UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD ARQUITECTURA Y URBANISMO
ESCUELA DE DISEÑO
DISEÑO GRÁFICO

APROPIACION

RECRE_ACTIVA

DISEÑO DE UN SISTEMA INFORMATIVO Y RECREATIVO

Proyecto para optar al Título Profesional de Diseñadora, mención Gráfica

Sofía Elizabeth Lagos Ibáñez

Profesor guía: Juan Carlos Lepe

Santiago, Chile
2017

UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD ARQUITECTURA Y URBANISMO
ESCUELA DE DISEÑO
DISEÑO GRÁFICO

APROPIACION

RECRE_ACTIVA

DISEÑO DE UN SISTEMA INFORMATIVO Y RECREATIVO

Proyecto para optar al Título Profesional de Diseñadora, mención Gráfica

Sofía Elizabeth Lagos Ibáñez

Profesor guía: Juan Carlos Lepe

Santiago, Chile
2017

Gracias a cada una de las personas que estuvieron y compartieron en un tiempo y espacio similar al mío.

A quienes estuvieron y a quienes no dejan de estar.
Por la paciencia, el compromiso, el ánimo y el cariño incondicional.

ABSTRACT

El proyecto de título Apropiación recre_activa: Diseño de un sistema informativo y recreativo para el circuito de la ciclovía recreativa “activa tu calle”, se genera bajo el panorama que acontece al espacio espacio público en la actualidad, definido por una enorme cantidad de matices, variables y posibilidades tanto constructivas, como de interacciones sociales con el mismo. Producto de las lógicas del mercado y las tendencias globales propias del mundo contemporáneo. Donde es posible ver la influencia de una constante búsqueda de formas de dispersión en espacios; que sin ser planificados para necesidades distractivas, perciben la impronta de la apropiación individual y colectiva. Debido a la escasez de espacios determinados para la realización de diversas actividades, sobre todo de espacios enfocados en el desplazamiento seguro y responsable de los ciudadanos.

En Chile, especialmente en la región metropolitana, parte de este tema ha sido gestionado por estamentos gubernamentales como por organizaciones sin fines de lucro, que posibilitan la apertura de programas denominados como ciclovías recreativas que abarcan la apropiación y ocupación inteligente de los espacios públicos, a través de los cierres de calles temporales a todo el transporte motorizado, permitiendo solamente el acceso a peatones, corredores, skaters, patinadores, ciclistas, entre otros medios no motorizados y sustentables.

Sin embargo, se deja de lado las problemáticas específicas asociadas a la comunidad, al no entregar la información y las herramientas adecuadas para que el usuario conozca diversas instancias de apropiación y recuperación del espacio público que se encuentran a su disposición. Debido a esto, el proyecto se justifica como la exploración de nuevas posibilidades y contribuciones de la disciplina del diseño a la realidad, a través del análisis de estrategias comunicacionales que puedan representar la forma más eficaz de transmitir mensajes en este tipo de contextos.

Con el objetivo de crear una propuesta del diseño de un sistema que propicie la entrega óptima de información a los usuarios sobre los aspectos principales del circuito; con la intención de generar mayor participación y apropiación de los espacios públicos por parte de la comunidad. Contribuyendo a recuperar dinámicas olvidadas dentro del espacio público, al aprovechar de un lugar idóneo para albergar el desarrollo de actividades deportivas, recreativas, artístico-culturales, de esparcimiento, y en general para el uso y disfrute de la comunidad. Incentivando el interés por cuestiones sociales, que ayuden al comportamiento responsable del espacio físico y social de la ciudad.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

MARCO TEÓRICO

METODOLOGÍA

DESARROLLO PROYECTO

INTRODUCCIÓN

La apertura de programas denominados como ciclovías recreativas, abarcan la apropiación y ocupación inteligente de los espacios públicos, a través de los cierres de calles temporales a todo el transporte motorizado, lo que entrega una respuesta a la recuperación del espacio público, pero deja de lado problemáticas específicas asociadas a la comunidad, referidas a su agorafobia, o temor al espacio público.
Por lo mismo se desarrolla este trabajo, como parte de una búsqueda exploratoria de nuevas posibilidades para hacer de la disciplina de diseño una herramienta relevante para contribuir en mejorar la situación que enfrenta Chile en torno a la recuperación del espacio público por parte de la comunidad.

El proyecto en primera instancia consiste en el desarrollo de una investigación en torno a la identificación del concepto de la apropiación y las características que este conlleva. Seguida por el desarrollo de una investigación de campo de los circuitos de ciclovía recreativa que se realizan en la provincia de Santiago perteneciente a la Región metropolitana de Chile. Con el fin de describir y analizar cada circuito, mediante la intervención de sus formas permanentes y temporales.
Estos análisis dejan al descubierto el estado crítico en el que se encuentran gran parte de los circuitos en relación a la manera en que es tratada la apropiación que realizan y la forma en que es revelada.
Detectando la necesidad por medio de la disciplina del diseño de contribuir a la realidad chilena, a través del análisis de estrategias comunicacionales que puedan representar la forma más eficaz de transmitir mensajes en este tipo de contextos.
Mediante la búsqueda y el analisis de proyectos vinculados a la comunicación no convencional, se determinan los aspectos claves para el diseño de un sistema que abarque la información y recreación en un medio diferente al cotidiano, acorde a los requisitos que el circuito apela.
Optando por la creación de un sistema informativo y recreativo que se basa en la estructura del viaje del héroe propuesto por Joseph Campbell en su libro “El héroe de las mil caras”, donde cada etapa equivale a un periodo de tiempo que yace dentro como fuera del circuito. Y por ende, creando tres elementos principales que giran en torno a la premisa de la información a través del viaje. Con el fin de dar a conocer sobre las características del circuito en distintas modalidades tempo-espaciales.

Todo esto en la búsqueda de crear un material que represente la temática del proyecto y que genere la apropiación de un lugar idóneo para albergar el desarrollo de actividades deportivas, recreativas, artístico-culturales, de esparcimiento, y en general para el uso y disfrute de la comunidad. Incentivando la participación de los ciudadanos y su interés por cuestiones sociales, que ayuden al comportamiento responsable en torno al espacio físico y social de la ciudad.

ANTECEDENTES

1.1 ANTECEDENTES GENERALES

El espacio público comprende el transcurso del diario vivir, del libre tránsito, del intercambio y del desarrollo de una diversidad de formas de expresión y de manifestación. No obstante, hoy en día este espacio se encuentra afectado por las lógicas del mercado y las tendencias globales propias del mundo contemporáneo que provocan una acelerada urbanización; que genera desafíos en torno a varios aspectos, tales como la infraestructura, el transporte, la seguridad vial, entre otros.

Sin embargo, la planificación urbana se mantiene al margen cuando se habla de la dimensión humana, quedando relegada frente a otros aspectos considerados de mayor importancia, tales como la necesidad de dar respuesta al acelerado aumento del número de automóviles en las ciudades, que en la actualidad superan los 7,3 millones, según informes del Servicio de Registro Civil e Identificación (2016).

En las grandes ciudades como en Santiago se produce como consecuencia un malestar que influye en la calidad de vida y la convivencia entre los ciudadanos, al sufrir altos niveles de sedentarismo, malas prácticas alimentarias y un gran porcentaje de obesidad, convirtiendo a Chile en el país con más obesidad en Latinoamérica según expresa la OMS (2015).

La ciudad cuenta con más del 40% de espacios públicos, constituido por parques, plazas, calles o paseos, donde es posible experimentar la interacción social y la vida urbana. No obstante la importancia de ellos, se reconoce que la ciudad y las comunas muestran altos índices de desigualdad en la calidad y distribución de los espacios públicos. El deterioro generalizado, social y físico, que crea una imagen de abandono y marginalidad, incide desfavorablemente en la percepción de la ciudad, acentuándose la tendencia a ‘criminalizarles’ y mitificarlos como lugares peligrosos.

La ciudad tradicional es cada vez menos usada en su sentido de socialización a través de sus espacios públicos. Las posibilidades de intercambio se reducen en gran medida acentuadas por la inseguridad que provoca el ambiente inmediato y por ende aumenta el sentimiento de individualidad. Los vecinos no se conocen, los niños no juegan en la calle y tampoco se conocen en el barrio. La vida se hace de puertas para adentro, coartando la socialización.

En definitiva, hay un temor al espacio público. Pues ya no es un espacio protector ni protegido. En unos casos no es pensado para dar seguridad sino para ciertas funciones como circular o estacionar, o es sencillamente un espacio residual entre edificios y vías.
Pero hay casos que son entregados por las ciclovías recreativas desde el año 2010 cuyo objetivo corresponde en garantizar la accesibilidad sustentable, a partir de la eliminación de barreras motorizadas. Enfocándose en la apropiación y ocupación inteligente de los espacios públicos, a través de los cierres de calles temporales a todo el transporte no sustentable, permitiendo solamente el paso a peatones, corredores, skaters, patinadores, y ciclistas; con el fin de mejorar la convivencia ciudadana, la cohesión social, la vida en familia, y la salud física y mental de la población.

Sin embargo, el panorama no es del todo alentador. El temor y la desconfianza sientan las bases a la pasividad e inactividad en torno a la apertura de nuevos espacios, provocando los no bien ponderados "no lugares" o prácticamente el desuso del espacio disponible, ya sea por desinterés o desinformación. Por lo tanto, se evidencia que tales circuitos requieren del desarrollo de estrategias que permitan la inclusión de una mayor cantidad de miembros que vuelvan a hacer uso del espacio público que se encuentra a su disposición. Y generen con ello una renovación del sentido de pertenencia, identidad, y tradición.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

A pesar de la instancia de apropiación del espacio público que brindan las ciclovías recreativas, es posible detectar problemáticas específicas asociadas a la comunidad al vincularse con el espacio público, lo que no permite que el usuario genere una apropiación con el espacio que se encuentra a disposición.

Por lo mismo se desarrolla este trabajo, como parte de una búsqueda exploratoria de nuevas posibilidades para hacer de la disciplina de diseño una herramienta relevante para contribuir en mejorar la situación que enfrenta Chile en torno a la recuperación del espacio público por parte de la comunidad.
El caso de investigación corresponde a la ciclovía recreativa de activa tu calle!, que comprende las comunas de San Joaquín y Santiago.

1.3 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Promover la apropiación de espacios públicos y generar un aumento de la participación de la comunidad en el circuito “activa tu calle”, a través del diseño de un sistema informativo y recreativo. Para posibilitar el mejoramiento de la convivencia, comunicación e interconexión comunal.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Definir un marco teórico relacionado con la apropiación del espacio público.
Buscar proyectos exponenciales en torno a la apropiación del espacio público.
Identificar la forma de abordar la entrega de información dentro de un espacio temporal.
Buscar, identificar y analizar proyectos en torno a la comunicación no convencional.
Identificar aspectos claves para el diseño de un sistema informativo y recreativo.
Identificar los conceptos asociados al circuito perteneciente a la ciclovía recreativa.
Diseñar un sistema informativo y recreativo que se correlacione a los requisitos que posee el circuito.

1.4 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son las formas de apropiación de un espacio público?
¿Por qué no se produce la apropiación en algunos espacios públicos que han sido puestos a disposición?
¿Cómo puede contribuir la disciplina del Diseño a la apropiación del uso del espacio público?
¿Qué tipo de herramientas puede entregar la disciplina de Diseño para facilitar la apropiación de un determinado espacio público?

1.5 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO DE CASO

El presente proyecto se justifica como la exploración de nuevas posibilidades y contribuciones de la disciplina del diseño a la realidad, impactando directamente en la calidad de vida que puede alcanzar la sociedad. Al constatar que el diseño en su interrelación con otras disciplinas se hace cargo de correlacionar y canalizar de la mejor forma posible según los recursos disponibles una propuesta que satisfaga la situación o requerimientos planteados. El diseño como disciplina se contextualiza y trabaja sinérgicamente, maximizando y optimizando resultados.

