones ambientales y el comportamiento humano, ya que está comprobado que el medio en que vive el hombre influye decisivamente en su salud y seguridad, así como en su bienestar físico, mental y social”*¹...

El espacio se forma por la relación objeto-ser humano que lo percibe, y la identificación de sus usos²: encuentro, mercado y tránsito, es fundamental para determinar sus características físicas: dimensiones, formas, texturas, etc. En un espacio público la participación ciudadana está marcada por la colectividad y debe ser expresión de libertad, en contraste con el individualismo y lo privativo. Estos espacios deben ser identificadores de la cultura ciudadana y capaces de expresar una imagen propia, única y satisfactoria.

El espacio público comercial es un antecedente del desarrollo histórico de una ciudad y en donde se logran conjugar la sociabilidad, la identidad, la tradición, la calidad urbana y la libertad de elección. Estos espacios

deben estar equipados para una serie de necesidades intrínsecas a las costumbres consumistas de la demanda y oferta: visiones, formas, colores, versatilidad de usos, y el diseñador debe estar capacitado para preverlas.

Antiguamente, el espacio público era un lugar para todo tipo de acontecimientos: coronaciones, fiestas, festivales, reuniones o ejecuciones. Hoy, sus usos han ido cambiando junto con los nuevos estilos de vida debido a las nuevas tecnologías, el crecimiento de la cantidad de vehículos, la contaminación y el vandalismo.



Imagen 12 Alameda 2006



Imagen 13 Alameda 1924

¹ SOMMER. "Elementos de ergonomía y diseño ambiental"

² GEHL, Jan. "Nuevos espacios urbanos"

BARRIO PATRONATO

Historia

La “chimba”, palabra quechua que significa “al otro lado del río”, era el sector rural, terrenos eriazos con caminos de tierra, de la capital, Santiago de Chile, instalado, como su nombre lo indica, al otro lado del río Mapocho, hacia el norte.

Indios y españoles de clase baja marcaron el lugar con el comercio detallista, es por esto que a finales del siglo XIX, una inmigración árabe (palestinos, sirios y libaneses) se instalaron en el área. ...*“Bueno, bonito y barato”* ... era la frase que identificó la mercancía importada sobre una inexistente producción nacional.

Esos fueron los primeros pasos que identificaron el Barrio Patronato, afirmándose beneficiosamente con la llegada de la población coreana hace poco menos de 3 décadas y convirtiéndose en un centro comercial textil de gran importancia nacional.

Hoy en día, siguen llegando vendedores extranjeros de distintas partes, (Brasil, Uruguay, Hong Kong, Argentina), instalando un abanico de productos y posibilidades.



Imagen 14 Mercado popular

Demografía

El Barrio Patronato se encuentra en la comuna de Recoleta, tiene una población flotante de 20.000 personas³ diarias (en épocas peak), provenientes de todas las comunas de la capital y debido a la gran variedad de precios, formas de exhibición, calidad y productos, se convive con consumidores de diferentes clases sociales y generacionales, a pesar de ser un sector de clase C3, D.⁴

Entre los quiosqueros, las edades fluctúan entre 30 y 55⁵ años, todos chilenos. En tiendas encontramos, además, coreanos, chinos, hindúes, libaneses, sirios, palestinos, brasileños, entre otros.

- ✓ NOTA: Es necesario agrandar los espacios por la cantidad de personas que transitan diariamente y para dar terreno propio a cada cultura.

³ Entrevista con el representante de la Cámara de comercio de Patronato, Carlos Abusleme

⁴ <http://www.iccom.cl>

⁵ Conversaciones con quiosqueros del Barrio Patronato

Congestión Visual

El sector se compone, por una parte, de los edificios construidos, desde 1890 con casas de adobe y caminos empedrados, donde se instalan las fachadas de las tiendas (el primer local comercial data de 1948, de la familia Chaurive⁶), y la calle o el espacio intermedio donde encontramos todos los elementos urbanos: tránsito vehicular y peatonal, estacionamientos, quioscos, paragüitas, señalética, iluminación, casetas de seguridad, basureros, jardineras, árboles.

Por otro lado, están los “extras”, todo lo que se ha colocado en la acera y forma parte de la imagen diaria: cajas donde se acarrear los productos y se dejan en la vía, carros donde se transportan las cajas, sillas o bancos de apoyo para los quiosqueros, plásticos, cartones, láminas metálicas y rejillas para la protección climática y vandálica y maniqués puestos por las mismas tiendas para sobresaltar sobre los quioscos.

⁶ <http://www.nuestro.cl>



Imagen 15 Maniqués



Imagen 16 elementos extras

Requerimientos Técnicos

El mobiliario urbano en la comuna de Recoleta, se rige bajo la ordenanza municipal de espacio público, el cual restringe posicionamiento de los quioscos: 2mts. desde una esquina, 50cm desde la solera, ambas medidas no respetadas en el sector.

En cuanto a otros aspectos, como seguridad, materialidad y dimensionamiento, no existen especificaciones concretas, sólo tomar en cuenta la directa relación de estos con su espacio público, evitar atochamientos y permitir la circulación de personas con discapacidad.

El plan regulador de la Municipalidad de Recoleta para el Barrio Patronato, dejó establecido el levantamiento de construcciones no más altas a 3 pisos, dejando atrás el “proyecto mall abierto”⁷.

- ✓ NOTA: Es necesario un orden y espacio propio a cada elemento urbano para que los usuarios tengan sus zonas de actividades sin invadir el espacio del otro.

⁷ Proyecto iniciado por la Cámara de comercio de Patronato pero fue desechado por la municipalidad por la altura que se pretendía.

IDENTIDAD CULTURAL

“...la cultura de un grupo humano es como su huella digital, no hay 2 grupos humanos que tengan la misma cultura...”⁸

El barrio Patronato tiene una identidad única que no se repite en ningún otro lugar del país, su carácter comercial textil ha permitido unificar su reconocimiento en la población.

Sus factores culturales son propios e irrepetibles: los colores, las formas de exhibir y la multiculturalidad. Pero los problemas espaciales han generado una tensión social entre los vendedores de tiendas y quioscos, impidiendo una competencia igualitaria y de respeto mutuo.

Tenemos 2 grupos que no han logrado identificarse socialmente entre ellos y, aunque el carácter del barrio es más fuerte, las condiciones ambientales diarias no son óptimas para los vendedores ni para los consumidores.

⁸ LAFOURCADE, Arturo. “Variaciones en la configuración del espacio público y construcción de la identidad sociocultural de Santiago”

Existen costumbres y lenguajes distintos y valores y normas quebrantadas para poder competir.

- ✓ NOTA: El barrio necesita neutralidad y espacialidad para que cada cultura se logre identificar en su espacio.



Imagen 17 Calle Comercial

CARACTERISTICAS CLIMATICAS

Santiago tiene un clima determinado por una estación seca, 7 a 8 meses, donde las temperaturas pueden llegar a 35°C, y por una estación con precipitaciones y vientos con características de temporal con bajas amplitudes térmicas.

Junto a sus factores geográficos, se produce un encierro del aire, generando dentro de la ciudad un aumento de las temperaturas.

El viento⁹. En la Región Metropolitana, el viento tiene una dirección en la mañana de oriente a poniente y en la tarde de poniente a oriente, viéndose alterado por las edificaciones en la ciudad, que cambian el sentido de ventilación, generando remolinos y vientos errantes.

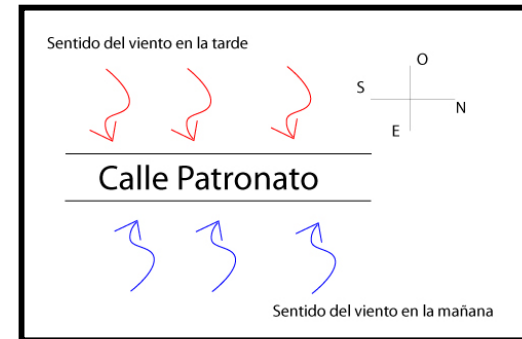


Imagen 18 Dirección del viento

- ✓ NOTA: El cobijo climático es primordial para potenciar el desempeño físico de los usuarios y el confort ambiental del lugar.

⁹ Departamento de Geofísica, FCFM, Universidad de Chile

Fechas peak. El Barrio Patronato, como cualquier otro barrio o centro comercial, tiene fechas de más ventas y concurrencia peatonal.

Marzo, comienzo de clases: compra de uniformes, mochilas y útiles escolares.

Semana Santa: compra de ropa nueva, vacaciones.

18 de septiembre: compra de trajes típicos, ropa nueva, vacaciones.

Navidad y año nuevo: compra de regalos, trajes de fiestas, adquisición de nuevas tenidas, trajes de baños, vacaciones.

Cambios de temporada: cambios de estaciones donde se renueva la mercadería y se lanzan ofertas.

Frecuencia lumínica. Considerando estas fechas y la época del año, se debe tener en cuenta la necesidad de iluminación:

Marzo – navidad y año nuevo (verano): iluminación solar hasta 19:30 a 20:00 horas.

Semana santa – 18 de septiembre (otoño – primavera): iluminación solar hasta 18:30 a 19:00 horas.

Cabe destacar que los quiosqueros se quedan como máximo hasta alrededor de las 21:00 horas., incluyendo el cierre del quiosco.

La calle Patronato tiene una dirección sur-norte, por lo que, en teoría, la luz solar y el viento le afectan de forma perpendicular (imagen 18), sin considerar las edificaciones.



Imagen 19 Patrón de noche

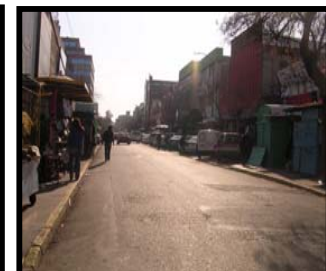


Imagen 20 Luz Solar en Patronato, 10:20 a.m.

- ✓ NOTA: Es necesaria la iluminación pública, para la seguridad de los vendedores a la hora de cerrado y de los residentes en la noche.

USUARIOS

“...Los sujetos influyen sobre su medio tanto como se ven influidos por él mismo...”¹⁰

Vendedores

La jornada de trabajo de un quiosquero empieza alrededor de las 9 de la mañana hasta las 7 u 8 en invierno, 9 en verano, incluyendo el tiempo de guardado.

Cada día laboral de los quiosqueros significa: en la mañana abrir el quiosco, sacar los productos (o acarrear las cajas en carros y empezar a abrirlas), para luego colgar las prendas una por una en el artefacto disponible alrededor del quiosco, en seguida se barre el lugar, se colocan los asientos disponibles, se sirve un café si es posible y esperar la venta.

A la hora de cerrar, se empieza a guardar cada prenda dentro del quiosco o en cajas, asegurarlo, cerrar el quiosco y volver a casa (si no acarrear las cajas hasta el flete, auto o carro).

¹⁰ CANTER. “Elementos de ergonomía y diseño ambiental”

Dentro de esta jornada surgen diferentes tipos de necesidades:

- Básicas: alimentación y baño público.
- Físicas: apoyo corporal, cobijo climático, iluminación y organización.
- Alcances: alturas, anchos y campo visual óptimo.

Los quioscos y paragüitas fueron adaptados para cubrir estas necesidades y que, por lo observado, disgregaron la imagen del barrio e invadieron los paseos peatonales y vehiculares.

Estas condiciones ambientales han provocado malestares físicos como dolores de cabeza continuos y dolores musculares, por otro lado, la tensión entre las tiendas y quioscos han generado un desagrado e insatisfacción laboral.



Imagen 21 Quiosquero



Imagen 22 Quiosco cerrado



Imagen 23 Rejas 1



Imagen 24 Rejas 2



Imagen 25 Rejas 3



Imagen 26 Rejas 4



Imagen 27 Rejas 5

Disposición de los elementos del quiosco una vez que se abre.
El quiosquero debe sacar una por una las rejillas que aseguran el quiosco y las dispone en la parte trasera de éste, hacia la calle vehicular, dejándolas sin utilización.

Colgado de los productos en todos los lados posibles.

Elementos extras en la vía.



Imagen 28 Vendedor 1

Entrega de cajas, abastecimiento y uso de carros para su transporte.