Según los antecedentes expuestos anteriormente, cabe preguntarse ¿Qué podemos hacer para mejorar la recuperación del uso del espacio público?, ¿Qué hacen hoy las organizaciones a cargo de los circuitos?, ¿Qué se puede hacer diferente para que los usuarios puedan motivarse, implicarse y participar voluntariamente en el desarrollo de este compromiso social? Es aquí donde la propuesta de incorporar el diseño de un sistema informativo y recreativo nace como una alternativa para lograr una mayor implicación y un mayor alcance a nivel social dentro de un espacio público.

MARCO TEÓRICO

2.1 PRECISIONES TERMINOLÓGICAS

Los temas que se presentan a continuación tienen como propósito guiar el contexto de la investigación.
Desde el área urbanística es importante realizar las siguientes precisiones terminológicas.

2.1.1 EL ESPACIO

Según la RAE (s.a), el espacio se define como la extensión que contiene toda la materia existente. Donde cada objeto material ocupa un espacio. Además hace alusión a la distancia entre dos cuerpos; como también al transcurso de tiempo entre dos sucesos. Es decir, el espacio aborda varios aspectos, entre los que destaca el espacio-temporal.

Varias concepciones han sido entregadas para entender el espacio, entre ellas destacan la que propone Certau (citado por Augé, 2000), donde menciona que el espacio es aquel "lugar practicado", donde se genera el cruce de elementos en movimientos.
Por su parte, Augé (2000) alude al espacio para referirse a algo que es más abstracto que el lugar. Y que al usarlo, hace referencia al menos a un acontecimiento (que ha tenido lugar), a un mito o a una historia. Es decir, se puede aplicar a una extensión, a una distancia entre dos cosas o puntos, o a una dimensión temporal.
En la siguiente investigación será considerada la definición de espacio de Steinberg (2012), quien señala que el espacio es una presencia continua, que se encuentra disponible de ser intervenido por el trabajo humano. Refiriéndose a lo exterior, aquello que permite su conversión en lugar, en una delimitación que pasa a formar parte de la identidad.

2.1.2 EL TERRITORIO

El concepto de territorio, hace alusión a una porción de espacio, una delimitación suya. *"El territorio, para muchos, es un 'archivo' de sucesos ocurridos a lo largo del tiempo, que van dejando rastros que se superponen en una especie de palimpsesto"* (Reboratti, 2001 citado en Steinberg, 2012).
Según la RAE (s.a), el territorio se define como la porción de la superficie terrestre perteneciente a una nación, región, provincia, etc.
Por lo tanto, hablar de territorio conlleva la condición de intervención social del espacio. Intervención que se encuentra portada en un modo de organización del trabajo social, en un modo de producción. Es decir, que si el concepto de territorio proviene de la intervención de cierta porción del espacio por los estados modernos, estos últimos son producto de las relaciones sociales engendradas por el modo de producción capitalista.

2.1.3 EL PAISAJE

La RAE (s.a) concibe al paisaje como aquella parte de un territorio que puede ser observada desde un determinado lugar.
La composición del paisaje percibida sea de carácter urbano o rural, está conformada por una enorme y compleja red de relaciones, resultado del movimiento superficial y profundo que la sociedad genera sobre ellos. El paisaje es el aspecto visible, directamente perceptible del espacio.
Según Dolfus (1978, citado en Otaviani, 2009), el paisaje se define, es decir se describe y se explica comenzando por su morfología; formas que surgieron a través de los elementos del entorno natural, o bien, de la intervención humana, que imprime su marca en el espacio.

2.2 ESPACIO RURAL Y URBANO

2.2.1 ESPACIO RURAL

Figura 1.
Actividad primaria en espacio rural.

Fuente:
<http://info7.blob.core.windows.net.optimalcdn.com/images/2016/11/10/517463_actividad_economica_mexico.jpg>

Si bien no existe una definición unívoca respecto al concepto del espacio rural, es posible hallar variadas definiciones. Según Salas (s.f), la más común hace alusión a la actividad económica realizada en el espacio, correspondiente a una forma de ocupación laboral donde la mayoría de la población se dedica a actividades primarias; principalmente agropecuarias, agroindustriales, extractivas o de conservación ambiental y de silvicultura, entre otras. A diferencia de las actividades laborales del mundo urbano, que se distingue por realizar actividades terciarias o de servicios.

Según Gómez (2008 citado en Salas, s.f), los espacios rurales y urbanos son vistos como mundos diferentes y distantes, contrapuestos entre sí. Debido a esto, crea nueve lineamientos en los que basa las diferencias entre espacios rurales y urbanos.

1- Diferencias por ocupaciones. El espacio rural se encarga de actividades primarias, mientras que el urbano se encarga de ocupaciones terciarias.
2- Diferencias ambientales. Las áreas rurales de acuerdo a su actividad, mantiene relación directa con el medio ambiente, no así la situación de la urbe, encontrada inmersa en un am biente artificial, dentro de una ciudad de piedra y fierro.
3- Diferencias en el tamaño de las comunidades. Las áreas rura les de acuerdo a la actividad que realizan, necesitan de gran des espacios para producir, por lo tanto, la cantidad de perso nas no puede habitar un terreno que debe ser usado, a dife rencia de la ciudad.
4- Diferencia en la densidad de población, debido a la explica ción del punto recién mencionado, el espacio rural mantiene una densidad menor que la urbe.
5- Diferenciación en la homogeneidad/heterogeneidad de la po blación, la población rural compartir rasgos comunes y mantener una población estable tiende a la homogeneiza- ción; mientras que la ciudad al estar abierta a la renovación de población con nuevas y variadas formas de ser y actuar, tiende a ser heterogénea.
6- Diversidad en la diferenciación, estratificación y complejidad social. Mientras que la urbe posee una compleja estratifica ción y diversificación social, en las comunidades rurales se mantiene una menor diferenciación en la estratificación al ser grupos más homogéneos y de menor cantidad.
7- Diferencia en la movilidad social. Las áreas urbanas poseen mayor facilidad de conexión en relación al acceso a diversos puntos de la ciudad. Mientras que las zonas rurales cuentan con menor accesibilidad que mantiene una restringida movili dad por parte de la población.

Figura 1.
Actividad terciaria en espacio urbano.

Fuente:
<https://pixnio.com/es/arquitectura/centro-ciudad/paisaje-urbano-centrico-ciudad-arquitectura-edificios-ciudad-de-negocios>

8- Diferencia en la dirección de las migraciones, existe sólo una línea unidireccional de migración, desde el campo hacia la ciudad.

9- Diferenciación en los sistemas de integración social. Hace referencia a las oportunidades de relación y contacto social entre los individuos que conforman la población de cada espacio. La integración de la urbe es mayor producto de la densi dad poblacional, en contraposición a los espacios rurales donde se mantiene una menor relación.

2.2.2 ESPACIO URBANO

Son aquellos espacios que se encuentran al aire libre y que permiten la comunicación, tránsito e interacción social de los habitantes dentro de la ciudad (Palomares, 2011). En este espacio es posible realizar actividades que transcurren en la vida cotidiana de los habitantes.

Dadas las condiciones complejas y la evolución que estos espacios presentan, se hace necesario identificar y analizar los espacios urbanos de carácter privado, semi-público y público, que son delimitados por el paramento de edificios y barreras físicas naturales que los colindan (mar, ríos, relieves topográficos, etc).

2.2.3 ESPACIO URBANO DE CARÁCTER PRIVADO

Son aquellos espacios que poseen acceso restringido en todo momento, siendo de uso exclusivo de propietarios y para quienes sean designados por ellos, siendo delimitados por barreras físicas, que limita las actividades y usos desarrollados dentro de éstos.

2.2.4 ESPACIO URBANO DE CARÁCTER SEMI-PÚBLICOS

Mantienen un acceso restringido a un horario definido, con el fin de transitar y permanecer en ellos. Si bien no son espacios tan predominantes como los de carácter público, recientemente la tendencia a establecerlos se ha incrementado, al representar “mayor control y seguridad”. Sin embargo, el estar sujetos a una condicionante para su acceso y permanencia, disminuye significativa la gama de actividades y las posibilidades de interacción social, mermando el sentido de lo improvisado y lo espontáneo que tiene el espacio público.

2.2.5 ESPACIO URBANO DE CARÁCTER PÚBLICO

Tradicionalmente, el Espacio Público fue concebido como el lugar de encuentro e intercambio, caracterizado por ser un ámbito abierto por y para el ejercicio de la vida en sociedad que enriquece las prácticas urbanas y alienta la participación de los ciudadanos y su interés por cuestiones comunitarias. Representa el lugar idóneo para albergar el cotidiano transcurrir de la vida colectiva: el desarrollo de actividades deportivas, recreativas, artístico-culturales, de esparcimiento, y en general para el uso y disfrute de la comunidad de forma libre y el tiempo que se desee.

La recreación, concepto fundamental que se encuentra dentro del espacio público y dentro del proyecto, es definida por la RAE (s,a) como el alivio del trabajo, para crear o producir algo nuevo, en relación a la diversión y entretención. En teoría, el concepto de la recreación se ve como una actividad que tiene un propósito positivo en las personas, donde es posible recibir satisfacción, placer y enriquecimiento creativo, ya que a través de ella se obtienen valores, tanto personales, como sociales.

Debido a esto, los individuos eligen los espacios públicos para realizar actividades de recreación, ya que es posible encontrar características, y grupos sociales acordes a lo que se busca. Por su parte, la amplitud de espacio que conlleva, permite realizar actividades de diferente índole como, por ejemplo, la deportiva o la cultural.

Por lo mismo, el espacio de carácter público brinda identidad y carácter a una ciudad, posibilitando el reconocimiento de tal, y por ende una forma de vivirla. Conserva la memoria de sus habitantes, ya sea en sus espacios naturales, culturales como patrimoniales.
Los espacios públicos son los que mayor predominio tienen dentro de la ciudad distinguiéndose los siguientes tipos:

Plazas.
Parques.
Jardines.
Glorietas.
Puentes peatonales.
Puentes Vehiculares.
Áreas Residuales.
Calles.

Figura 3.
Referente de plaza.
Fuente:
<http://cdn.platafomaurbana.cl/wp-content/uploads/2007/09/179321211_la_plaza_1.jpg>

Figura 4.
Referente de parque.
Fuente:
<http://losarbolesinvisibles.com/wp-content/uploads/2015/11/Parque.jpg>

Figura 5.
Referente de jardín vertical.
Fuente:
<http://hd.clarin.com/post/83531776262/jardines-verticales-adornan-dos-edificios-en>

2.2.5.1 TIPOS DE ESPACIOS URBANOS DE CARÁCTER PÚBLICO

- La Plaza

La plaza se presenta como el espacio abierto urbano nodal y articulador dentro de la ciudad que permite el esparcimiento, el encuentro y la interacción social, y al mismo tiempo hace posible la generación de vínculos de identificación entre los habitantes y la ciudad que posibilitan el desarrollo de una amplia gama de actividades y usos.

- El Parque

Este espacio junto con el de la calle y la plaza forma parte fundamental dentro de la estructura urbana; presentándose éste como el espacio abierto que logra mitigar la congestión ambiental y visual producida por los edificios y los automóviles. A través de las áreas de esparcimiento y el tipo de vegetación presente, que dota de carácter específico al parque, trata de contrarrestar los efectos estresantes de la cotidianeidad y monotonía urbana en los habitantes, funcionando como una válvula de escape en la ciudad.

- El Jardín

Son espacios entre los edificios que necesariamente presentan vegetación. Generalmente ocupa la mayor parte o la totalidad de la superficie que comprende el jardín. Surgen como espacios de descanso, contemplación y disfrute de los habitantes dentro de la ciudad. Existen casos en los que los jardines pueden ser verticales a modo de una pantalla de vegetación, siendo estos sólo para la contemplación externa de los habitantes.
Al igual que los parques, el jardín permiten descongestionar la saturación que presenta la condición urbana (smog, ruido, contaminación visual, etc.) contribuyendo a mejorar la calidad de vida de los habitantes en las zonas cercanas a estos espacios.



Figura 6.
Referente de glorieta.
Fuente:
<<http://fotos.eldiariomontanes.es/201305/torrelavega-rotonda-glorieta-cuatro-cuadros-x-.jpg>>

Figura 7.
Referente de puente peatonal.
Fuente:
< http://3.bp.blogspot.com/-PrPFlpQeU-8/VdsjB2T4DaI/AAAAAAAADEY/RMchwUkXwXU/s1600/Puente_Peatonal_Kilomtero_ocho.jpg>

Figura 8.
Referente de puente vehicular.
Fuente:
< http://www.vicaya.com.mx/cocodriloazul/wp-content/uploads/2015/03/PUENTE-VEHICULAR-SANTIAGUITO-TENANGO-CARR-TOLUCA-TENANGO-trabe-cajon-a.jpg>

- **La Glorieta**

Espacio que forma parte del sistema vial, diseñada para facilitar el tránsito vehicular en un punto de cruce de dos o más vías. Si bien las dimensiones y elementos que integran una glorieta pueden variar de un caso a otro, existe algún elemento en común que permite su identificación, siendo estos en muchos casos parte importante de la imagen de la ciudad como un hito.
Pocas veces se pueden considerar espacios de tránsito peatonal cotidiano, dadas sus condiciones contextuales como espacio rodeado de vialidades, quedando como una isla en medio del tráfico vehicular de la ciudad, por lo que los peatones la perciben a lo lejos, reconociendo solo aquellos elementos que sobresalen dentro de ésta.
Las glorietas particularmente como espacios abiertos urbanos toman en muchas ocasiones el papel de plaza, concentrando diversos actos públicos y de congregación popular para hechos relevantes, identificándose por los habitantes como un punto nodal y de alta representatividad colectiva.

- **El Puente Peatonal**

Espacio elevado de circulación exclusivo para los peatones y/o ciclistas, que brinda seguridad en un trayecto determinado en el que las condiciones de tránsito vehicular y/o barreras físicas naturales (ríos, lagos, relieves topográficos, etc.) dificultan y ponen en riesgo el desplazamiento de los peatones de un punto específico a otro.
Una gran parte de los puentes peatonales que existen, carecen de condiciones óptimas para su funcionamiento, lo que propicia su deterioro paulatino y su uso como espacios de vandalismo; siendo el refugio perfecto para cometer actos delictivos, percibiéndose en este caso el puente peatonal como un espacio inseguro, cuando su función es lo contrario, brindar seguridad.

- **El Puente Vehicular**

Estructura de grandes dimensiones que surge como un elemento urbano que ayuda a hacer más eficiente el flujo vehicular en una determinada zona de la ciudad, librando vialidades o barreras naturales, conectando de manera directa un determinado punto con otro, disminuyendo significativamente los tiempos de recorrido.
Las actividades que pueden realizarse son muy amplias, ya que los habitantes tienden a apropiarse de ellos, optando por las actividades y usos más convenientes que deseen.

Figura 9.
Referente de área residual.
Fuente:
< https://inmediaresmagazine.files.wordpress.com/2015/06/dsc01842.jpg >

Figura 10.
Referente de calle.
Fuente:
<https://inmediaresmagazine.files.wordpress.com/2015/06/dsc01842.jpg >

- Áreas Residuales

Espacios que surgen como áreas sobrantes de la distribución y ordenamiento de la estructura urbana. En algunas ocasiones las áreas residuales resultan como elementos separadores y conductores del tránsito vehicular, en estos casos los espacios quedan como pequeñas isletas en medio de la calle.
Dentro de las áreas residuales se pueden encontrar diferentes elementos aparte de la vegetación como son fuentes, esculturas, señalamientos, luminarias, etc., que cuando tienen un mantenimiento constante contribuyen a mejorar la imagen de la zona, sin embargo, existen otros tantos casos en los que estas áreas son abandonadas, lo que propicia una percepción de inseguridad e insalubridad. Cuando las estas áreas carecen de mantenimiento son más susceptibles a ser apropiadas por intereses particulares, estableciendo puestos ambulantes de comercio, campamentos improvisados para vivienda, lugares de estacionamiento, entre otros, contribuyendo al deterioro paulatino de éstos.

- La Calle

Por excelencia es el espacio urbano que permite el tránsito y la comunicación física de los habitantes dentro de la ciudad. Además de presentarse como el espacio urbano que va hilando y construyendo la estructura urbana entre las diferentes zonas de la ciudad.
Cabe señalar que la percepción de una calle, tendrá que ver a su vez con la condición de peatón u automovilista; en el caso de los primeros los sentidos están atentos a todos los sucesos que se presentan de manera directa (sonidos, olores, temperatura, relieves en pavimentos, contacto físico entre personas, etc.); mientras que en el caso de los segundos, se percibe la calle a través de filtros (cristales, aire acondicionado, radio etc.), situación que cambia totalmente el sentido y la relación con el espacio.
Las calles establecen una relación directa con los edificios que componen los paramentos que la delimitan, lo que expresa una relación de usos y actividades públicas y privadas, que en varias ocasiones transforma la función primera de la calle como espacio de tránsito y comunicación, para establecerse como un espacio multifuncional y de interacción social.
La gama de actividades y usos que pueden observarse en una calle es variable ya que dependiendo de la configuración particular de cada tramo la dinámica será diferente, si existen espacios atractivos de actividades la gama será mucho más amplia.

2.2.5.2 ORÍGENES Y DESARROLLO DEL ESPACIO PÚBLICO

Los espacios públicos surgen alrededor del VIII milenio A.C, cuando la forma de vida humana pasa de ser nómada a sedentaria, en la denominada Revolución Neolítica. Amado (2012) señala que a partir de ésta época, las relaciones sociales y la especialización del trabajo comienzan a multiplicarse, aumentando la complejidad.

El desarrollo de los espacios públicos, se origina con la aparición del comercio en la ciudad, al existir excedentes en torno a la producción, aumentan la necesidad de los intercambios de mercadería. Hecho por el cual se comienzan a utilizar caminos y espacios entre las edificaciones construidas, que otorgan nuevas funciones a los lugares; generando espacios de circulación como de comercio, además de espacios de ocio y socialización.
En este punto de la historia, el Estado comienza a cobrar un rol importante, basado en el cuidado y la protección de los espacios públicos, con el fin de garantizar su destino al uso común.

Desde sus comienzos, la creación de espacios de carácter público forma parte de la historia. El ágora y el teatro griego, el foro y los grandes espacios e infraestructuras del Imperio Romano, representan la necesidad y la intención de las sociedades clásicas por constituir ambientes de expresión de ideales compartidos en los cuales cada individuo desarrolla su persona y a la vez reivindica su pertenencia a un grupo determinado, según dicta el Harvard project on the city, en Mutations (2000).

A partir de la época medieval, los espacios públicos respondieron a temas religiosos, teniendo como resultado la construcción de grandes templos y otros edificios públicos en las plazas centrales de las ciudades. El sentimiento y la necesidad de congregación y expresión ciudadana de la sociedad continuaban presentes.

En plena Revolución Industrial europea, los espacios públicos, en específico los espacios verdes, fueron planteados como lugares e instrumentos ideales para la promoción de la salud en oposición a las pésimas condiciones de trabajo en las industrias y el desbordante crecimiento de las ciudades.

Actualmente, el espacio público está asociado al impacto del crecimiento acelerado y desordenado del hábitat en la periferia urbana, sin atenerse a ningún tipo efectivo de estrategia de desarrollo urbano local.

2.2.5.3 CRISIS DEL ESPACIO PÚBLICO

El crecimiento acelerado y desordenado de la ciudad, se ve reflejado a través de una variedad de formas. Perahia (2007) señala, que éstas formas se manifiestan a través de la ocupación de manera informal, de la implementación de políticas de vivienda que tratan de resolver el crecimiento urbano con proyectos localizados dentro de una marcada dispersión territorial y una escasa articulación con la trama existente; y con la acción de los privados que se aíslan, a través de los desarrollos suburbanos, formando la aparición de verdaderos polígonos cerrados, ajenos a la ciudad existente.

El progresivo aumento desacelerado y desordenado de la ciudad se ve propiciado por una variedad de formas que se han ido presentando a lo largo de la época actual; tal como las ocupaciones informales, la implementación de políticas de vivienda que generan escasa articulación con la trama existente; y por la aparición del accionar privado, formador de espacios ajenos a la ciudad existente.

El espacio público sufre una crisis en sus dos dimensiones: *"como elemento ordenador y polivalente y como elemento de continuidad"* (Borja, 1998), es decir, hay problemas a nivel de lugar de intercambio en el trascurrir de la vida colectiva como también en la expresión que proporciona la identidad ciudadana.

La multiperspectividad de los actores sociales frente a una misma realidad, en un determinado periodo de la historia, comienza a pesar en la balanza de decisiones, que compromete la gestión del espacio público. La sociedad se desarrolla en forma desequilibrada y el espacio público es uno de los espejos que sin filtro devuelve la imagen de la sociedad.

2.2.5.4 LA “DESIDENTIFICACIÓN” Y LA “INSIGNIFICANCIA” DE LOS ESPACIOS

La privatización de los espacios como la intervención urbanística para destinarlos a los sectores más pudientes del mercado provoca la segregación, el aislamiento y la inaccesibilidad para algunos de los miembros de la comunidad como menciona Amado (2012). Tendencia que contribuye a afectar la participación del espacio público en la conformación de una identidad colectiva; así como señala Augé (1992) se genera una ausencia de identidad, provocada por las tres figuras del exceso que resultan ser la *“superabundancia de acontecimientos, la superabundancia espacial y la individualización de las referencias”*, que encuentran su completa expresión en el marco de los no lugares; la cual no crea ni identidad singular ni relación, sino soledad y similitud.

En estricto rigor, dicha tendencia no sólo contribuye a afectar la participación del espacio público en su desindentificación con él, sino que también genera un marcado aumento en la inseguridad, que provoca una pérdida en la utilización activa y la significación de esos espacios. Provocando espacios vacantes, cuya potencial planificación, reforzaría la construcción de la identidad de la sociedad.

2.2.5.5 DIALÉCTICAS URBANAS Y CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICADOS

El ser humano interviene el espacio con el objetivo de ser ocupado, de servir y de ser usado. Para interactuar con las personas como con el entorno que lo rodea. A su vez, el espacio intervenido se encuentra definido a través de reglas y convenciones. En él, Valera (1999) señala que tanto las características físico-arquitectónicas como las normas de uso posibilitan dos facetas que se definen sobre una misma unidad. Las personas interpretan y reinterpretan constantemente esa unidad, significándola para cada ocasión, para cada momento concreto creando así configuraciones contextualizadas *“persona-entorno”*, escenarios para el comportamiento, para la relación.
En torno a esto, Koolhaas (2001), plantea que una nueva ciudad está apareciendo. En contraste a lo que él denomina *“ciudad genérica”*, caracterizada por la homogeneidad y continuidad, surge una nueva forma denominada *“ciudad emergente”*, cuya preferencia resulta ser la discontinuidad y la ruptura como máximos atributos. Donde la incertidumbre tiene un papel protagónico irrigando territorios de nuevos potenciales dentro de la ciudad.

2.3 APROPIACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO

Luego del consiguiente abandono de las infraestructuras y bienes públicos, en manos de capitales privados; hoy los espacios públicos son nuevamente reconocidos como elementos centrales de la estructura de la ciudad, y más allá de los beneficios sociales y ambientales, Fonseca (2014) señala que los espacios públicos constituyen una herramienta urbanística y un instrumento vital para la renovación y recuperación del espacio urbano, la calidad de vida, la generación de valores culturales, la extensión de infraestructuras, el estímulo a la inversión y al mercado inmobiliario.

Los espacios públicos como los parques, las explanadas, ciertas calles o avenidas, son lugares usados para la recreación, es decir, son espacios donde los habitantes de una ciudad pueden expresarse de forma artística, deportiva y cultural. Las grandes urbes que van creciendo, tanto en habitantes, como en espacios privados provocan la reducción de los espacios libres para la recreación, lo que repercuten en la calidad de vida de los habitantes de las ciudades.