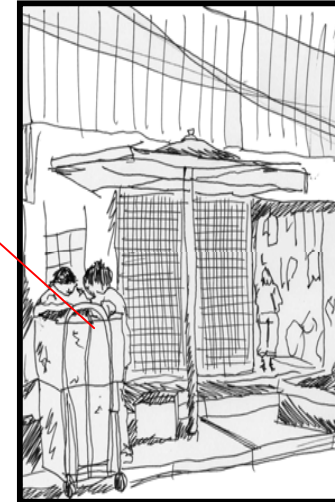


Imagen 29 Llegada de cajas

Soportes para colgar a alturas inseguras para el usuario que debe treparse para alcanzarlos.

Elementos extras en la vía: cajas, bancos.

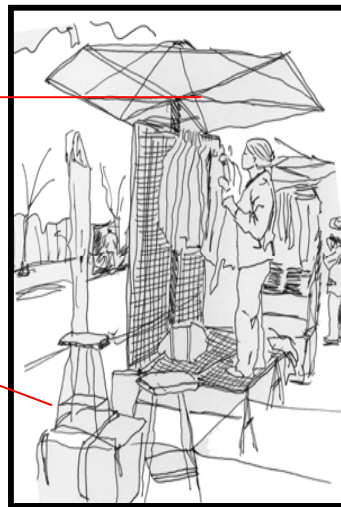


Imagen 30 Vendedor 2

Acumulación de paraguítas, existiendo gran cantidad de cajas, bolsas, carros y bancos que afectan el espacio de tránsito y el espacio entre vendedores. Además por la falta de iluminación existen colgados eléctricos ilegales.

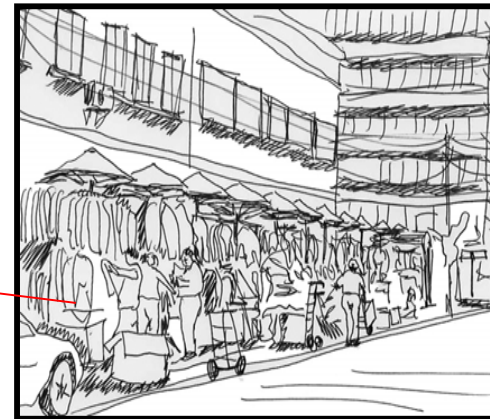


Imagen 31 Cuadra de paraguítas

Utilización de una gran cantidad de volúmenes y cartones que interrumpen el paso peatonal. Este sistema y la cantidad de productos, van provocando malestares y cansancio físico en la espalda, mayoritariamente.

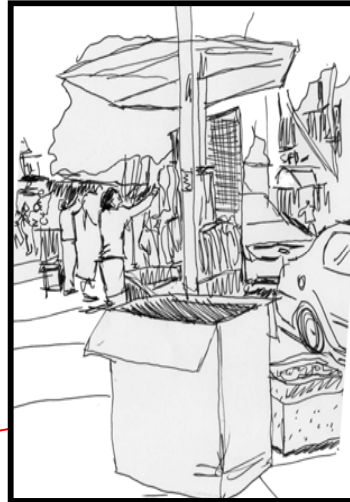


Imagen 32 Cajas en la vía pública



Imagen 34 Bolsos y cajas

Jardineras (unas 30 en una cuadra), sin uso adecuado, ya que se usan para apoyar cajas, y sin orden, dispuestas en la vereda.



Imagen 33 elementos sin uso

Cajones utilizados como asientos y ocupación de la calle vehicular.



Imagen 35 Elementos en la calle

Consumidores

La población flotante del barrio Patronato es de 20.000 personas diarias¹¹. La mayoría de estas personas no pasa más de 2 horas vitrineando¹², ya que les parece cansador y desagradable, terminando con dolores de cabeza debido a la congestión visual del lugar, la contaminación ambiental y acústica y el estrangulamiento espacial.

Así se deben entregar:

- Circulación peatonal segura
- Espacios de descanso y ocio
- Cobijo climático en los paseos
- Campos visuales amplios



Imagen 36 Consumidores

Vitrinear

El consumidor tiende a observar, primero lo que está a la altura de la vista o lo más llamativo dentro de un montón de productos y después busca según son limitaciones económicas, calidad del producto o por referencia. Las técnicas son colocar los productos de mayor importancia (más caros, con más calidad, más llamativos, moda, marcas propias), a la altura de la vista del consumidor, para influenciar su decisión de compra y llamar la atención.

Los expertos en desarrollo de productos, Marketing y Publicidad han elaborado varios estudios y guías para tiendas comerciales, sobre el poder que tiene ciertos olores, colores y sonidos para influenciar la decisión de compra de los consumidores¹³.

¹¹ Entrevista a la Cámara de comercio de Patronato

¹² Entrevista a consumidores

¹³ TURLEY L.W. “La ambientación de la tienda: recomendaciones prácticas para su diseño y auditoría” (anexo Exhibición)

Intervención de los quioscos para aumentar el cobijo climático.

Paseo de los peatones por la calzada para hacer expedito su tránsito.



Imagen 37 Paseo de peatones

Espacio reducido que no permite el buen flujo peatonal cuando pase un coche o una silla de ruedas.

Paseo angosto, como callejón, donde conviven actividades de tránsito, vitrineo, exhibición y descarga de productos.

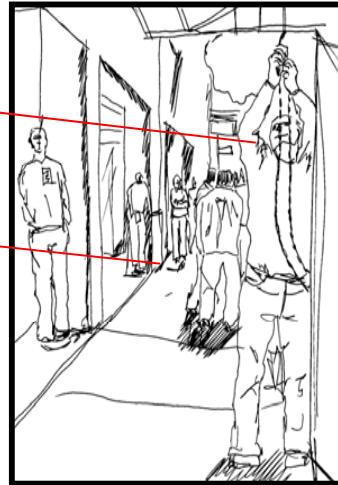


Imagen 38 Vereda 1



Imagen 39 Vereda 2

Intercambios de vereda por parte de los peatones, debe considerar una precaución con el camino vehicular. En vez de ser un paseo tranquilo preocupado por la compra como debe ser en estos lugares comerciales (mercados, malls).

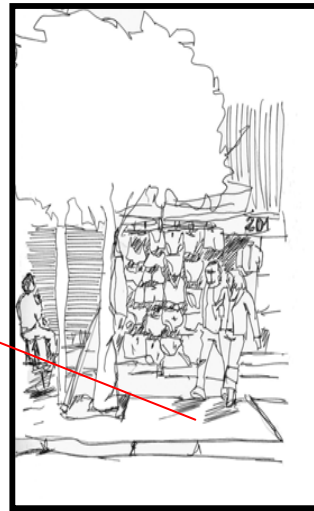


Imagen 40 Paseo de peatones 2

Uso de la calzada por los peatones al mismo tiempo que los vehículos que pasan por el barrio.



Imagen 41 Calle Patronato

- ✓ NOTA: Se requiere ordenamiento de los elementos en lugares propios y la ampliación de los espacios de recorrido para un campo visual panorámico.

EL ROL DE LA MUNICIPALIDAD DE RECOLETA

La municipalidad fue la instaladora de los quioscos y, en respuesta a la demanda de generar un aumento en los puestos de trabajo e ingresos, se instalaron los paragüitas con posterioridad. Desde entonces, no ha querido intervenir entre los roces de los vendedores por falta de consenso de las opiniones y no ha conseguido fondos para algunas de las propuestas de la Cámara de Comercio de Patronato: arreglar veredas, poner marquesinas, entre otras.

Este problema tiene solución desde otra perspectiva, tomando los casos similares de los sectores comerciales: persa Bío Bío y San Francisco, los vendedores deben unirse para generar fondos y consensuar sus necesidades, pero las rivalidades y la falta de organización y representatividad han atrasado la acción.

Los quioscos de Patronato no entran en una clasificación de comercio callejero, entendido como negocios ilegales dispuestos en la calle sin lugar establecido, ya que a

pesar de su ubicación, ellos pagan derechos de ocupación y están fiscalizados por la municipalidad:

Quioscos:	Asignación: \$ 258.424 (por el lugar)
	Patente : \$ 230.321 (Semestral)
Paragüitas	Asignación: \$ 193.818 (por el lugar)
	Patente : \$ 165.715 (semestral)

- ✓ NOTA: Los elementos deben ser accesibles material y económicamente para potenciar una unión colectiva y el apoyo de terceros.

PROYECTO

PROPUESTA

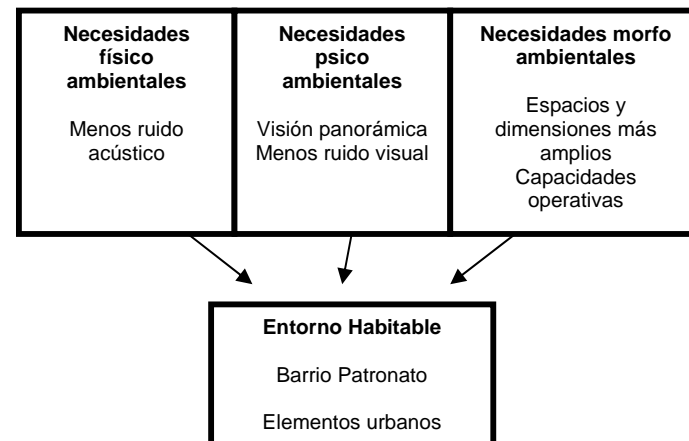
Dar una organización y ordenamiento al barrio Patronato para aprovechar el espacio disponible y homogenizar su imagen.

Dar espacios propios a cada elemento desarrollándolos a través de la sencillez y limpieza formal para dar protagonismo a la exhibición y la identidad comercial durante el día y a los residentes durante la noche.

GUIAS DE ACCION

Tomando como entorno todos los condicionantes físicos, químicos, biológicos, psicológicos y sociales que, de forma directa o indirecta, inciden notoriamente en la salud de las personas individual y colectivamente, y, por tanto, en el estado de bienestar físico, mental y social, sólo podemos hablar de la existencia de un entorno habitable ergonómico, cuando su diseño se distingue por el ahorro de energía que presente para las actividades humanas y cuando su interfaz usuario-entorno, garantiza un

aprovechamiento positivo, cómodo y seguro del contacto ambiental.



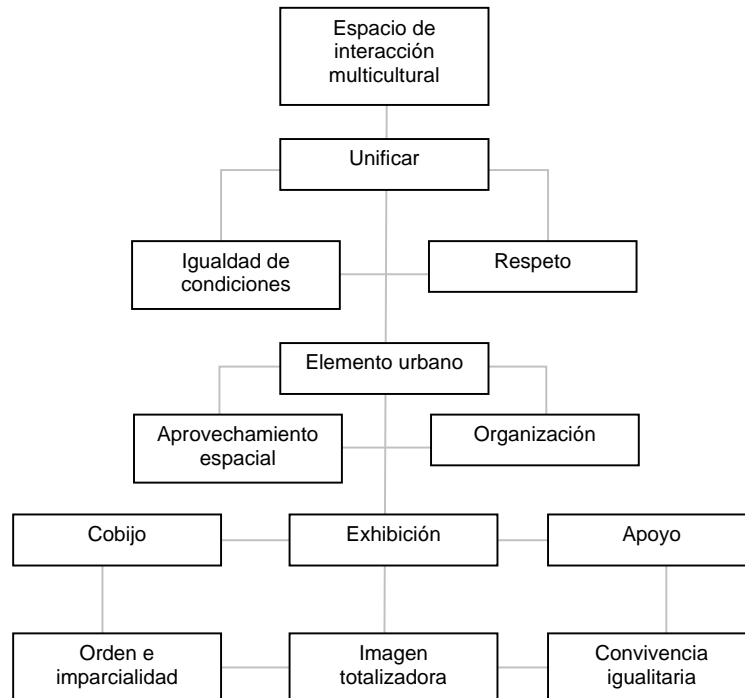
Cuadro 1. Diagrama de necesidades

Jerarquía de necesidades humanas	Factores	Intervenciones
Fisiológicas	Intensidades de luz, sonido, aire, calor, espacio, humedad, movimiento, color, normas.	Se pretende disminuir el sonido y el calor a través de la ampliación del espacio y los movimientos, homogenizar el ruido visual. Se debe también intensificar los niveles de luz ambiental.
Seguridad	Territorialidad, orientación, privacidad, posicionamiento, distancias entre las personas, anticipación.	Otorgar una nueva distribución en la posición de los elementos urbanos para evitar la acumulación de personas y lograr una mayor orientación en los consumidores y mayor privacidad para los vendedores.
Sociales	Facilitamiento por el entorno social de la densidad, proximidad, visibilidad de la gente, interacción verbal/no verbal, orientación y posición social, selección de rutas.	Generar campos visuales panorámicos y jerarquización social para mantener y facilitar interacciones verbales y no verbales, evitando las proximidades entre los quioscos y tiendas.