Paradójicamente en la actualidad en las grandes ciudades hay un notable crecimiento de esparcimiento social pero sólo en puntos específicos y céntricos de las mismas, los espacios públicos como los parques de las grandes avenidas, son ejemplos del interés y la necesidad de espacios para la realización de distintas actividades personales y colectivas de ciertos grupos de personas, incluso si el espacio no es del todo adecuado para la realización de dichas actividades, un ejemplo claro de este fenómeno es el caso de los llamados skaters que usan las bardas de los jardines, y de algunas arterias viales para realizar su práctica beneficiándose del espacio, lo que incluso, puede molestar a otra parte de usuarios que conviven en ese mismo espacio público. Otro ejemplo resulta ser el parkour, disciplina que consiste en el desplazamiento a través del medio urbano que tiene como objetivo la superación de cualquier tipo de obstáculos de la forma más fluida y eficiente posible, y con las únicas posibilidades que brinda el cuerpo humano.
Las novedosas formas de reorganización actual de los espacios públicos en la ciudad, da como resultado una manera diferente de vivirla, de relacionarse y de pensarla.

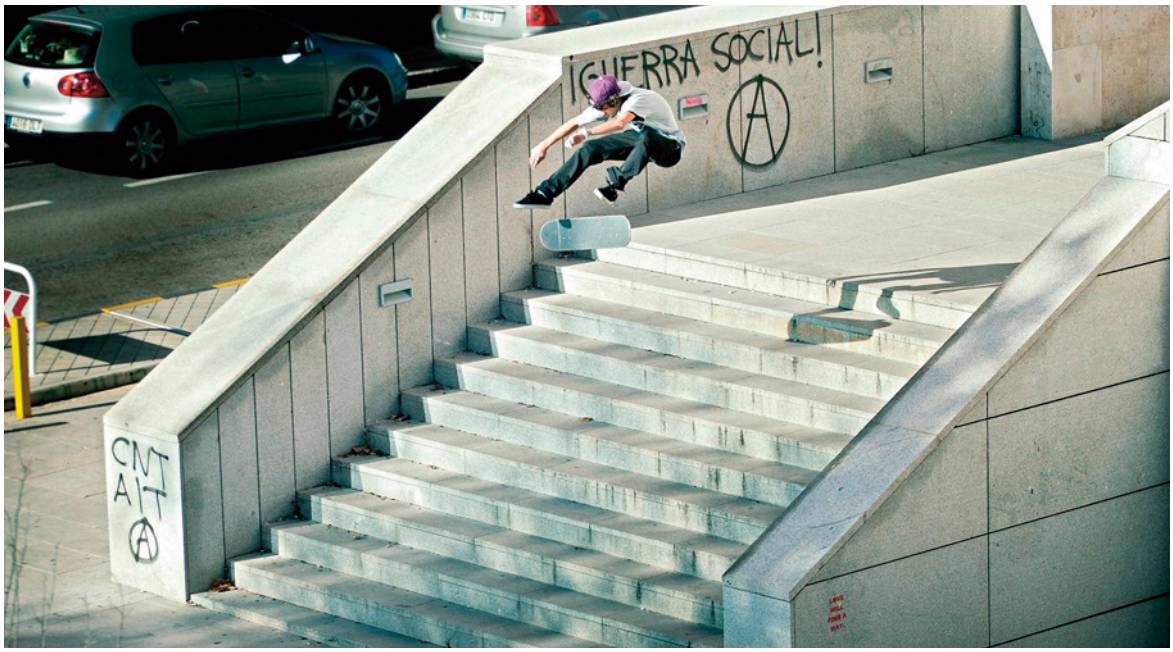


Figura 10.
Parkour.

Fuente:
<https://image.redbull.com/rbcom/010/2014-11 24/1331691 746154_2/0010/1/1500/1000/1/sergio-munoz-frontside-flip-madrid-sergio-alvarez.jpg>

< http://junemail.net/2017/01/12/parkour-sport-uk/>

2.3 .1 LA APROPIACIÓN COMO PUNTO DE PARTIDA

El empleo del uso del concepto de apropiación en primera instancia se remonta a las visiones marxistas aportadas por la psicología soviética encabezadas por Lev Semionovich Vigotski y continuada por Aleksei Nicolaevich Leontiev. Concibiendo la apropiación como un mecanismo básico del desarrollo humano, por el que la persona se "apropia" de la experiencia generalizada del ser humano, lo que se concreta en los significados de la "realidad".

Más tarde surge la concepción de la apropiación del espacio, producto de las visiones fenomenológicas aportadas por la psicología del espacio del núcleo académico de la ciudad francesa de Estrasburgo, encabezada por Abraham A. Moles en la década de 1960.
En este punto, la apropiación consiste en la realización de la persona mediante las propias acciones, en un contexto sociocultural e histórico. Proceso que es de dominio de las significaciones del objeto o del espacio que es apropiado, independientemente de su propiedad legal. Según (Korosec-Serfaty, 1976 citado en Fonseca, 2014) la apropiación es un fenómeno temporal, es decir, considera los cambios en la persona a lo largo del tiempo. Tratándose de un proceso dinámico de interacción de la persona con el medio.

Debido a la asociación de la palabra "apropiación" con la de adquisición indebida de algún bien, es que durante cierto tiempo entre la comunidad científica se optó por desarrollar en menor nivel este concepto, siendo acotado desde otros conceptos cercanos, especialmente el del apego al lugar (place-attachment).

2.3 .2 DEFINICIÓN APROPIACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO

Para Fonseca (2014), la apropiación es un proceso dialéctico por el cual se vinculan las personas y los espacios, dentro de un contexto sociocultural, cuyo objetivo se centra en la realización de actividades de tipo cultural o deportivo como también de distintas manifestaciones de prácticas individuales o colectivas, en lugares o espacios públicos que no han sido necesariamente diseñados para tales tipos de actividades; sin embargo, las personas le entregan ese uso, apropiándose de dicho lugar.

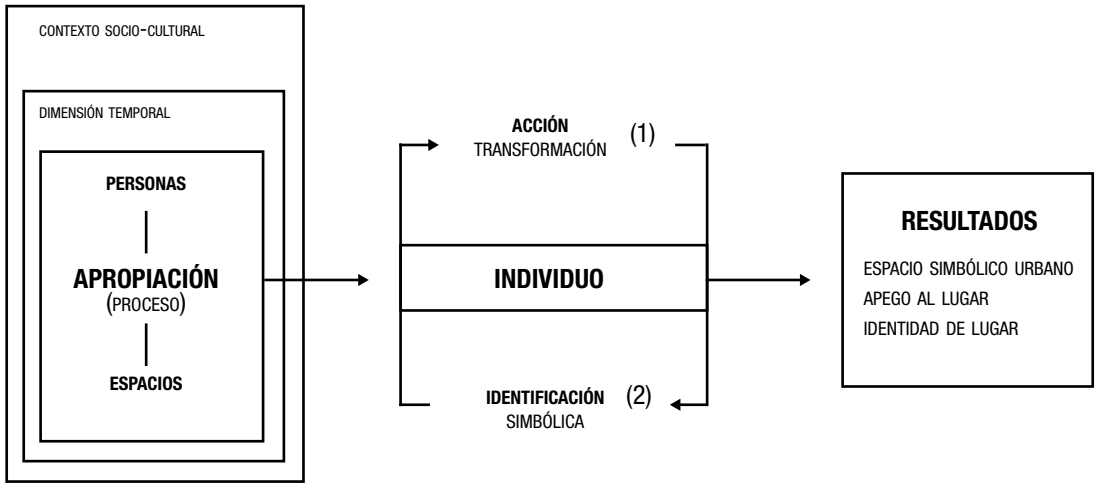


Figura 11.
Proceso de apropiación.

Fuente:
Elaboración propia.

Este proceso se desarrolla según Fonseca (2014) a través de dos vías complementarias, la *acción-transformación* (1) como un componente primario y la *identificación simbólica* (2) como un componente más elaborado. A pesar de eso, la segunda fase revierte sobre la primera, estableciendo un proceso cíclico y temporal. Así, el proceso de apropiación consiste en su primera fase en actuar sobre un lugar modificando y adaptándolo para dotarlo de significación, dejando presente su *"huella"* en forma de señales y marcas, con una carga simbólica. Mientras que en la segunda fase el individuo se identifica con esa significación que ha creado y tiende a preservarla, con el fin de resistirse a su transformación.

Por su parte, Giménez (citado en Fonseca 2014), también plantea una explicación en torno al fenómeno de la apropiación, cuando crea dos categorías para definir dicho fenómeno, por un lado la *"utilitaria funcional"* que se refiere al espacio utilizado para el intercambio de recursos o para el medio de sobrevivencia. Los indigentes son un ejemplo de esta categoría de apropiación, así como los vendedores ambulantes. La otra forma o tipo de apropiación mencionada hace referencia a la *"simbólica cultural"*. Ésta se refiere a cuando al espacio se le entrega un cierto valor para cuestiones políticas, culturales, tradicionales, entre otras. En este tipo de apropiación, la sociedad suele fragmentarse más, según el uso que se desea dar al espacio, esto se refiere a cuando ciertos grupos de personas le dan un uso más ocupacional que funcional lo que genera la segregación de otras personas que no pertenecen a dicho grupo.

Es importante hacer la distinción entre uso y apropiación del espacio, llegando a la conclusión de que las ocupaciones del espacio que se extienden a lo largo de un periodo de tiempo, se convierten en apropiaciones, es decir que van más allá del simple uso que se hace al ocupar un espacio; la apropiación en cambio, implica utilizar el espacio durante mucho más tiempo, indica Torres (2009).

El fenómeno de la apropiación no es un tema reciente, a través de la historia y de variados contextos sociales de la ciudad es posible distinguir agrupaciones de personas en espacios comunes que van creando tradiciones con el paso del tiempo, por ejemplo, tiempo atrás, grupos de personas mayores solían apropiarse cada tarde en la banca de su cuadra para juntarse a conversar, rezar, tejer o algún tipo de actividad similar.

Por lo tanto, el hombre entrega un sentido social y cultural a su entorno, transformándolo y apropiándose de su medio ambiente, ya sea en términos materiales como simbólicos. Con ello permite crear identidad, sentido de pertenencia, relaciones, además de redes de entre los grupos que lo conforman, afirma Ontiveros Acosta y Freitas Taylor (2006).

2.3.3 CAUSAS Y CONSECUENCIAS

2.3.3.1 LA PROBLEMÁTICA ACTUAL DE LA CIUDAD

La ciudad es el lugar donde miles de personas habitan y socializan de formas distintas con otras personas pertenecientes al mismo entorno. En ese contexto los espacios públicos cumplen con el papel de lugares para la interacción social.
Borja (1998) estipula que la historia de una ciudad es representada por su espacio público, las relaciones sociales entre sus habitantes, la relaciones de poder y las formas de vivir en la ciudad; materializadas y expresadas en la conformación de sus espacios comunes de encuentro ciudadano, espacios como las calles, monumentos, plazas, estaciones de transporte, etc., ordenan cada zona de la ciudad entregando un sentido a la expresión colectiva, la diversidad social y cultural.

Pero así como es posible distinguir las relaciones que se practican en torno al espacio público, también es posible hallar falencias en relación a la planificación urbana dispuesta en la ciudad que afectan la forma de interactuar y de vivir la ciudad. Para Borja (1998), la ciudad actual se compone de tres procesos negativos que responden a esta problemática:

1. Disolución: Existe una urbanización desigual así como un debilitamiento o especialización de los centros.

2. Fragmentación: La combinación del capitalismo con la lógica sectorial de las administraciones públicas, produce la multiplicación de elementos dispersos y monovalentes en territorios cortados por vías de comunicación.

3. Privatización: Existe una gran generalización de espacios según clases sociales, desde condominios de lujo, hasta las favelas o barrios similares, así como la sustitución de las calles, las plazas y los mercados, por centros comerciales.

Estos tres procesos son los que determinan la casi desaparición del espacio público como espacio de ciudadanía tradicional, ya que acentúan las problemáticas de la ciudad. La transformación de los espacios públicos en centros privados representa costos sociales como el acceso democrático y responsabilidad pública, por su parte la privatización representa crecientes exclusiones sociales y desigualdades señala Borja (1998).

Por último, y un tema que ha cobrado una creciente importancia, es lo relativo a la movilidad; por lo que constantemente se piensa en cómo resolver problemas como el tránsito y la seguridad. Sin embargo, afrontar sólo estas temáticas conduce a más problemas. *"Las pautas sociales de las clases medias, la mayoría de las veces, dan prioridad al uso del automóvil y las vías urbanas, acentuando de esta manera la segmentación urbana, lo que aumenta las distancias y multiplica la congestión y embotellamientos"* (Borja 1998: 14).

Borja (1998) concluye que el problema de la ciudad es debido a una "falsa" libertad propuesta por la ciudad, que suele ser desvanecida por la presencia del temor, cuyo origen se asienta en la delincuencia, el tránsito, y por ende en la misma ciudad. Determinando como única solución, la búsqueda de lugares específicos que garanticen la verdadera libertad.

2.3.3.2 CONSECUENCIAS DE LA APROPIACIÓN

Al entender al espacio público como un generador de calidad de vida, no resulta absurdo suponer que el espacio de apropiación pase a ser considerado como un "*factor de continuidad y estabilidad del self , a la par que un factor de estabilidad de la identidad y la cohesión del grupo"* (Vidal, T., & Pol, E. 2005).

Por otro lado la apropiación del espacio es una forma de entender la generación de los vínculos con los lugares, por lo que entre sus principales resultados destacan los aspectos de la identidad y el apego al lugar, los que pueden entenderse como facilitadores de los comportamientos respetuosos con los entornos derivados de la implicación y la participación en éstos.
Todo esto supone entender el proceso de apropiación dentro de la conceptualización de la relación entre los seres humanos y los entornos, cuestión que se aborda en el siguiente apartado.

2.4 IDENTIDAD

2.4.1 CUANDO EL ESPACIO NOS SIGNIFICA: IDENTIDAD Y LUGAR

Los procesos psicosociales de comparación, categorización e identificación evidencian la relación intrínseca entre la identidad social y la individual o personal.
La identificación con los demás (identidad social y compartida) y la diferenciación con los otros, para ser considerados como únicos (identidad personal).

En la relación entre la identidad y los lugares es pertinente recoger la precisión de Graumann (1983 citado en Vidal, T., & Pol, E. 2005) con respecto a la identificación, al destacar tres procesos que de manera dialéctica provocan la continuidad y el cambio en la identidad:

- Identificar el entorno.
- Ser identificado por el entorno.
- Identificarse con el entorno.

2.4.2 DEFINICIÓN DE IDENTIDAD

La identidad es un conjunto articulado de rasgos específicos de un individuo o de un grupo que constituye un sistema de símbolos y valores que permiten afrontar diferentes situaciones cotidianas, operando como un filtro que ayuda a decodificarlas y a comprenderlas.

Cada cultura y subcultura transporta valores e indicadores de acciones, de pensamientos y de sentimientos. De acuerdo con Giménez (1997, 2004 citado en el "Dossier para una educación intercultural", sf.) la identidad está, a menudo, relacionada con grandes corrientes culturales y también limitada a ellas: la procedencia territorial, el color de la piel, la religión, entre otros.

La identidad se transforma en la síntesis que cada uno hace de los valores y de los indicadores de comportamientos transmitidos por los diferentes medios a los que pertenece. Integra esos valores y esas prescripciones según sus características individuales y su propia trayectoria de vida.

Además se encuentra en continua evolución, siendo cambiante y constante en el transcurso de la vida. La base de la experiencia emocional de la identidad surge de la capacidad del individuo de sentirse él mismo a través de los cambios continuos. El proceso de conjugar permanentemente lo nuevo con lo antiguo, de manera que lo nuevo sea percibido como una relación aceptada de lo que ya existía antes. Integrando lo nuevo en lo mismo hay un cambio en la continuidad. El sentimiento de identidad permanece en tanto que el sujeto consigue alterar el sentido de continuidad.

Para Colhoun (1994, citado en el Dossier para una educación intercultural, sf.) *"la construcción de la identidad no es un trabajo solitario e individual,* sino que se modifica *en el encuentro con el otro, cuya mirada tiene un efecto sobre ella"*. La identidad se sitúa siempre en un juego de influencias con los otros, en un constante movimiento de ida y vuelta, los otros definen al sujeto y éste se define en relación a ellos.

2.4.3 IDENTIDAD DE LUGAR

El concepto de identidad de lugar (place identity) fue desarrollado por Harold Proshansky y sus colaboradores (Proshansky, 1978; Proshansky, Fabian y Kaminoff, 1983 citado en Berroeta et al, 2015), para describir el papel que tienen las propiedades físicas del entorno residencial sobre la estructura de la personalidad, en concreto sobre la identidad personal. Para estos autores, los escenarios físicos en que el hombre se desarrolla contribuyen a establecer su identidad, de igual forma que el sexo, la raza, la clase social, la ocupación, etc.

La mayor parte de las teorías coinciden en que el desarrollo del *"self"* (autoconcepción propia que posee el sujeto de él mismo) se basa en la diferenciación entre uno mismo y los otros. Sin embargo, tal como indican Proshansky y cols. (1983 citado en Berroeta et al, 2015), esta diferenciación se extiende a los objetos y espacios físicos en que se encuentran.

El planteamiento central de los principales estudios sobre Identidad de lugar (Bonaiuto & Bonnes, 2000; Proshansky et al. 1983; Twigger-Ross et al, 2003 citado en Berroeta et al, 2015), es que la identidad personal del individuo se construye en relación con su entorno físico, al igual que su identidad social se construye en relación con su pertenencia a otras categorías sociales como el sexo, la raza o la clase social. Se considera entonces que la Identidad de lugar es una dimensión del self, que define la identidad en relación con el entorno físico (Proshansky et al. 1983 citado en Berroeta et al, 2015).

El niño aprende *"quién es él"* no sólo a través de su relación con otras personas sino también con los objetos y espacios que lo rodean (juguetes, ropa, casa, ciudad, etc.) menciona Berroeta et al, 2015. Asimismo, en contra del concepto tradicional del *"self"* como un sistema estable, unificado e integrado, estos autores defienden que tanto el *"self"* como la identidad personal son estructuras que cambian a lo largo de todo el ciclo vital.

Figura 12.
Imagen del High line en New York.

Fuente: <http://www.archdaily.com/550810/take-a-walk-on-the-high-line-with-iwan-baan#_=_>

2.5 CASOS REFERENCIALES EN ESPACIOS PÚBLICOS INTERNACIONALES

2.5.1 PROYECTOS DE CASOS DE APROPIACIÓN

2.5.1.1 HIGH LINE (Nueva York)

Es un parque público ubicado a 8 metros sobre el suelo. Pastorelli (2009), destaca que su gran particularidad además de su altura, ha sido la apropiación de las vías de un ferrocarril abandonado, con el fin de devolver parte de la naturaleza a la ciudad.

El espacio ferroviario data del año 1930, y llevaba aproximadamente veinte años en desuso, hasta que en 1999, los responsables de la ciudad propusieron su demolición. Con el fin de transformar un espacio en desuso y peligro por la sociedad a un lugar de encuentro y bienestar natural.

Figura 13.
High line.

Fuente: <http://www.archdaily.com/550810/take-a-walk-on-the-high-line-with-iwan-baan#_=_>

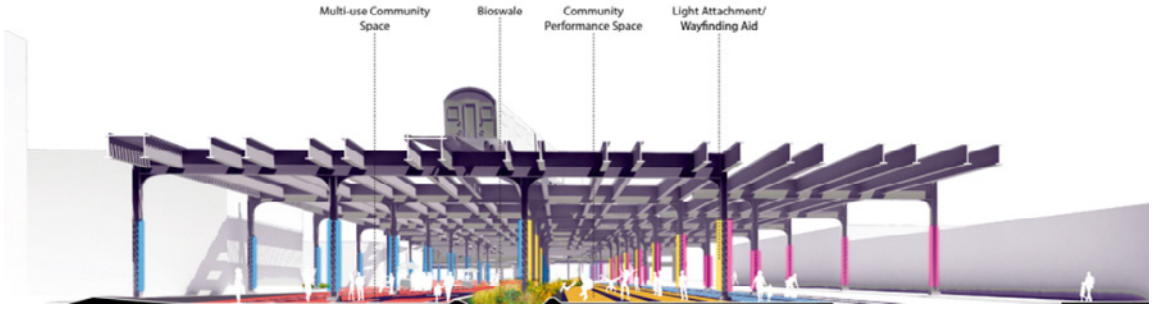


Figura 14.
Broadway Junction.

Fuente: © Susannah C. Drake, Design Trust for Public Space. *<http://www.plataformaurbana.cl/archive/2015/06/29/seis-propuestas-para-recuperar-los-espacios-perdidos-bajo-una-autopista-de-nueva-york/>*

2.5.1.2 UNDER THE ELEVATED

Desde el año 2013, se crea este proyecto cuyo fin es la recuperación de espacios bajo los puentes y pasos sobre nivel de la autopista Brooklyn Queens Expressway (BQE)
Así lo expresa Martínez (2015), quien además menciona que la autopista (BQE) divide dos condados de Nueva York desde hace más de 50 años, tiempo en el que los espacios bajo su infraestructura se han convertido en inseguros, residuales y sucios.
El equipo de trabajo cuenta con profesionales provenientes de la arquitectura y las artes, el diseño y la fotografía, y el paisajismo y urbanismo. Además de un Comité Asesor, integrado por ingenieros de tránsito y representantes de los vecinos.

2.5.1.2.1 Broadway Junction (Brooklyn)

Martínez (2015) describe el Broadway Junction como aquella estación intermodal donde convergen cinco líneas de metro y varios recorridos de buses, la cual posee bastante actividad durante gran parte día en las estructura elevadas. Sin embargo, bajo éstas, el paisaje es bastante inhóspito y solo son lugares de paso para entrar a la estación.

Por lo tanto, se propone pintar las vigas de varios colores para crear un sistema de orientación en el que cada uno corresponda a la actividad que acoge, como ferias y mercados.

Figura 15.
Division Street.

Fuente: © Design for Public Spaces, vía Facebook. *<http://www.plataformaurbana.cl/archive/2015/06/29/seis-propuestas-para-recuperar-los-espacios-perdidos-bajo-una-autopista-de-nueva-york/>*

2.5.1.2.2 **Division Street (Manhattan)**

El espacio bajo el puente de Chinatown es reconocido por ser un lugar oscuro y sucio. Por lo que se reunieron las actividades que se realizan en el barrio y que son abiertas a todos, además de ofertas y ventas en un calendario.

Al ser un espacio oscuro y sucio, la organización hizo que el calendario fuera colorido y que en las noches funcionara con luces LED para llamar la atención.

Figura 16.
Intervención en el Viaducto do Chá. Sao Paulo, Brasil.

Fuente: © Basurama Brasil, Vía Facebook.
<http://www.plataformaurbana.cl/archive/2013/05/26/intervencion-urbana-la-ciudad-es-para-jugar/>

2.5.1.3 LA CIUDAD ES PARA JUGAR (Sao Paulo)

Basurama es un colectivo originario de Brasil fundado el año 2001, que se encuentra dedicado a la investigación, creación y producción cultural y medioambiental, centrando su área de estudio y actuación en los procesos productivos, la generación de desechos que éstos implican y las posibilidades creativas que suscitan estas situaciones contemporáneas.

La intervención urbana que hizo el equipo de Basurama, denominada "La Ciudad es para Jugar", consistió en colgar decenas de columpios desde el Viaducto do Chá, la primera obra de ingeniería de este tipo construida en la ciudad.

La invitación que crearon los miembros del colectivo llamaba a que todos los "niños de 0 a 99 años" utilizaran los juguetes instalados en este espacio público. El hecho de "volar" en un columpio bajo un gran puente, llamó la atención de decenas de personas que esperaron su turno para columpiarse y de quienes observaron desde el viaducto.

Figura 17.
Intervención: La ciudad es para jugar.

Fuente: © Basurama Brasil, Vía Facebook.
<http://www.plataformaurbana.cl/archive/2013/05/26/intervencion-urbana-la-ciudad-es-para-jugar/>

Figura 18.
Preparación de Operación tiza.