Ego	Diseño que facilite el conocimiento del ambiente, libertad, movimiento, competencia, evaluación estética, control.	Diseñando elementos urbanos que no invadan el entorno, limitándose a ocupar un espacio propio y aprovecharlo para entregar oportunidades igualitarias de conocimiento y competencia.
Autorrealización	Ambientes estratégicos, energías ambientales	Se espera que a través del orden y aprovechamiento espacial los usuarios se sientan dueños de su espacio para que respeten al vecino y desenvuelvan su cultura libremente.

Cuadro 2. Necesidades, sus factores y las intervenciones respectivas en el sector.

NUEVA IMAGEN DEL BARRIO PATRONATO



Cuadro 3. Diagrama de conceptos nueva imagen del Barrio Patronato

La imagen del barrio Patronato está marcada por la identidad que se le quiere dar a través de la distribución y reorganización de los valores físicos, sico-funcionales y su grado de incidencia morfológica.

El barrio Patronato se proyecta como un lugar de intercambio multicultural entre consumidores, vendedores y todos los factores que en ellos influyen: consumo, entes secundarios (proveedores, organizaciones), moda, signos y gestos, costumbres de vida, por lo que se debe potenciar el respeto entre las partes, no interfiriendo en el espacio del otro y logrando una organización que iguale las oportunidades competitivas, perceptivas y de comunicación a través de elementos urbanos que sean capaces de exhibir los productos sin sobresaltar, potenciar el intercambio, cobijar y acoger a los usuarios y apoyar física, visual y socialmente la actividad humana diaria.

Así se lograría un sector ordenado y neutral, con una convivencia más armónica e igualitaria, homogenizando su imagen total.

Los usuarios deben sentirse representados por la imagen del barrio, pensando no sólo en su diseño como vínculo con su medio ambiente, sino que también como conciliador en la relación vendedor/vendedor y vendedor/consumidor.

De aquí se desprenden dos conceptos que es necesario describir, explicando cómo se pretenden abordar.

RESPETO

Estructurando un lugar que permita a los usuarios desenvolverse e interactuar libremente y con respeto frente a las actividades que se desarrollan diariamente.

Se pretende lograr elementos urbanos que permitan resaltar los productos a exhibir, se diferencian a través de líneas verticales que delimitan el espacio personal pero que no impiden la interacción íntima entre consumidor, vendedor, el objeto y los productos.

Se reconoce como parte del entorno, pero no pretende camuflarse.

IGUALDAD DE CONDICIONES

En la competencia entre los vendedores y entre consumidores, traduciéndose en conformidad de las oportunidades de visión y exhibición, trabajando con las alturas y la homogenización de los elementos urbanos, minimizando los volúmenes y dándole sencillez a las líneas formales, para obtener una panorámica del sector y darle protagonismo a los productos cuando se están exhibiendo y a los usuarios cuando esta en reposo.

PROPUESTA CONCEPTUAL

Resguardar el intercambio comunicacional y comercial en una manifestación cultural

Resguardar: cobijar, acoger, respetar

Intercambio: comunicación, productos

Manifestación: surgir, exhibir, descubrir, potenciar

Cultural: signos, gestos, colores, formas

CONDICIONANTES DE DISEÑO

Los elementos urbanos deben:

- No invadir, utilizando la minimización, sencillez y limpieza en las líneas formales, alejándose de la precariedad con la manufactura, para dar protagonismo a la exhibición.
- Delimitar su espacio a través de la recta y la verticalidad, sin impedir las interacciones humanas.

- Dar igualdad de condiciones, a través de las alturas de los planos visuales.
- Dar acogida y apoyo para establecer lugares propios.

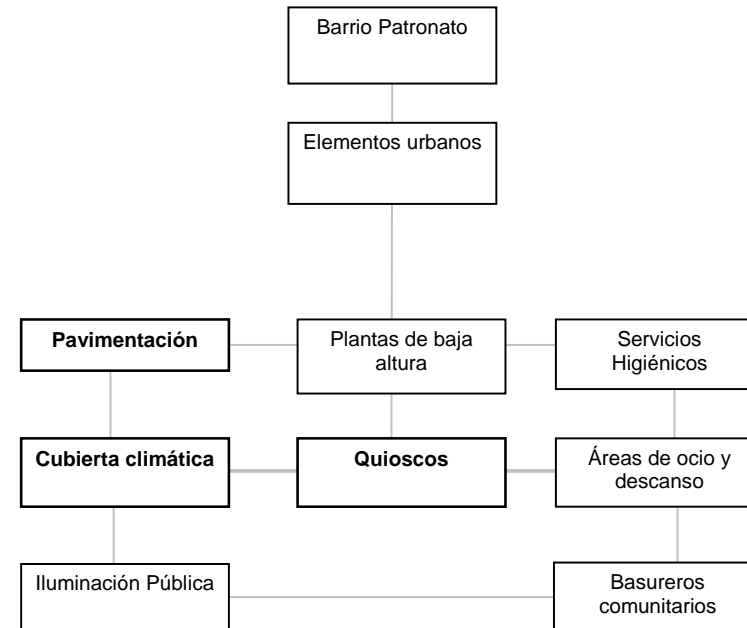
RESPONSABILIDADES DEL PROYECTO

El proyecto hasta ahora ha desarrollado una línea general para establecer la nueva imagen del Barrio Patronato, estableciendo las directrices para cualquier tipo de elemento urbano.

En adelante se entrega el desarrollo de los elementos urbanos escogidos, dentro de los elementos necesarios, para la organización y aprovechamiento espacial.

Elementos urbanos escogidos después del análisis realizado al barrio:

- Pavimentación: necesaria para desarrollar un paseo peatonal que entregue los espacios suficientes para la realización de las actividades.
- Plantas de baja altura: preferible para no interferir en los campos visuales ni en los espacios de exhibición (aporte a la renovación del aire).
- Servicios higiénicos: el barrio hoy no cuenta con estos servicios necesarios en un día laboral del quiosquero.
- Cubierta climática: por el clima metropolitano se requiere un cobijo que potencie la actividad física de los usuarios.
- Quioscos: elementos de exhibición, puestos de trabajo y parte importante de la cultura del barrio.
- Áreas de ocio: para apoyar a los consumidores en un día de vitrineo.
- Iluminación: para la seguridad nocturna de los usuarios y residentes.
- Basureros: que faciliten la limpieza y mantención del lugar.



Cuadro 4. Diagrama de elementos necesarios en el Barrio Patronato

ELEMENTOS URBANOS

ESTADO DEL ARTE

Paisajismo, ordenamiento y zonificación de los espacios.



Imagen 44 y 45 J. Javitz, New York



Imagen 42 y 43 HUD, Washington D.C.

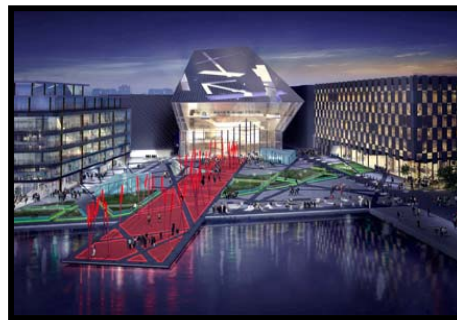


Imagen 46 Gran canal square, Dublín



Imagen 47 Gifu Kitagata, Japón

A través de esto se descubren formas para delimitar áreas de uso y efectos de repetición que unifican la imagen del lugar donde se encuentran.

Así, en búsqueda de:

- Organización
- Aprovechamiento espacial
- Sencillez y Limpieza formal

Se recurrió a las formas geométricas, logrando una secuencia de ordenamiento que se puede aprovechar espacialmente para la identificación de zonas propias, y se puede desarrollar una proyección recta y sencilla que realce la exhibición de los productos.

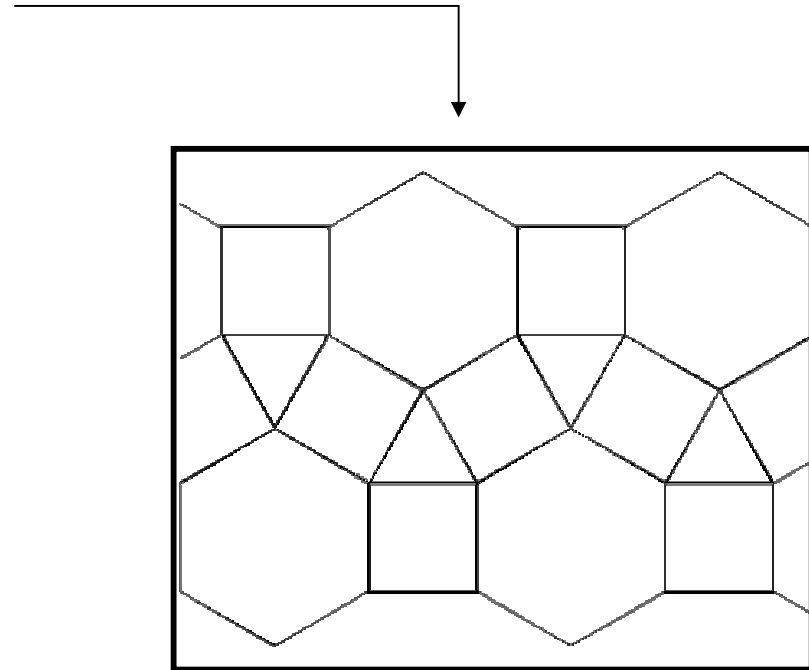


Imagen 48 Figuras geométricas

Elemento escogido por ser una de las partes importantes en los conflictos espaciales y sociales del barrio, requieren una homogeneización y organización y deben responder a distintas necesidades de los usuarios.



QUIOSCO

Tipologías: según tiempo de uso

- **Permanente.** Creado y materializado para un lugar específico del espacio público de instalación permanente.
- **Transitorio.** Creado y materializado en relación a una actividad durante un tiempo determinado. Una vez concluida la actividad, son desmantelados.
- **Desarmable.** Compuesto por unidades desarmables, que es instalado en un lugar único de acuerdo a una programación.
- **Permanente de uso programado.** Construido en el espacio público de manera abierta, sin ser utilizado todo el tiempo. Cuando no es usado su conformación permite albergar otras actividades.
- **Móvil.** Su estructura incorpora ruedas, para su desplazamiento.

Tipología: según posición del vendedor

- **Adentro.** El quiosco tiene espacio en su interior para el albergue del vendedor, se atiende por ventanilla.
- **Fuera.** El vendedor debe estar afuera del quiosco, dependiendo del tipo de producto que ofrece necesita un contacto directo con los consumidores y mostrar y asegurar los productos permanentemente.



Imagen 49 quiosco transitorio-adentro



Imagen 50 quiosco
Permanente-adentro

ESTADOS Y USOS DEL QUIOSCO

Cerrado. Momento pacífico, silencioso, hermético y de almacenaje. Cuando toma carácter escultural.

Abierto. Disponerse a la exhibición, momento de movimiento, caos, sociabilidad y comunicación.

Funciones

- Exhibición clara y ordenada
- Cobijo y seguridad
- Asiento
- Iluminación
- Almacenamiento
- Publicidad

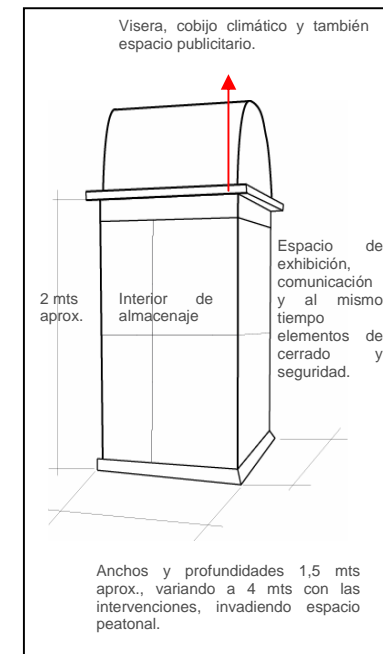


Imagen 51 Usos quiosco Patronato

REFERENTES

Funcionales

La plegabilidad en los objetos puede darle versatilidad, comodidad en su uso y aprovechamiento espacial.

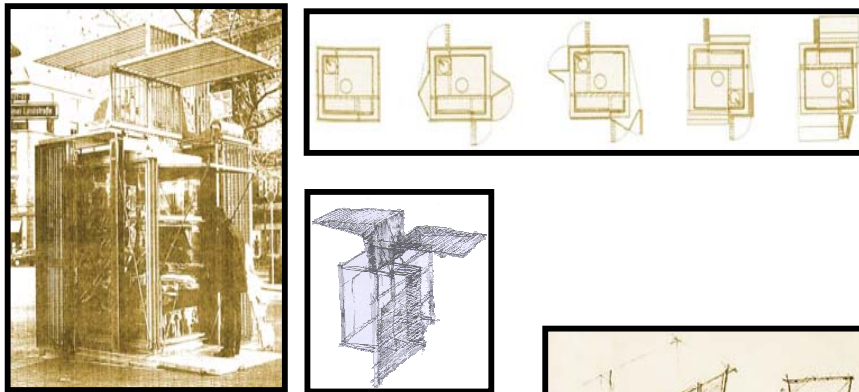


Imagen 52,53 y 54 Kinetic kiosk

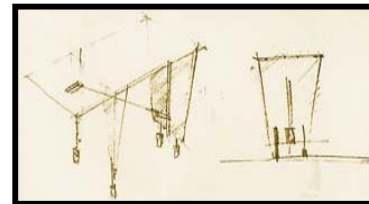
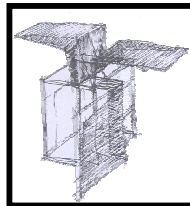


Imagen 55 Mesa plegable

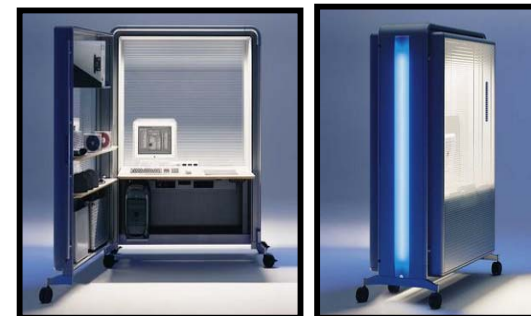


Imagen 56 y 57 Oficina plegable móvil

OBJETIVOS

General

Diseñar un elemento urbano de organización y aprovechamiento espacial, que favorezca el encuentro, la comunicación multicultural y el intercambio comercial.

Específicos

- Potenciar la exhibición de los productos por sobre el objeto mismo, con el trabajo de la minimización y sencillez en la línea formal, alejándose de lo precario a través de la manufactura.
- Dar igualdad de condiciones, con una visual panorámica, trabajando con las alturas de los planos horizontales.
- Permitir un ordenamiento de los productos al momento de exhibir.

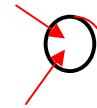
Requerimientos

- Asiento para 1 persona en estado abierto.
- Protección climática para los usuarios y los productos.
- Iluminación directa y focalizada para el espacio personal(*).
- Método de cerrado integral, hermético y no visible, con materialidad resistente a la intemperie y al vandalismo.
- Considerar un volumen adecuado para el uso por el usuario.
- Entregar como mínimo una superficie para exhibición de 3m².
- Permitir zonas de identificación y publicidad

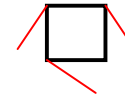
(*) Se comenzó con un carácter personal del quiosquero pero debido a la frecuencia lumínica, las necesidades comunitarias y el no generar focos particulares de luz que no favorecieran el colectivo, se pasó a un carácter comunitario.

GENESIS FORMAL

Dentro de la geometría, se buscó primero una forma que, además de neutral, lograra dar acogida, no sólo al vendedor sino que a los consumidores y que permitiera una clara exhibición de los productos.



Círculo: forma que se percibe acogedora, pero poco adecuada para la exhibición, produce encierro, no se abre al público. Los planos rectos favorecen mejor la distribución de los productos.



Cuadrado: permite una exhibición clara por los planos rectos, pero no tiene direccionalidad hacia un punto de encuentro multicultural



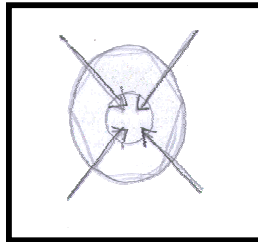
Triángulo: tiene direccionalidad y zona de exhibición.



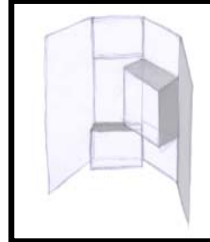
Hexágono: matemáticamente la figura que logra aprovechar más el espacio. Tiene direccionalidad por su conformación triangular y a la vez figura de acogida.

Siendo el hexágono y su configuración a través del triángulo y la inscripción en un círculo, la forma más adecuada para resolver la acogida, la exhibición y el aprovechamiento del espacio, se tomaron sus cualidades para desarrollar el quiosco.

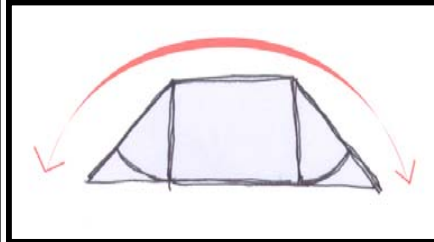
GENESIS FORMAL



Punto
encuentro
multicultural



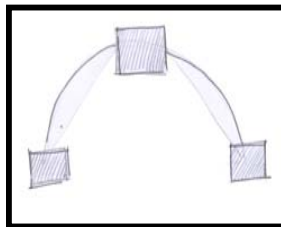
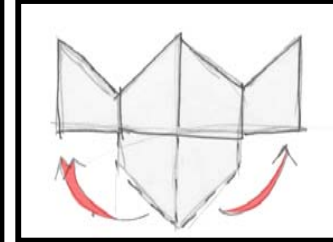
de
"Anfiteatro"
acogida del
consumidor y
espacio para
exhibición



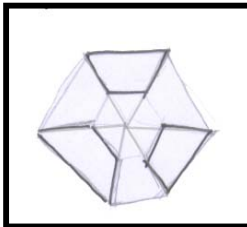
Forma de la acogida, "abrazar",
en un hexágono



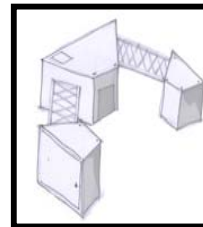
Abrirse al público con planos de exhibición.
Pero los planos no se enfrentan al
consumidor, no se logra la direccionalidad
hacia el punto de encuentro y se
desaprovecha espacio.



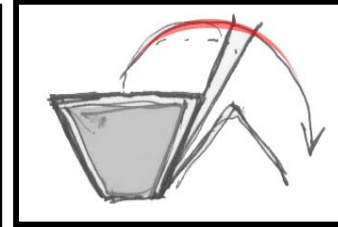
Distribución
triangular de
la acogida,
que pueden
ser puntos de
exhibición.



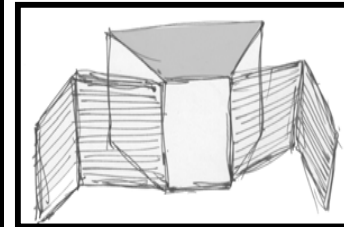
Distribución
triangular en
el hexágono,
dirección
hacia un punto
de encuentro.

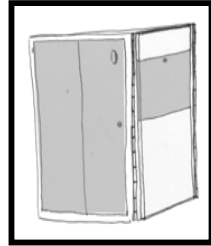
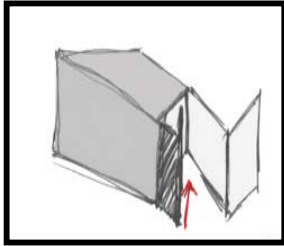


Pero en una
visión macro,
donde se ve la
repetición de
la forma, se
invade el lugar
de elementos.

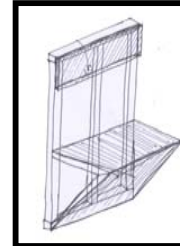
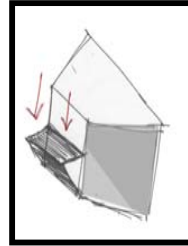


Manteniendo el triángulo del hexágono, se rescata sólo un
elemento que entrega direccionalidad. Usando la plegabilidad
y aprovechando sus lados logramos planos de exhibición que
se dirigen hacia el punto central.

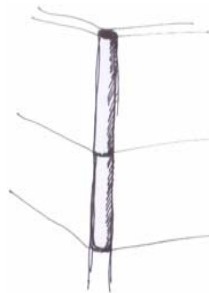
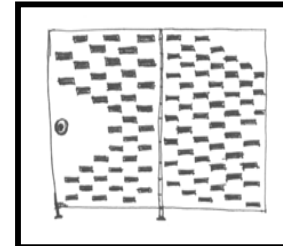
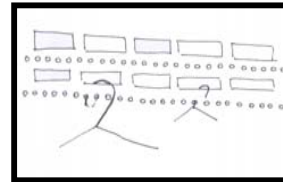
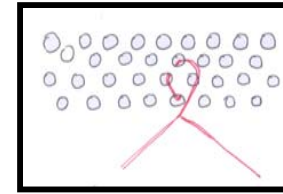
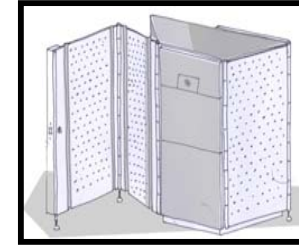




Se mantiene una estructura central de almacenamiento con aberturas, puertas plegables laterales, para dejar un espacio publicitario en el lado anterior.



El triángulo se trunca para dar paso a un apoyo corporal que se pliega hacia abajo enganchándose en la estructura central

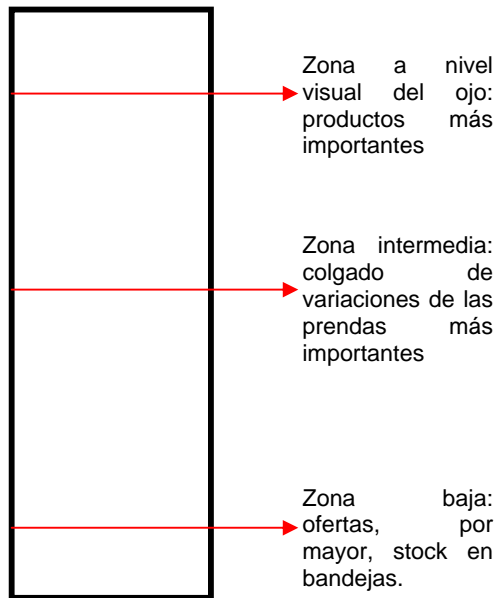


Sistema de giro: el pomel, unión más segura y permite tener una continuidad visual

El rectángulo, en la exhibición, es el que mejor aprovecha el espacio para poder colgar, ya que puede presentar un mayor espacio horizontal.

PLANOS DE EXHIBICION

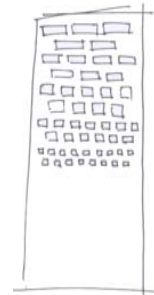
Para dar una organización en la exhibición se definió una jerarquización de 3 zonas:



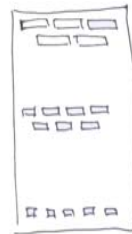
Esta jerarquización se puede dar por cambios de:

- Tamaño
- Forma (con la forma no queda explícito el uso además de un aumento en los costos).
- Cantidad
- Dirección
- Posición

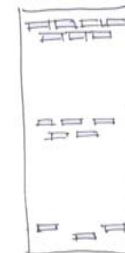
El factor posición ya se da por la zonificación de los usos.



Con cambios de tamaño se declara la cantidad de productos a usar pero se encarecen los costos.