Fuente: AriztíaLAB vía Plataforma Urbana.
<http://www.plataformaurbana.cl/archive/2014/05/24/operacion-tiza-que-quieres-que-tenga-la-explanada-del-ex-hospital-ochagavia//>

2.6 CASOS REFERENCIALES EN ESPACIOS PÚBLICOS NACIONALES

2.6.1 PROYECTOS DE APROPIACIÓN NACIONAL

2.6.1.1 OPERACIÓN TIZA

Ubicado en la comuna de Pedro Aguirre Cerda, se encuentra el ex Hospital Ochagavía cuya construcción comenzó durante la Unidad Popular y se proyectó como el hospital más grande de Sudamérica. Sin embargo, después del Golpe de Estado de 1973, el edificio fue apodado como el “Elefante Blanco”, porque quedó inconcluso al igual que una explanada que está frente al edificio y que se pretendía convertir en el Parque Ochagavía.

A pesar de esto, el lugar se volvió un símbolo para la historia y el paisaje de la comuna. Por esto, cinco organizaciones culturales agrupadas en la iniciativa Territorio Transparente de Ariztía LAB, hicieron la intervención urbana denominada “Operación Tiza” que rescató las ideas que a los vecinos les gustaría que se hiciera en la explanada y las plasmó a través de un tizado colectivo como una forma de crear conciencia en torno al ex hospital, sus procesos de transformación territorial asociados y la necesidad de construcción y consolidación de áreas verdes.

Las organizaciones culturales a cargo de la intervención -Galería Metropolitana, Red Cultural PAC, OOO-Estudio, Patrimonio Urbano y Territorio Transparente- nombraron su intervención como Operación Tiza, porque una de las políticas de vivienda que el Estado implementó en las décadas ’50 y ’60 para poblar la comuna fue la Operación Sitio, la que consistió en entregarles a las familias un pequeño terreno que sólo tenía marcados los límites para que construyeran sus viviendas.

Figura 19.
Operación tiza en acción.

Fuente: AriztíaLAB vía Plataforma Urbana.
<http://www.plataformaurbana.cl/archive/2014/05/24/operacion-tiza-que-quieres-que-tenga-la-explanada-del-ex-hospital-ochagavia//>

Figura 20.
Museo a Cielo abierto.

Fuente:
<http://cdn.plataformaurbana.cl/wp-content/uploads/2014/06/1402692964_museo_a_cielo_abierto_en_san_miguel_teresita_perez_para_plataforma_urbana.jpg>

2.6.1.2 MUSEO A CIELO ABIERTO EN SAN MIGUEL

Iniciativa ciudadana para detener y eliminar el deterioro de los edificios de la población San Miguel producido por décadas de contaminación visual. Logrando transformar el vecindario en un verdadera galería de Arte Público. Cuyo acceso resulta ser gratuito, sin restricciones de días y horarios para el disfrute de la comunidad, los transeúntes y visitantes del lugar.

El museo a cielo abierto se ha convertido en la mayor expresión colectiva de arte callejero en Chile, donde se entremezclan técnicas del muralismo y graffiti con obras originales desarrolladas por los principales exponentes nacionales e internacionales.
Las creaciones son previamente validadas por los vecinos residentes de la comuna, añadiendo un plus de participación único que permite generar sentido de pertenencia con el mural y su entorno.

Figura 21.
Tus ideas en tu paradero.

Fuente:
<http://www.plataformaurbana.cl/archive/2014/07/30/tus-ideas-en-tu-paradero-apropiacion-de-paraderos-de-transantiago-mediante-arte-urbano/tus-ideas-en-tu-paradero-ciudad-color-1/>

2.6.1.3 TUS IDEAS EN TU PARADERO

Busca revalorizar la función de los paraderos en el espacio público y generar una identificación con los paraderos que usa todos los días y así desarrollar sobre ellos un sentido de pertenencia, ya que muchas veces están cerca de las casas o lugares de trabajo. Para lograrlo, invita a las comunidades a intervenir ciertos paraderos con mosaicos o pinturas, por ejemplo, y así apropiarse de este lugar que se usa todos los días y que también es un lugar de encuentro entre los vecinos.

Sus creadores fueron los propios vecinos y usuarios de este mobiliario como parte del proyecto “Tus Ideas en Tu Paradero”, una iniciativa desarrollada desde 2012 por la consultora Ciudad Color y el Directorio de Transporte Público Metropolitano (DTPM).
En mayo de 2013, el proyecto fue premiado en Ginebra por la Unión Internacional de Transporte Público (UITP), en la categoría “Servicio al Cliente”, como uno de los mejores de Latinoamérica, por fomentar la participación ciudadana y ayudar a desarrollar una nueva arista del sistema que, en este caso, es el arte público.

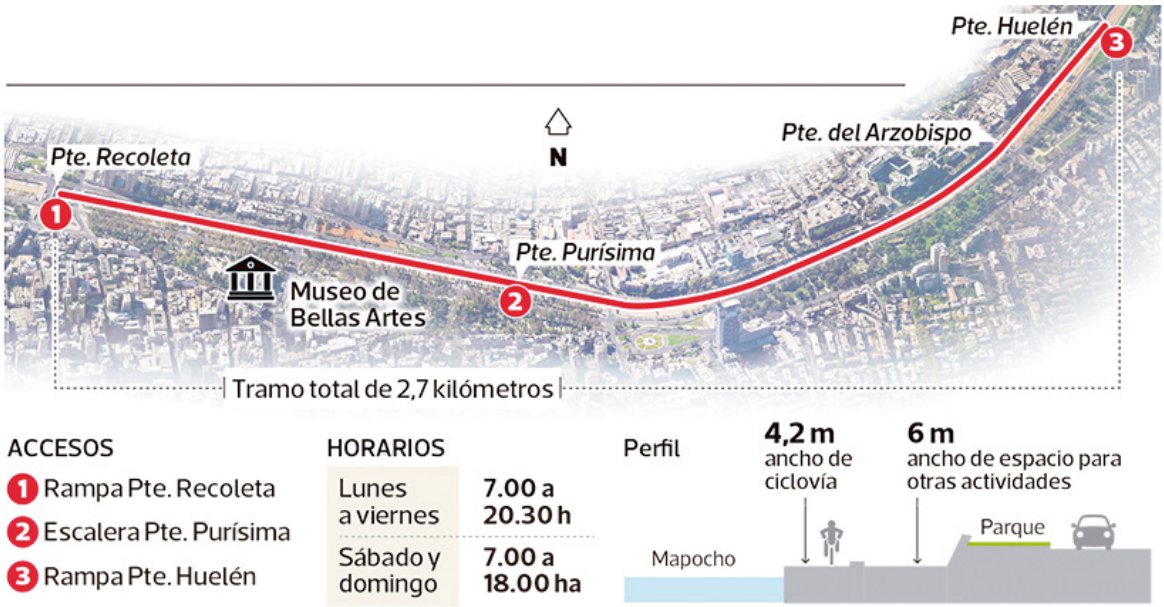


Figura 20.
Mapa proyecto map8.

Fuente:
<http://www.plataformaurbana.cl/archive/2017/01/23/costo-del-mapocho-pedaleable-definitivo-llegara-a-los-6-mil-millones/>

2.6.1.4 MAP8 PEDALEABLE

Proyecto que consiste en habilitar un tramo de la ribera del río Mapocho, canalizado como espacio público para la ciudadanía. Con el propósito de integrar el río a la ciudad. Y a su vez permitir a los ciclistas acercarse al lecho del río capitalino para atravesar Santiago, a través de un transporte sustentable.

La ciclovía de este proyecto se extiende 5.2 kilómetros entre el Parque de los Reyes, en Santiago, y el Puente Padre Letelier (Nueva de Lyon), en Providencia. Una nueva alternativa de viaje no motorizado que cuenta con cinco accesos a lo largo de toda la vía con rampas en cada uno de sus extremos y escaleras a las alturas de los puentes Huelén, Purísima y Recoleta.

El proyecto describe que esta iniciativa permite la disminuición de tiempos de viajes en hora punta; con el ahorro de $1.800 millones al año en beneficios para la salud y la menor cantidad de emisión CO2 al año.

Figura 21.
Proyecto map8.

Fuente:
<http://www.yovivomapocho.cl/img/map8_01.jpg>

Figura 22.
Ciudad de Santiago en la actualidad

Fuente:
<http://blog.santiagoexchange.cl/wp-content/uploads/2017/06/santiago.jpg>

2.7 APROPIACIÓN DE ESPACIOS PÚBLICOS EN SANTIAGO DE CHILE

2.7.1 BREVE RESEÑA HISTÓRICA

2.7.1.1 LA TRANSFORMACIÓN DE SANTIAGO DE CHILE

"No estaría de más recordar, también, el Santiago de los amigos de la Historia. Para ellos la ciudad se limita a su decorado permanente, porque lo que existe en la actualidad –lo hemos dicho – no calza en absoluto dentro de su ensueño. Sólo la cordillera ha tenido la bondad de permanecer ahí eterna e inmutable"

Benjamín Subercaseaux (citado por Lizama, 2007)

Lizama (2007) hace mención a la explosión demográfica desde fines de 1940, la que demandaba un crecimiento que desbordaba vastamente el radio capitalino. Con ello, comenzaba la irrupción de los "bárbaros" (como se refiere a los nuevos habitantes) y el crecimiento periférico de Santiago, que con el paso de los años daría origen a las poblaciones santiaguinas, es decir, el llamado mundo popular, que a partir de la segunda mitad del siglo XX comienza a tener un protagonismo tal que llevará a la crisis de la estructura y la estabilidad del orden tradicional.

Lo anterior explica, en cierto modo, que los gobiernos de Ibáñez, de Alessandri y de Frei, más que implementar políticas de desarrollo urbano, se abocaran arduamente a crear y desarrollar programas de soluciones habitacionales sólo a partir de las problemáticas y las urgencias sociales.

Cuyas políticas de asignación de viviendas para los sectores populares y marginales del país eran las respuestas de un Estado de compromiso que asumía el desafío del crecimiento demográfico, el éxodo del mundo campesino a la ciudad y el surgimiento de la sociedad de masas.

En la década de los 70s, el gobierno de la UP profundizó el proceso de institucionalización de la vivienda social y, al mismo tiempo, radicalizó el camino de una solución habitacional para un nuevo y creciente contingente de población urbana que se derramaba exponencialmente hacia la periferia.

La urbanización y el desarrollo urbano de Santiago se enmarcó durante décadas en el paradigma de las políticas habitacionales del Estado, ahogando una visión particularizada y planificada de la ciudad, definiendo zonas y límites de crecimiento, en el contexto de pensar la ciudad según sus proyecciones y problemáticas de vivienda, calles, infraestructura, equipamientos, áreas verdes, espacios públicos, etc.

Desde un punto de vista urbanístico, Santiago vive su propia decadencia provinciana menciona Lizama (2007). En ese andar citadino sin congestión vehicular y escasa contaminación, la ciudad no provocaba irritación ni rechazo; se vivía en ella no sin placer. En cierto modo, esa tranquilidad recién comienza a ser perturbada en forma seria con las violentas protestas callejeras del año 1957.

En relación a las políticas de vivienda, éstas no se conciben sobre una visión de ciudad, o de una ciudad que se piensa para el presente y para el futuro, no se diseñan sus límites y sus planos reguladores, su zonificación; no se prevee el impacto migratorio de lo rural y el crecimiento demográfico. Se trata de una construcción y de un hábitat precario, o más bien de un puro loteo de sitios en un descampado, de una pura yuxtaposición de terrenos baldíos en las afueras de la ciudad: sólo era posible que de allí emergiera una ciudad fantasmagórica, irreal, periférica. Una ciudad en penumbras, superpuesta a la ciudad institucional.

Para alejar a los “bárbaros”, Santiago se extiende hacia el sur, construyendo calles angostas y largas como Santa Rosa o Vicuña Mackenna, las que inevitablemente tendrán a la Alameda como rito de iniciación y punto de llegada de su irrigación vial. El desarrollo de esta urbe se relaciona ahora con barrios y comunas populares: La granja, Renca, La cisterna, que es una especie de extensión de San miguel gracias a la arteria de Gran avenida. Todo lo que era Ñuñoa hacia el sur de avenida Grecia, hoy Macul y San Joaquín, conforman una extensa zona urbana que comienza a ser llamado el Gran Santiago, la que en los inicios de los ’70 bordea los tres millones de habitantes.