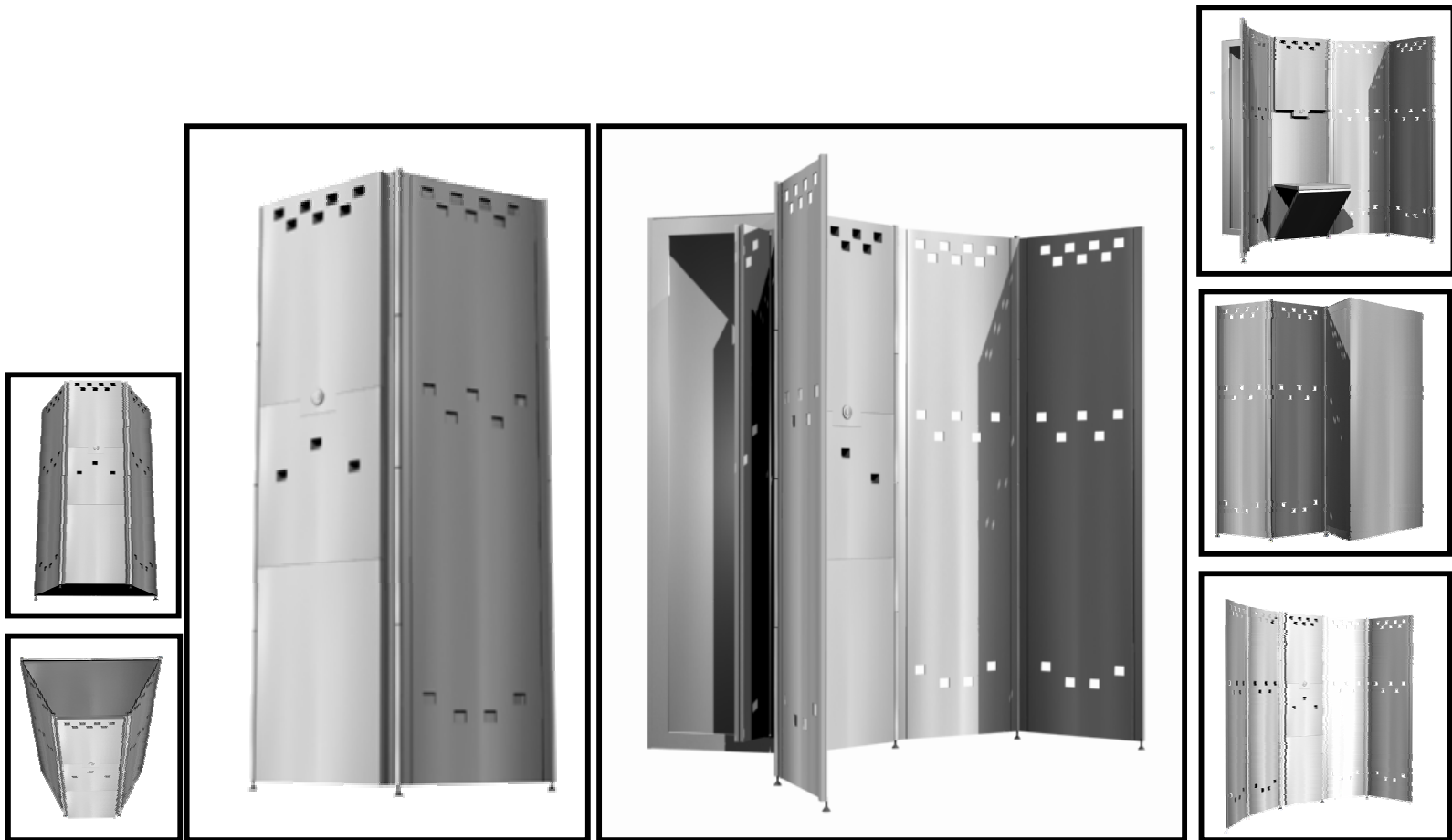


Con la dirección no queda declarado su uso.



Con la cantidad se puede dar la función: más rectángulos, más importante, además para el colgado de prendas se necesitan más rectángulos, en cambio para la colocación de las bandejas menos rectángulos de apoyo.

PROPUESTA FINAL



USO

Espacio de exhibición y almacenaje

Estado cerrado: 0.6 mts.^3 (almacenaje) → cajas de cartón $60 \times 40 \times 55 = 0.132 \text{ m}^3$

4.5 cajas de almacenaje

En exhibición: $0.6 \text{ mts.}^3 + 3.2 \text{ mts.}^2$ (alas) → Paragüitas tienen 2.8 m^2

Altura total: 1,6 mts. : Altura visual (anexo Antropometría)

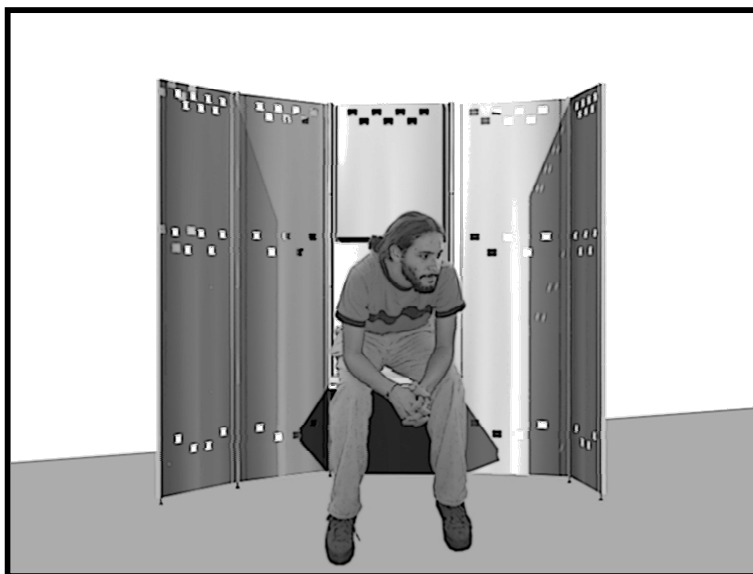


Colocación de bandejas



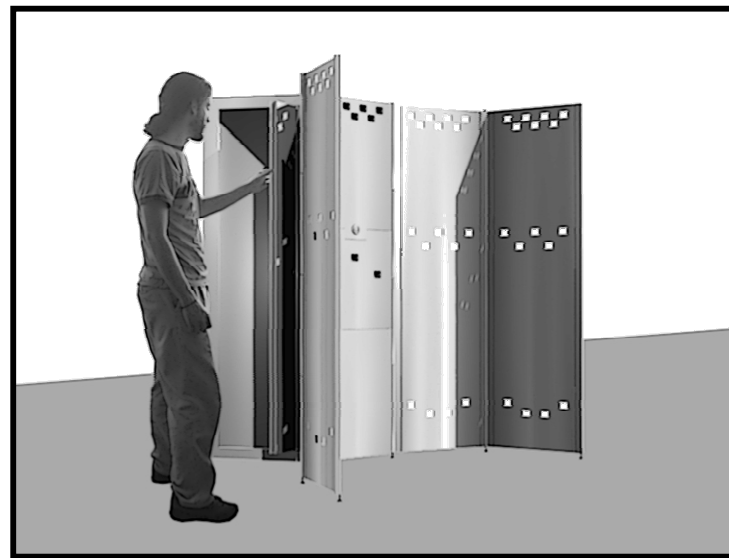
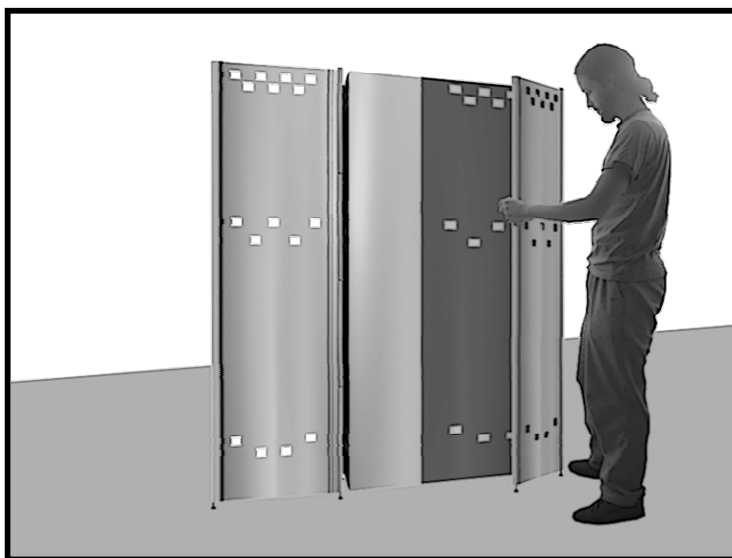
USO

Asiento



USO

Despliegue de puertas



USO

Espacio de publicidad e identificación.

La publicidad se rescata para financiar parte de la inversión del proyecto, utilizándola en la parte posterior del quiosco, con un 30% de ocupación para que no sobresalte sobre la exhibición de los productos.



INTERMEDIO

Dentro de la génesis del quiosco se llegó a un punto donde era necesario priorizar las necesidades de la comunidad sobre las de los quioscos, por lo que la cubierta climática y la iluminación fueron separadas de la individualidad, concluyendo en la siguiente clasificación:

- Quiosco: elemento de carácter particular: uso personal del quiosquero para exhibición de sus productos a la comunidad.
- Cubierta climática: elemento de carácter colectivo: no sólo asegura los quioscos y sus usuarios, también se aprovecha para cubrir parte del paseo peatonal (no interferir con marquesinas de tiendas).
- Suelo: elemento de carácter colectivo: por el claro uso libre de la comunidad.
- Iluminación: seguridad y aprovechamiento de toda la comunidad para generar unidad y no particularidad.

Desde ahora el proyecto toma un carácter colectivo, que busca la organización del espacio para el bien de la comunidad.

Escogida por ser una solución primordial para el confort físico de los usuarios frente al clima metropolitano.



CUBIERTA CLIMATICA

Tipologías

Al igual que los quioscos, según su tiempo de uso, encontramos la siguiente clasificación:

Permanente. Creada y materializada para un lugar específico del espacio público de instalación permanente.

Transitorio. Creada y materializada en relación a una actividad durante un tiempo determinado. Una vez concluida la actividad, son desmanteladas.

Desplegable - Desarmable. Compuesta por unidades desarmables, que son instaladas en un lugar único de acuerdo a una programación.

Entre estas se consideran: estructuras tensadas, quitasoles, toldos mecanizados, carpas.



Imagen 58 Carpa plegable



Imagen 61 Toldo mecanizado



Imagen 59 Tenso estructura 1



Imagen 60 Quitasol descentralizado



Imagen 62 Tenso estructura 2

Función

Cobijo y protección climática de los productos y de los usuarios en el desarrollo de sus actividades.

Objetivo

Desarrollar una cubierta de carácter colectivo que permita el intercambio multicultural, sin invadir e interferir en los campos visuales de los usuarios en el sector.

Requerimientos

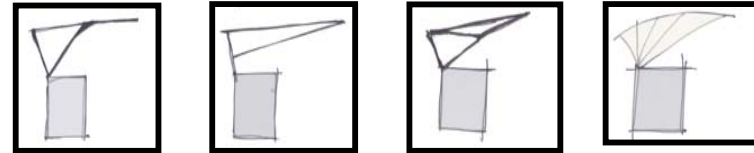
- Debe permitir la respiración/ventilación del lugar, no encerrar.
- Permitir el paso del viento y no generar remolinos.
- Guiar las aguas caídas permitiendo el tranquilo paso peatonal y encuentro multicultural.
- Seguridad de mantención, facilidad de limpieza e impermeabilidad.

GENESIS FORMAL

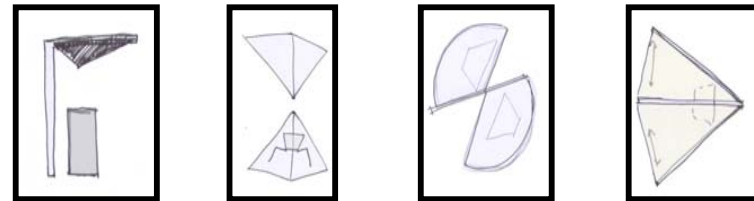
En una primera instancia, cuando se desarrollaba en conjunto con el quiosco, era necesario que cubriera todo el movimiento de uso del quiosco en estado abierto. Ahora, con un carácter comunitario debe generar mayor cobijo y con estructura propia.

También, por coherencia formal y desarrollo de la imagen del sector, se continúa con los referentes formales geométricos.

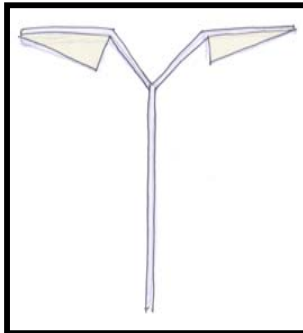
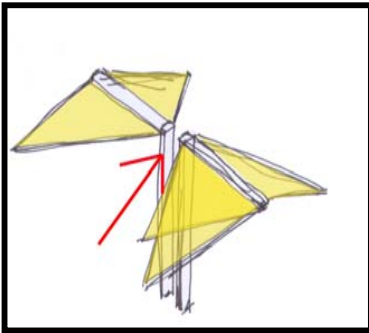
Se pensó desplegable, pero el cambio de magnitud genera un mayor desgaste y posibilita el mal uso de éste.



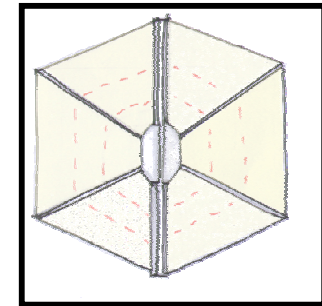
Quiosco con cubierta desplegable soportada en el mismo quiosco



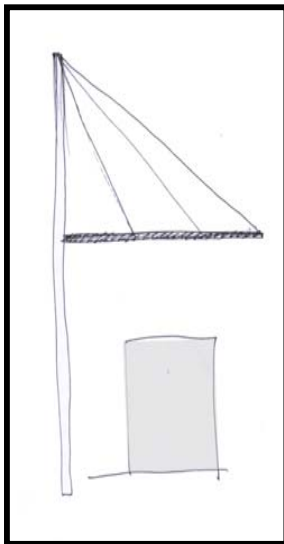
Principios de un desarrollo colectivo pero todavía es un espacio particular del quiosquero.



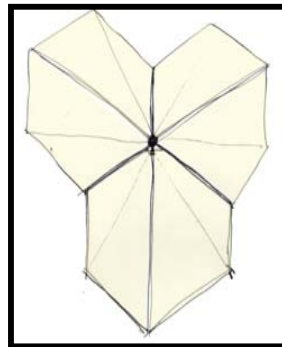
La estructura en "L" debía ser bastante gruesa para soportar el toldo, lo que genera una interrupción en la visión de los usuarios.



La inclinación debe ser hacia un punto específico para poder dirigir el agua caída y no interferir con las actividades que se realizan.

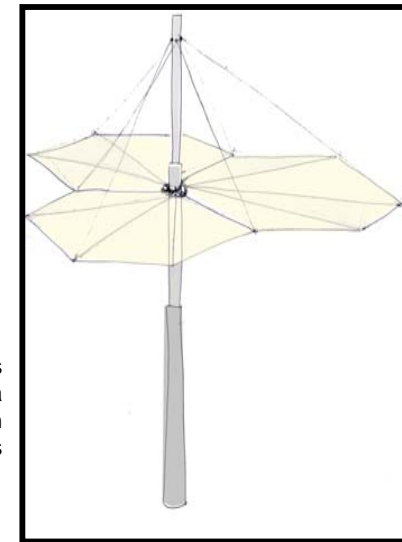


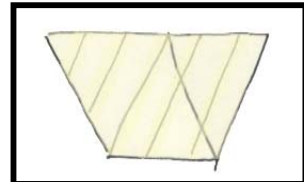
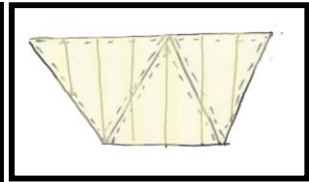
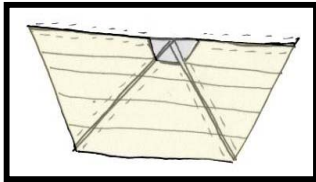
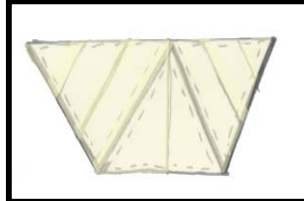
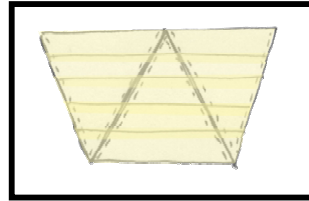
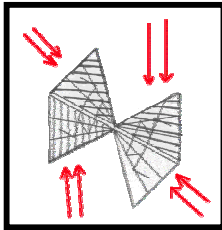
Una estructura a base de tensores me permite aumentar el tamaño sin aumentar la percepción visual del objeto.



Y con una estructura central se pueden unir las áreas cubiertas de 3 sectores (quioscos) e incluir el espacio peatonal y tener un sólo punto de caída del agua.

También se reducen los espacios ocupados por la estructura por lo que se dejan lugares libres para otros elementos necesarios.





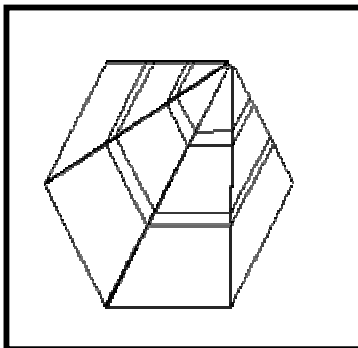
Estudio en las primeras formas: para dejar pasar el viento y no frenarlo se desarrolla una distribución de la tela a través de "tejas", dejando aberturas entre las uniones y uniendo con solo líneas de costuras en las orillas y centros.

Estudio del viento y caída del agua.

Teóricamente, el viento llega a la calle Patronato de forma perpendicular, pero esto cambia según las alturas de las construcciones en los alrededores.

Por lo que se deben considerar vientos paralelos, oblicuos y perpendiculares.

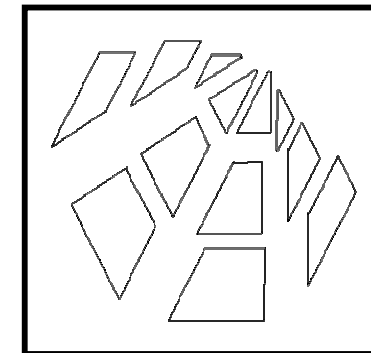
La caída del agua se solucionó a través de la inclinación hacia arriba del toldo, dirigiéndola al poste por donde se dirige el agua hacia el desagüe.



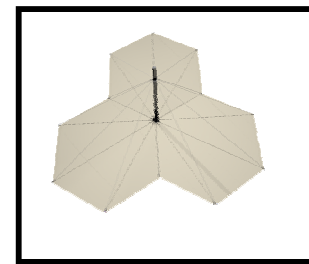
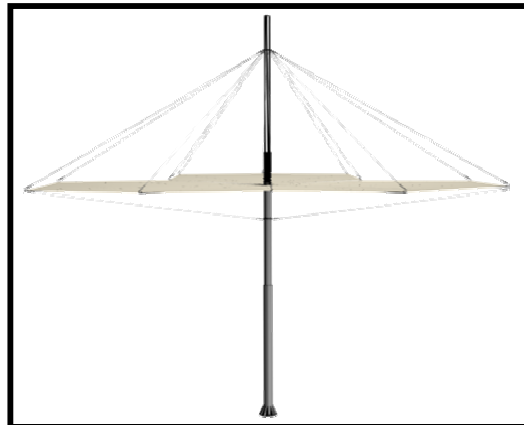
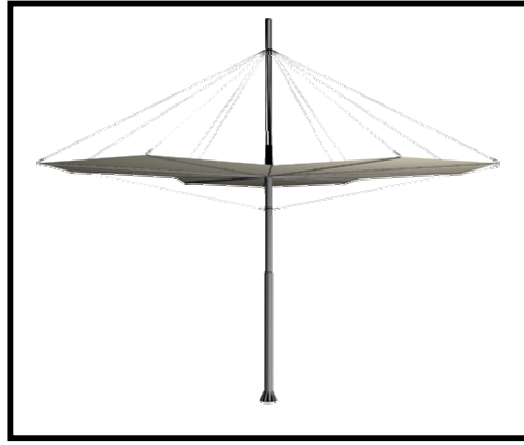
Con la forma final se separó el toldo en 3 partes hexagonales iguales para un mejor aprovechamiento del formato de la tela.

Este hexágono se dividió con diagonales para tener aberturas en las 3 direcciones y permitir el paso del viento.

Se dejó un sobrante de tela para traslapar las piezas, permitiendo el paso correcto del agua lluvia.

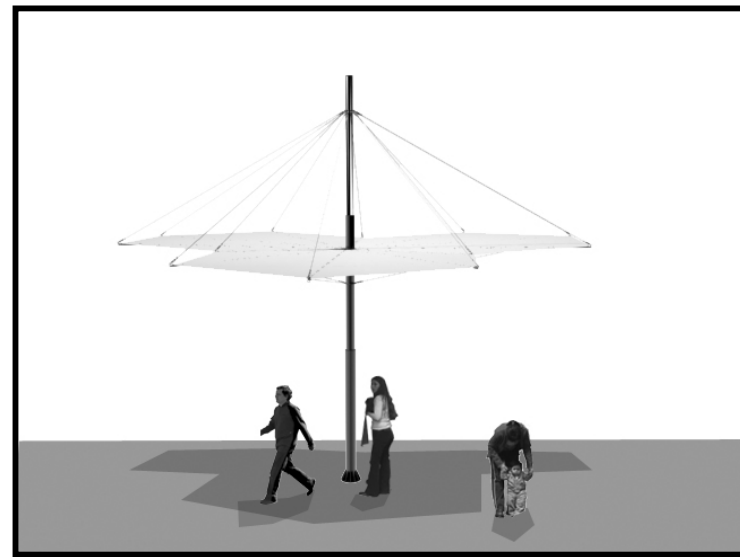
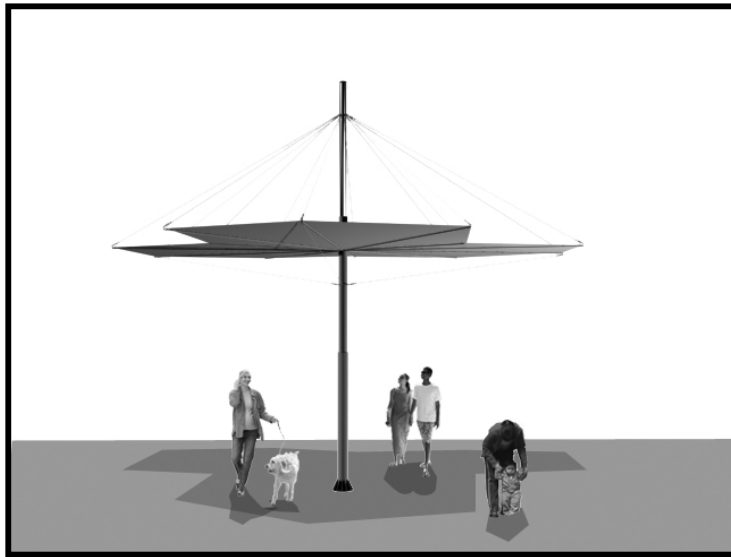


PROPUESTA FINAL

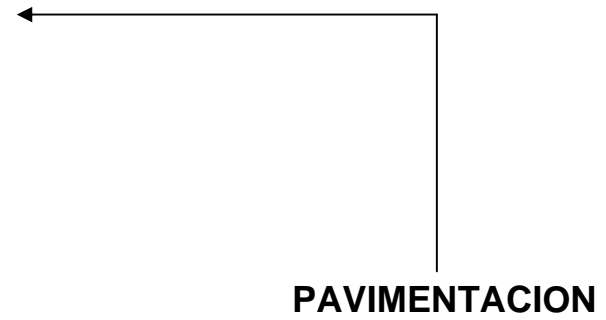


Uso

Comparativo con el tamaño de una persona.



Escogida por ser la base del desarrollo total del proyecto, con el cual es posible la ampliación de los espacios.



Funciones

- Factor de identidad y ordenamiento espacial
- Apoyo para las actividades
- Ordenamiento espacial
- Seguridad

Objetivos

- Homogenizar el área de circulación peatonal.
- Identificar zonas de utilización por las distintas actividades.
- Nivelar alturas bases, permitiendo que los elementos urbanos puedan mantener las alturas de los planos visuales.

Requerimientos

- Versatilidad formal para estructurar áreas de ordenamiento.
- Permitir un nivel de antideslizamiento en seco y mojado y limpieza.

- Para la banda de circulación el ancho mínimo debe ser de 150cm.
- La resistencia de la materialidad debe ser adecuada a la actividad comercial y peatonal del sector.
- Guía para discapacitados.
- Canalización de aguas lluvias.
- Pendiente transversal de la vereda no debe superar el 2%.