2.7.1.2 HACIA EL GRAN SANTIAGO

Durante el Santiago aún provinciano Lizama (2007) señala que la ciudad se respeta en sus variados ritmos, en sus distintas velocidades y medios, en sus posibilidades limitadas de tránsito, dentro de una ciudad que va transcurriendo con lentitud.

En los 60s, la red ferroviaria es la principal vía de transporte interprovincial, y el uso del automóvil está prácticamente restringido a los sectores de ingresos medios y altos.
La calle desde un punto de vista vial, es usada para la circulación de vehículos. Pero desde un punto de vista urbano, es el espacio público por excelencia, por la cual se camina, se pasea o se circula.

Durante los 80s, la calle santiaguina es resultado del encuentro de un viejo parque automotriz. Se empieza a desbordar de vehículos particulares, atascando sus vías de circulación y de irrigación urbana.
Las restricciones vehiculares comienzan a ser parte de una rutina. La uniformidad en el uso de las vías no sólo es un problema de recorridos o de la comodidad y la costumbre de que todos usen las mismas calles, sino de que las rutas no se conciben para dar lugar y fluidez a la diversidad vehicular.

Durante los 90s, el transporte público comienza su etapa crítica. Hay crisis ambiental y un sostenido crecimiento del parque de vehículos particulares, los que colapsan las calles santiaguinas. La aparición de "tacos".
La licitaciones de recorridos, retiro de máquinas deterioradas y viejas, límite de la vida útil del vehículo, vías segregadas, paraderos diferidos, vías exclusivas; fueron medidas que permitieron ordenar en parte las vías y mejorar el transporte público.
Además de la aparición de cobradores automáticos, el comienzo del transantiago y el surgimiento del televía y el tag, que causa presión hacia usuarios para que acepten y se sometan sin consulta alguna a las nuevas reglas del juego establecidas en el marco de políticas de concesiones entre el estado y la empresa privada.

En el contexto donde el parque automotriz sigue aumentando en forma más que significativa de una década a otra, y los municipios sueñan con captar permisos de circulación cada vez más masivos, se agudiza la contradicción entre el pretender racionalizar el uso adecuado de las vías y la necesidad de que los municipios capten nuevos recursos.

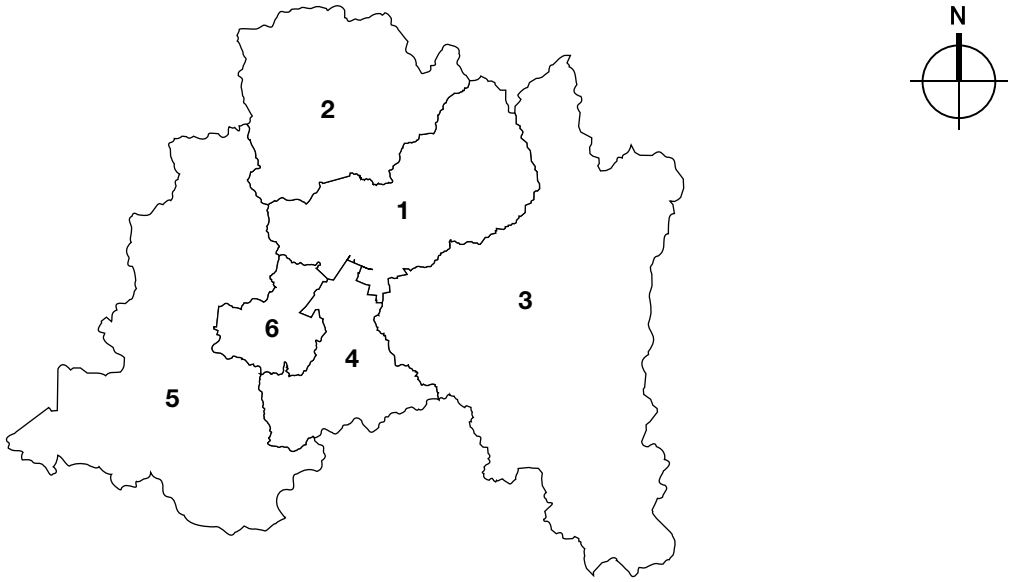


Figura 21.
Mapa región metropolitana

Fuente:
Elaboración propia.

2.7.1.3 SANTIAGO ACTUAL

La región metropolitana actual posee una superficie de 15.403,2 km² (subdere, 2017), convirtiéndose en la más pequeña de todas las regiones, pero la más habitada, con una población estimada de 7.314.176 habitantes, según proyecciones del INE (2015).

La capital de la región es Santiago. La región Metropolitana está dividida administrativamente en 6 provincias y 52 comunas.

1. Provincia de Santiago
2. Provincia de Chacabuco
3. Provincia de Cordillera
4. Provincia de Maipo
5. Provincia de Melipilla
6. Provincia de Talagante

La Provincia de Santiago alberga a la mayoría de la población de la región, como así también a 32 de las comunas que conforman el llamado Gran Santiago.

1. Santiago
2. Cerrillos
3. Cerro Navia
4. Conchalí
5. El bosque
6. Estación Central
7. Huechuraba
8. Independencia
9. La Cisterna
10. La Florida
11. La Granja
12. La Pintana
13. La Reina
14. Las Condes
15. Lo Barnechea
16. Lo Espejo
17. Lo Prado
18. Macul
19. Maipú
20. Ñuñoa
21. Pedro Aguirre Cerda
22. Peñalolén
23. Providencia
24. Pudahuel
25. Quilicura
26. Quinta Normal
27. Recoleta
28. Renca
29. San Joaquín
30. San Miguel
31. San Ramón
32. Vitacura

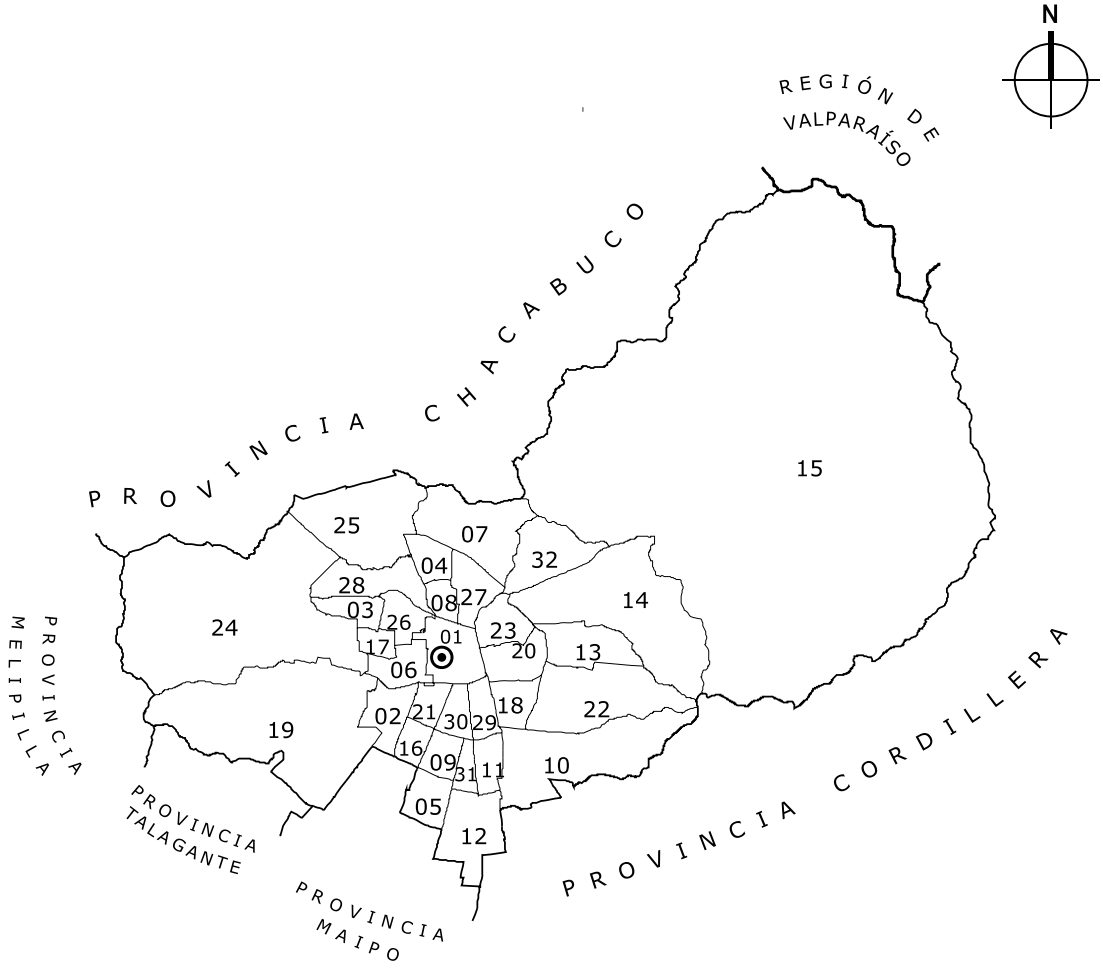


Figura 22.
Mapa comunas de la provincia de Santiago de la región metropolitana, Chile.

Fuente:
<http://www.bcn.cl/siit/mapas_vectoriales/index_html>

Si bien la ciudad de Santiago ha crecido desmesuradamente, muchas veces sin un trazado legible, hay que reconocer los espacios y la trama actual, no como algo defectuoso que sólo debe ser reemplazado, sino como la base de trabajo, para poder construir a partir de ella nuevos valores, rescatando los que se están perdiendo, y también tratando de recuperar los del pasado.

2.7.2 APROPIACIÓN DE CALLES POR CICLOVÍAS RECREATIVAS

En la ciudad contemporánea, excesivamente urbanizada, extensa y discontinua, resulta fundamental garantizar la accesibilidad a través del derecho a la movilidad. Ya que influye de manera determinante en la inclusión social y el desarrollo personal dentro de una sociedad crecientemente diversificada.
Por lo que resulta menester considerar los costos de la movilidad, tanto económicos, sociales, ambientales como experienciales, es decir, capaces de brindar posibilidades de realización y crecimiento personal que permiten la exploración de nuevas potencialidades del paisaje contenedor.

Un programa comunitario como el de la ciclovía-recreativa puede tener enormes efectos sobre la calidad de vida de una persona, ya sea en relación a la salud pública, como a nivel ambiental y político.

Aunque los programas de ciclovías son prometedores, la evidencia de su efectividad se limita a los estudios de corte transversal que han proporcionado datos limitados para crear un marco de trabajo para las futuras investigaciones y vigilancia. El programa de la ciclovía merece una rigurosa evaluación para evaluar su efectividad con respecto a su asociación con la salud pública, su impacto ambiental y su costo-efectividad.
Esto es de particular importancia en los lugares rápidamente urbanizados de América Latina, donde la prevalencia de inactividad física, obesidad y enfermedades crónicas están aumentando; donde las proyecciones indican un aumento sustancial en el tráfico de automóviles y motocicletas; y donde hay limitados espacios para la recreación como parques y espacios públicos.

Figura 23.
Ciclovía Recreativa.

Fuente:
< http://cicloviasrecreativas.esy.es/wp-content/uploads/2016/05/12.jpg>

2.7.2.1 DEFINICIÓN DE CICLOVÍAS RECREATIVAS

La ciclovía-recreativa (C.R) según el Manual para implementar y promocionar una ciclovía recreativa (2009) es un programa comunitario gratuito en el que se cierran las calles temporalmente a todo el transporte motorizado, permitiendo solamente el paso a peatones, corredores, skaters, patinadores, y ciclistas.

El término ciclovía se utiliza en muchos países para referirse a las vías permanentes para bicicletas. Sin embargo, en el Manual para implementar y promocionar una ciclovía recreativa se utiliza en específico para describir un programa público de recreación.

El programa va más allá de abogar por un estilo de vida saludable para proporcionar entornos propicios y políticas para promoverlos. Específicamente, promoviendo el uso de los espacios públicos para la recreación, creando entornos socialmente cohesivos, que fomenten modos de transporte eficientes y sostenibles como el ciclismo y actividades para la comunidad.

Al mismo tiempo, al reducir las millas viajadas en automóvil y al promover los modos de transporte no motorizados, la ciclovía puede ayudar a reducir la exposición a la contaminación del aire y ruido y las emisiones de los vehículos motorizados.