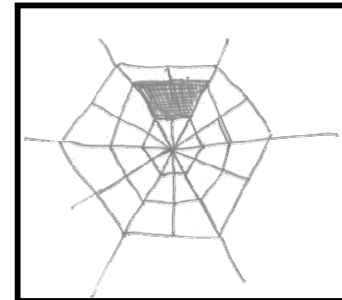
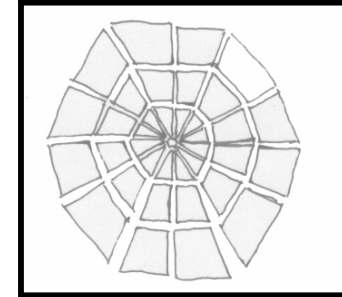


Imagen 63 Sudáfrica

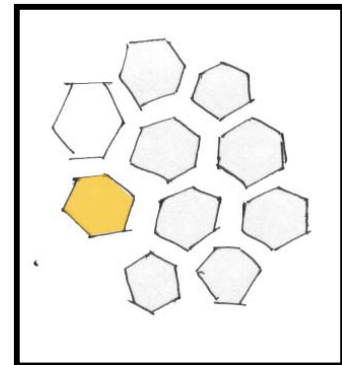
GENESIS FORMAL

Se quiere generar un traspaso de las formas utilizadas en el toldo, “un espejo” que mantiene la homogeneidad del lugar, establecer zonas propias para cada elemento desarrollado y dar paso a los necesarios.

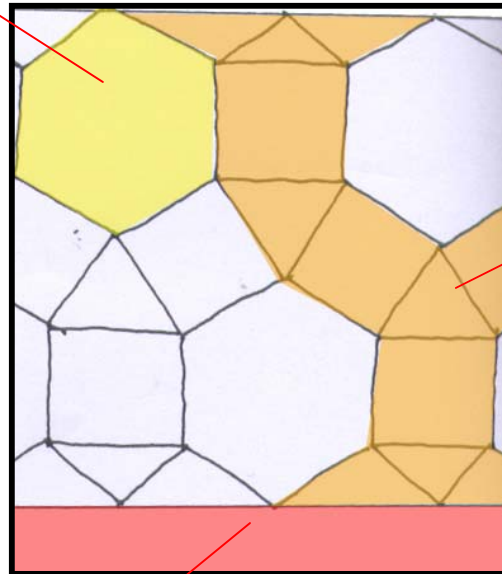
División del hexágono que da el posicionamiento del quiosco, su zona propia.



El hexágono da la colocación de los quioscos, delimitando su espacio de uso y dirección dentro de éste, pero falta una unión que le dé ordenamiento y orientación a los usuarios



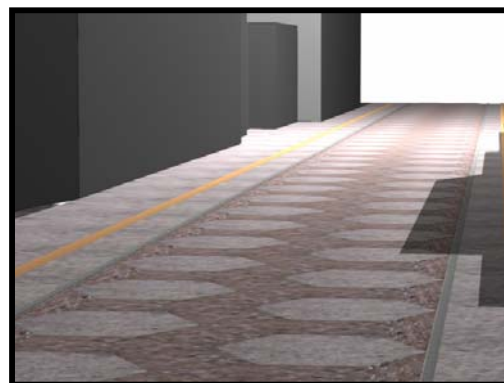
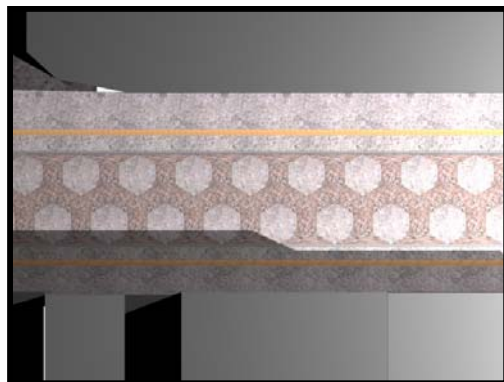
Zona estacionaria: punto de encuentro e intercambio comunicacional y comercial. Área del quiosco.



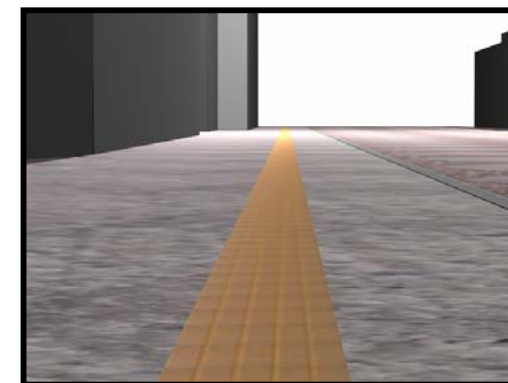
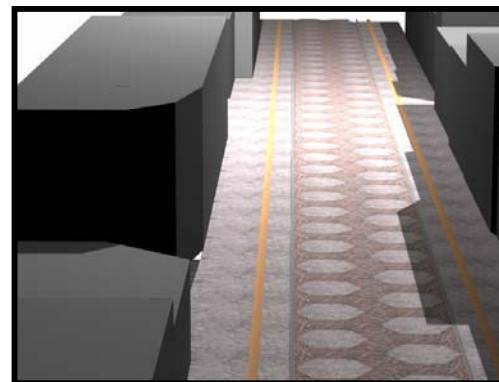
Zona de intercambio: cambio de dirección hacia las zonas estacionarias y transitorias. Posición céntrica por lo que también corresponde a los lugares de colocación de elementos urbanos colectivos.

Zona transitoria: circulación peatonal.

PROPUESTA FINAL



Zona de quioscos



Guía para no videntes

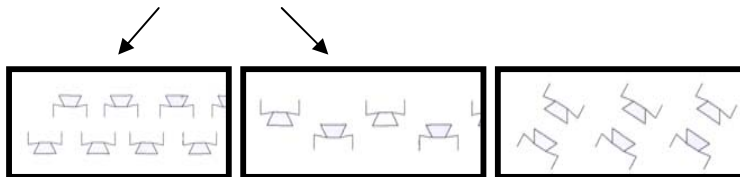
RED DE ORDAMIENTO

Según los factores:

- Salida del sol (dirección)
- Dirección del viento
- Enfrentamiento con tiendas (cara a cara)
- Fluidez peatonal

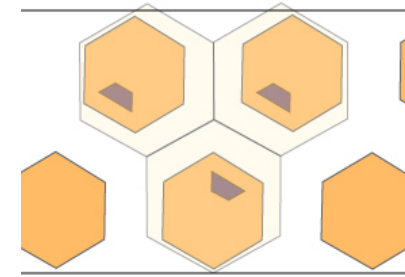
La distribución tuvo la siguiente génesis formal:

Esta posición genera un enfrentamiento con las tiendas, el sol les llega frontalmente en la mañana y en la tarde

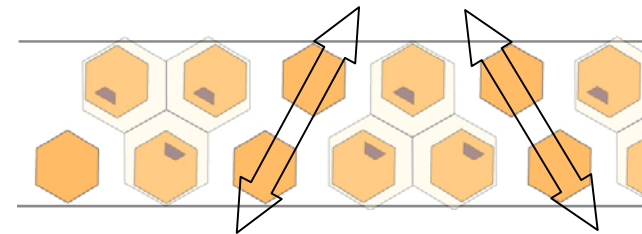


Aquí se crea un tercer paseo que puede crear un atochamiento entre los transeúntes.

La ubicación oblicua no enfrenta las tiendas ni el sol.



Superposición de los elementos urbanos, repetición del módulo, formando zonas que pueden especializarse en los distintos productos que ofrece el barrio (zonas de carteras, pantalones, ropa interior, etc.)



Espacios de ventilación, circulación y descanso visual.

IMAGEN FINAL DEL AREA DE ESTUDIO









PATRONATO HOY, PATRONATO MAÑANA

Hoy Patronato es un barrio con identidad multicultural y congestión espacial, con el proyecto no se pretende cambiar esta identidad, sino ordenar y aprovechar el espacio.

Se disminuye el desgaste físico y mental de los usuarios a través de:

- La unión en los mismos planos (alas), la exhibición y el cierre del quiosco.
- La instalación de un cobijo frente al sol y la lluvia.
- El aumento de los espacios para transitar, observar y trabajar.
- La homogeneización y ordenamiento de los elementos.

El quiosquero mañana, sólo tiene que preocuparse de desplegar las “alas” y exhibir.

IMPACTO DEL PROYECTO

El proyecto tiene un impacto fisiológico en los usuarios por la disminución de las actividades y cargas climáticas, mental por el ordenamiento y homogeneidad y otro social a través de la implementación de zonas propias que favorece la convivencia tranquila sin invadir el espacio del otro.

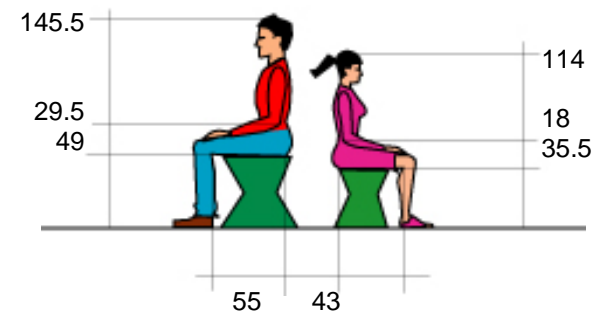
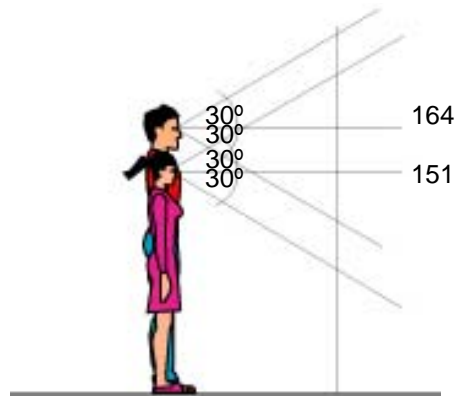
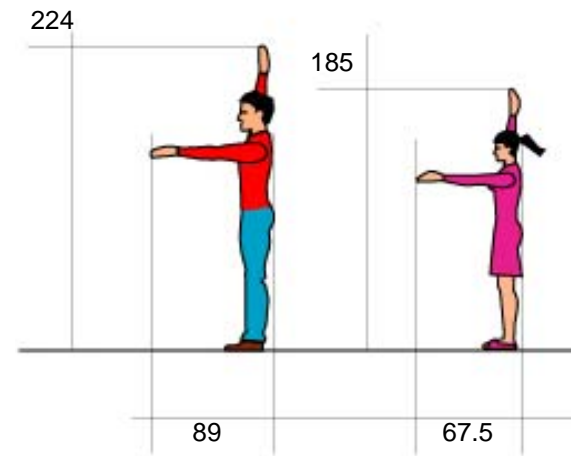
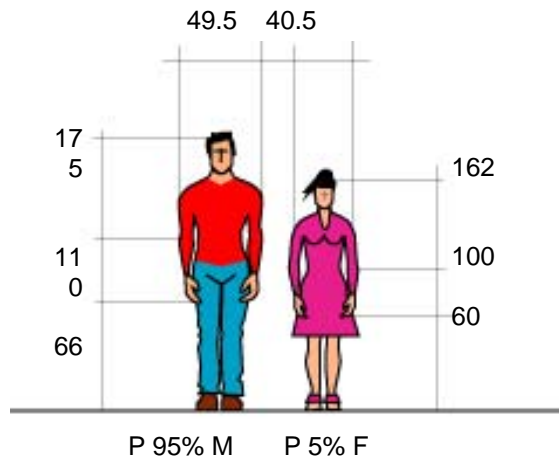
Desde una perspectiva económica, este orden provocó un aumento de puestos de trabajo en el área de estudio, hoy 75 quioscos y paragüitas, 90 (17% de incremento) con la implementación del proyecto.

ANEXOS

ANTROPOMETRIA

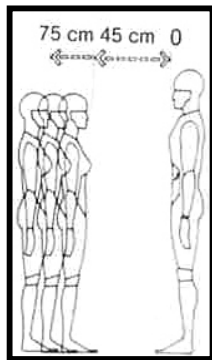
P: percentil – M: masculino – F: femenino

Medidas en cm.

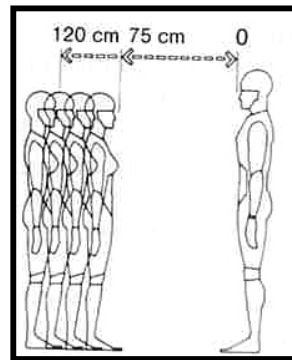


PROXEMICA

Se priorizó una distancia personal próxima y lejana para establecer espacios del quiosco, interacciones entre vendedores y consumidores y de exhibición.

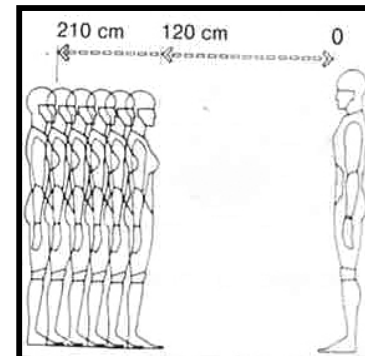


Fase personal próxima

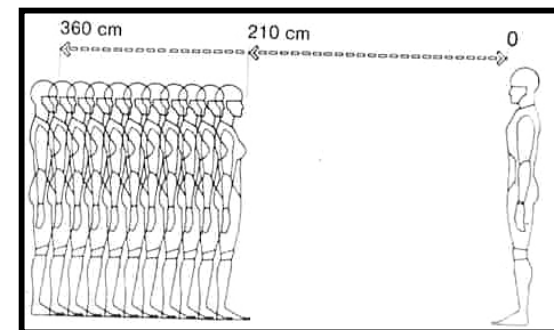


Fase personal lejana

Para el espacio de paseo peatonal se contempló una separación social lejana para tener un campo visual más amplio y panorámico, además de dar espacios para el paso tranquilo de personas con discapacidad.



Fase social próxima



Fase social lejana

EXHIBIR

Sólo con un momento de paseo por las calles comerciales, podemos darnos cuenta cómo los puntos de venta y exhibición se han convertido en parte importante del paisajismo y diseño urbano de un sector.

Como transformadores del medio y estímulos diarios a nuestros sentidos, estudiosos del tema han comprobado que esta nueva faceta del espacio público comercial (tanto en tiendas y puntos de venta como en las calles), inducen un determinado comportamiento en los consumidores que puede ser manipulado.

Centros comerciales, locales especializados y malls han hecho de esto un aspecto importante para poder vender más y competir, regulando los factores ambientales, como por ejemplo, ciertos sonidos pueden aumentar la opción del cliente en un supermercado por los productos de un departamento específico.¹⁴

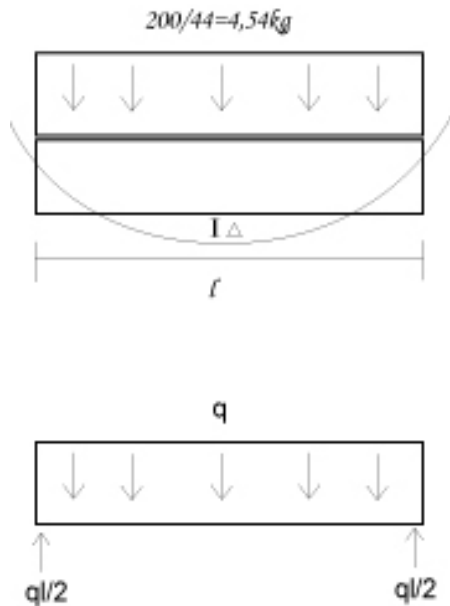
El color, la iluminación, las texturas, la expresión, temperaturas, aromas, sonidos, materialidad, espacio y limpieza, organizadas e integradas a fachadas, mobiliario, zonas de servicios, escaparates, señalizaciones y hasta en los mismos vendedores, pueden aumentar la atención, seducción, agrado y consumo por parte del cliente.

¹⁴ TURLEY L.W., La ambientación de la tienda: recomendaciones prácticas para su diseño y auditoria. En: Economía y Administración.

CALCULO DE ESTRUCTURA Y PESOS

Calculo del asiento, en el quiosco.

- Utilizando 200 kg (caso extremo) de carga repartida
- Calculo de carga puntual en punto critico



$$M(x) - q \frac{l}{2} x + q x \frac{x}{2} = 0$$

$$M(x) - q \frac{l}{2} x + q \frac{x^2}{2}$$

$$EI \frac{dy}{dx} = \int \left(q \frac{l}{2} x - q \frac{x^2}{2} \right) dx + c_1$$

$$EI \frac{dy}{dx} = q \frac{l}{2} \frac{x^2}{2} - \frac{q}{2} \frac{x^3}{3} + c_1$$

Condiciones de borde

$$\text{en } x = \frac{l}{2} \Rightarrow \frac{dy}{dx} = 0 \rightarrow 0 = \frac{ql^3}{16} - \frac{ql^3}{48} + c_1$$

$$c_1 = -\frac{ql^3}{24}$$

$$EI \frac{dy}{dx} = q \frac{l}{4} x^2 - \frac{qx^3}{6} - q \frac{l^3}{24}$$

$$EI y(x) = \frac{qlx^3}{12} - \frac{qx^4}{24} - \frac{ql^3}{24} + c_2$$

$$\text{en } x = 0 \Rightarrow y(x) = 0 \text{ (apoyos)} \rightarrow c_2 = 0$$

$$\therefore EI y(x) = \frac{qlx^3}{12} - \frac{qx^4}{24} - \frac{ql^3}{24}$$

Δ = deformacion maxima (en $x = \frac{l}{2}$)

$$\Delta = \frac{1}{EI_z} \left(\frac{ql^4}{96} - \frac{ql^4}{384} - \frac{ql^4}{48} \right)$$

$$\Delta = -\frac{ql^4}{EI_z} \left(\frac{5}{384} \right)$$

En este caso :

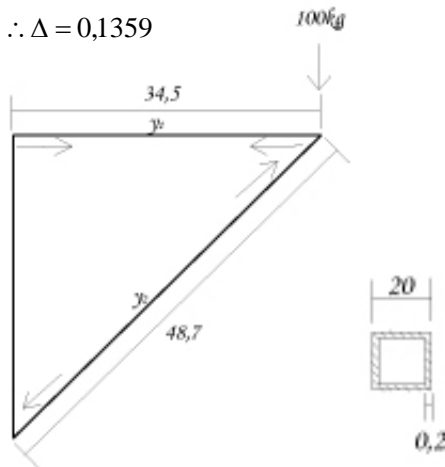
$$q = 4,54 \frac{\text{kg}}{\text{cm}}$$

$$l = 44\text{cm}$$

$$E = 2,07 \times 10^6 \frac{\text{kg}}{\text{cm}^2}$$

$$I_z = \frac{1}{12} 2^2 - \frac{1}{12} 1,6^2 = 0,7872$$

$$\therefore \Delta = 0,1359$$



$$y_2 \cos 45 = y_1$$

$$y_2 \text{sen} 45 = 100\text{kg}$$

$$y_2 = \frac{100}{\text{sen} 45} = \frac{100}{0,707} = 141,42\text{kg}$$

$$y_2 = 141,42 \cos 45 = 141,42 \cdot 0,707 = 100\text{kg}$$

δ_1 : deformacion de la barra y_1

δ_2 : deformacion de la barra y_2

$$\delta_1 = \frac{y_1 L_1}{a_1 e}$$

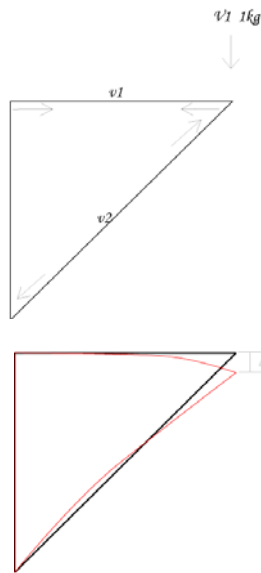
L_1 : carga barra (entre apoyos)

a_1 : seccion transversal barra

e : modulo de elasticidad acero A42 - 27 ES

$$\delta_1 = \frac{100 \cdot 34,5}{1,44 \cdot 2,07 \times 10^6} = 0,001157\text{cm}$$

$$\delta_2 = \frac{141,42 \cdot 48,7}{1,44 \cdot 2,07 \times 10^6} = 0,00231\text{cm}$$



$$v_2 \cos 45 = v_1$$

$$v_2 \cdot \text{sen}45 = 1$$

$$v_2 = \frac{1}{\text{sen}45} = 1,41$$

$$v_1 = 1,41 \cos 45 = 1$$

$$\Delta = \frac{\sum_{i=1}^2 v_i \delta_i}{V} = \frac{\sum_{i=1}^2 v_i \frac{y_i l_i}{a_i E_i}}{V}$$

$$\Delta = \frac{(1 \cdot 0,001157 + 1,41 \cdot 0,00231)}{1}$$

$$\Delta = 0,004 \text{ cm}$$

- Utilización de perfil cuadrado 20x20, 2mm de espesor, en acero 1010 A42-27ES.

Pesos

Quiosco

- Alas: 3kg aprox. (cada lámina)
- Estructura central: 40kg aprox.
- Asiento: 6.7kg aprox.

Cubierta

- Tela: 8.7kg aprox.
- Estructura toldo: 11,4kg aprox.
- Agua caída en Santiago (anual): 312,5ml: 300gr aprox.

...El barrio Patronato representa una historia, es parte de la coexistencia de lo tradicional y lo moderno, la mixtura de las culturas y la continuidad de una identidad que no existe en otra parte...

Julia Angulo

BIBLIOGRAFIA

LIBROS

ASHIHARA, Yoshinobu. "El diseño de espacios exteriores". Barcelona; Santiago, Chile : G. Gili c1981.

FORNARI, Tulio. "Las funciones de las formas". México, D.F. Tilde, 1989.

GEHL, Jan y Gemzoe, Lars. "Nuevos espacios urbanos". México : Gustavo Gili, 2002.

HARRISON, Francisco."Guía de diseño del espacio público". Ministerio de vivienda y urbanismo. Santiago de Chile : LOM Ediciones, 2003.

MERCADO, José Luis. "Elementos de ergonomía y diseño ambiental". Madrid : Escuela de Artes Decorativas de Madrid, 1988.

PROSHANSKY, Harold, ITTELSON, William, RIVLIN, Leanne. "La antropología del espacio". En: "Psicología ambiental: el hombre y su entorno físico". México : Trillas, 1978.

SERRA, Josep. "Elementos urbanos: mobiliario y microarquitectura". Barcelona : Gustavo Gili, 2000.

WEBER, Pamela. "Diseño accesible: construir para todos". Santiago de Chile : Corporación Ciudad Accesible, 2002.

TESIS

CARRASCO, Carolina. "Diseño espacios públicos + confort climático". Tesis Seminario. Universidad de Chile. Santiago, 2005.

LAFOURCADE, Arturo. "Variaciones en la configuración del espacio publico y construcción de la identidad sociocultural en Santiago". Postgrado Magíster en comunicación social. Santiago 2003.

RIVERA, Juan Pablo. "equipamiento urbano: para el encuentro intercultural". Memoria de título. Universidad de Chile. Santiago, 2004.

DOCUMENTO

ANGULO, Julia. "Barrio Patronato: bueno, bonito y barato". Patrimonio cultural. Otoño 2004.

FERNANDEZ, Manuel. "Diseño urbano y medio ambiente". [S.l. : s.n., 199-]

REVISTAS

Asesoría urbana Municipalidad de Providencia. "Mobiliario urbano". En: Arq. Nº10. 1985.

KUGEL, Claudia. "Kinetic kiosk". En: The Architectural review. Nº1187. 1996.

RIVAS, Sergio. "Puestos de ventas: diseño cotidiano". En: Módulo. Nº 34. 1994.

TURLEY, L.W. "La ambientación de la tienda: recomendaciones practicas para su diseño y auditoria". En: Economía y administración. Nº 142. Diciembre 2001.

APUNTES

Ergonomía Proxémica.

Marketing desarrollo de encuestas.

VINCULOS

<http://www.bicentenario.gov.cl>

<http://sochergo.ergonomia.cl>

http://csociales.uchile.cl/publicaciones/psicologia/docs/psicologia_comunitaria.pdf

http://www.calidaddevida.uchile.cl/iframes/if_calvida.htm

<http://www.mas.org>

<http://www.iccom.cl>

<http://www.nuestro.cl>