Se realiza con una frecuencia de al menos 2 eventos por mes durante la temporada de funcionamiento, en el cual se cierran temporalmente las calles públicas, al menos 1 km, a los vehículos motorizados para permitir el uso de las calles para actividades recreativas.

2.7.2.2 ORÍGENES DE LAS CICLOVÍAS RECREATIVAS

Las primeras tres ciclovías recreativas comenzaron en la década de los 60, y 10 más fueron desarrolladas en las décadas posteriores. Estas fueron seguidas por un aumento significativo de 25 programas nuevos en el siglo XXI (Sarmiento et al, 2010).

El desarrollo y la continuidad de las C.R. son determinados por:

- Los sectores a diferentes niveles que influencian las acciones de la política (por ejemplo; las agencias gubernamentales y no gubernamentales, los departamentos de transporte, departamentos para la recreación y el deporte, y otras agencias que brindan financiamiento.

- Acciones para abogar por el programa (por ejemplo; estrategias de mercadeo y movimientos activistas y comunitarios.

- Características generales relacionadas con el diseño y la programación, tales como longitud de la calle, conectividad de parques, programas complementarios y frecuencia del proyecto.

2.7.2.3 APOYO HACIA LAS ORGANIZACIONES

La voluntad política influencia fuertemente la sostenibilidad de las C.R. Sin embargo, las restricciones políticas en contra de ellas se modifican en parte por el grado de satisfacción y el empoderamiento de las comunidades.
Abogar por la C.R. a través de movilización social es una forma común para muchas otras C.R. De hecho, variados programas comenzaron como movimientos activistas que evolucionaron a ser alianzas con el Gobierno.
Independiente de la génesis de origen público o privado de cada C.R., cada programa ha tenido una persona o un pequeño grupo de personas como el impulsor de la iniciativa.
Desde sus inicios, los programas han sido adaptados en diferentes contextos, se les ha dado los nombres definidos por cada organización y han sido promocionados con diversas estrategias.

2.7.2.4 ACTIVIDADES QUE REALIZAN

Más allá de influir en las actividades realizadas en tiempo libre, las C.R. sirven también como campañas masivas de mercadeo para promover el uso de la bicicleta y el hábito de caminar como comportamientos culturalmente aceptables. Por ejemplo, algunos de los programas ofrecen clases para aprender a reparar o a andar en bicicleta.

2.7.2.5 BENEFICIOS

Casi todos los programas de C.R. indicaron haber sido implementados con el fin de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos y promover la inclusión social. Los posibles mecanismos para el logro de estos objetivos incluyen la movilización de la comunidad, la promoción de la recreación y la actividad física durante el tiempo libre, la conectividad con parques y áreas verdes, el empoderamiento de las comunidades y las oportunidades de voluntariado que los programas ofrecen.

2.7.2.5.1 Beneficios Ambientales

Los programas de C.R. ayudan a disminuir la contaminación ambiental. Por ejemplo, Sarmiento et al (2010) señala que un estudio piloto que midió la exposición a material particulado durante 2 días a lo largo de un segmento de la ciclovía de Bogotá mostró que el PM fue 13 veces más alto en un día regular de la semana (65 µg/m3) comparado con un Domingo (5 µg/m3).

2.7.2.5.2 Beneficios en el Entorno Social

La ciclovía recreativa puede afectar a los mercados laborales también, siendo un componente clave del entorno social, mediante la generación de puestos de trabajo. Un estudio (citado por Sarmiento et al, 2010) llevado a cabo en Bogotá en el cual se comparó el número de vendedores temporales en la ciclovía con el número de empresas relacionadas con vehículos automotores a lo largo del mismo corredor, encontró que los negocios temporales proporcionaron 7.4 veces más empleo que las empresas mencionadas. Además, el 96% de los vendedores de la ciclovía fueron de los 3 estratos económicos más bajos de la ciudad y para una tercera parte de ellos, el trabajo en la ciclovía fue su única fuente de empleo.

METODOLOGÍA

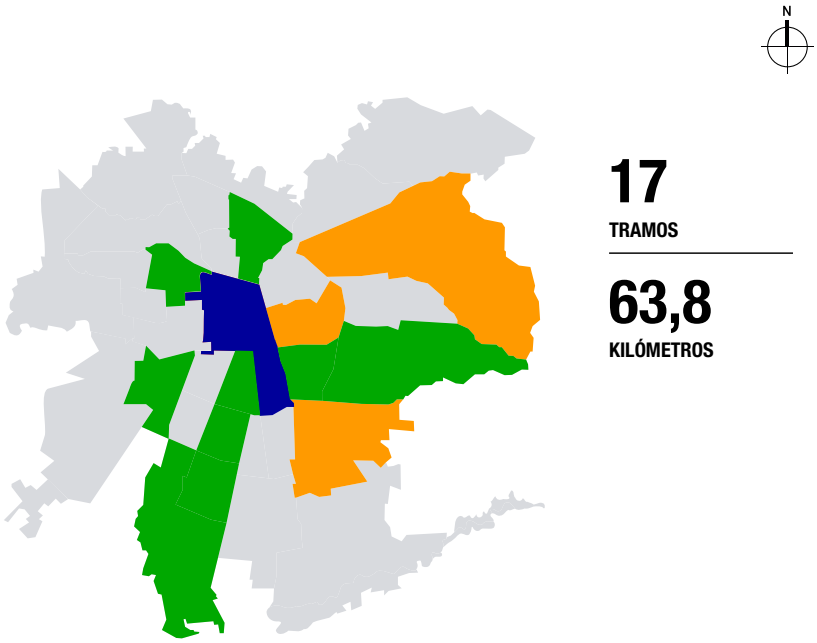
3.1 IDENTIFICACIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

En la búsqueda del presente proyecto, la atención se centró principalmente en los programas de ciclovías recreativas pertenecientes a la región metropolitana, específicamente dentro del área de la provincia de Santiago, debido a la gran cantidad de zonas urbanas y al reducido número de espacios públicos recreativos y seguros con los que cuenta.
La elección fue tomada debido a que parte importante de la superación de algunos de los más importantes problemas de nuestra sociedad (segregación, inseguridad, sedentarismo) pasan en parte importante por la recuperación y masiva ocupación y disfrute de los espacios públicos. Los que responden a una creciente demanda ciudadana por volver a lo natural y por satisfacer la necesidad de realizar más actividades en familia, al aire libre y en comunidad.

3.2 DESCRIPCIÓN DE LAS CICLOVÍAS RECREATIVAS EN SANTIAGO

En 15 comunas de la provincia de Santiago, hay tres grandes organizaciones que realizan ciclovías recreativas. Si bien los horarios de cada tramo, difieren entre sí de acuerdo a la organización a la que corresponden, el horario aproximadamente fluctúa entre las 09:00am hasta las 14:00pm aproximadamente. En relación a los días, también hay algunas modificaciones, dependiendo festividades o por elección de cada organización. Pero la gran mayoría lo realiza sólo los días domingos.

Entre las ciclovías recreativas más importantes se encuentran las siguientes.



17
TRAMOS

63,8
KILÓMETROS

Figura 23.
Ciclorecreovía.

Fuente: Elaboración propia.

CICLOVÍA RECREATIVA: CALLES ABIERTAS

CICLOVÍA RECREATIVA: CICLORECREOVÍA

CICLOVÍA RECREATIVA: ACTIVA TU CALLE

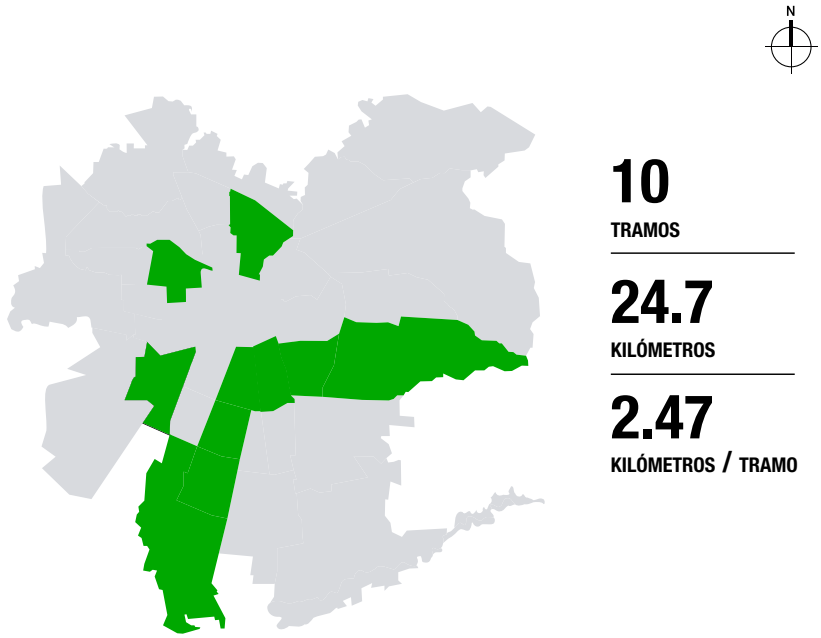


Figura 24.
Calles abiertas.

Fuente: Elaboración propia.

- Calles Abiertas:

El programa Calles Abiertas consiste en la habilitación de un circuito seguro, cercano y atractivo, a través del espacio público, con el fin de liberar temporalmente la circulación vehicular en tramos que son determinados por cada Dirección Regional (DR) del Instituto Nacional de Deportes.
El programa actúa sobre las comunas de San Bernardo, El bosque, La cisterna, Macul, Cerrillos, Peñalolén, Quinta Normal, Recoleta, San Joaquín, y San Miguel; pertenecientes a la provincia de Santiago.

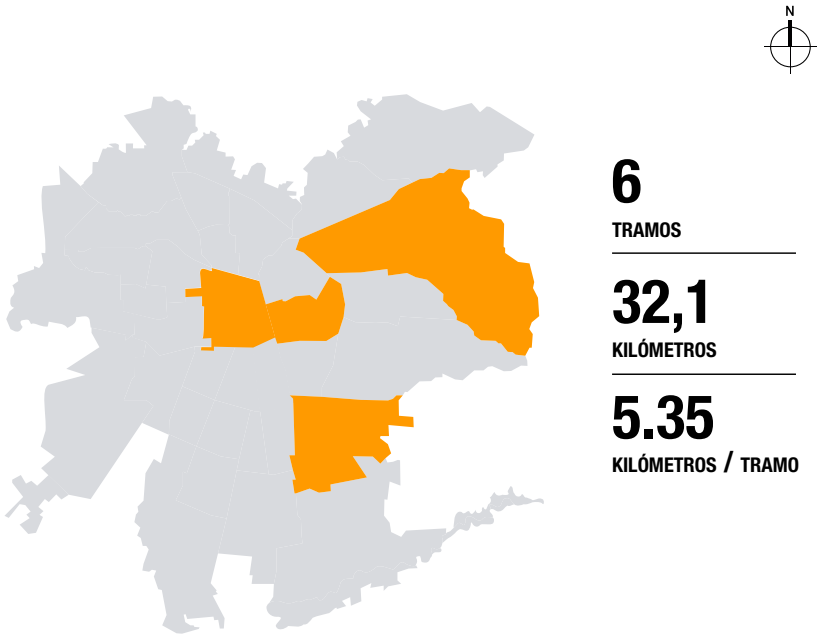


Figura 25.
Ciclorecreovía.

Fuente: Elaboración propia.

- Ciclorecreovía:

La consultora ambiental Geomás es la empresa que trabaja con este programa, centrándose en la recuperación de los espacios públicos como lugares de encuentro ciudadano.
Si bien es Geomás quien propone y desarrolla la actividad, las Municipalidades son las encargadas de permitir o generar las condiciones para que la iniciativa se desarrolle en sus respectivas comunas.
Sin embargo, Geomas se encarga de realizar los estudios técnicos para la ocupación de las calles, planificar las rutas y desvíos, señalizarlos, gestionar los permisos con cada municipio, disponer de todos los elementos de seguridad que sean necesarios, reclutar, capacitar y organizar al personal en terreno.
Su financiamiento es generado por auspiciadores, que posibilitan la habilitación de las comunas de Providencia, La Florida, Ñuñoa, Las Condes, Santiago.

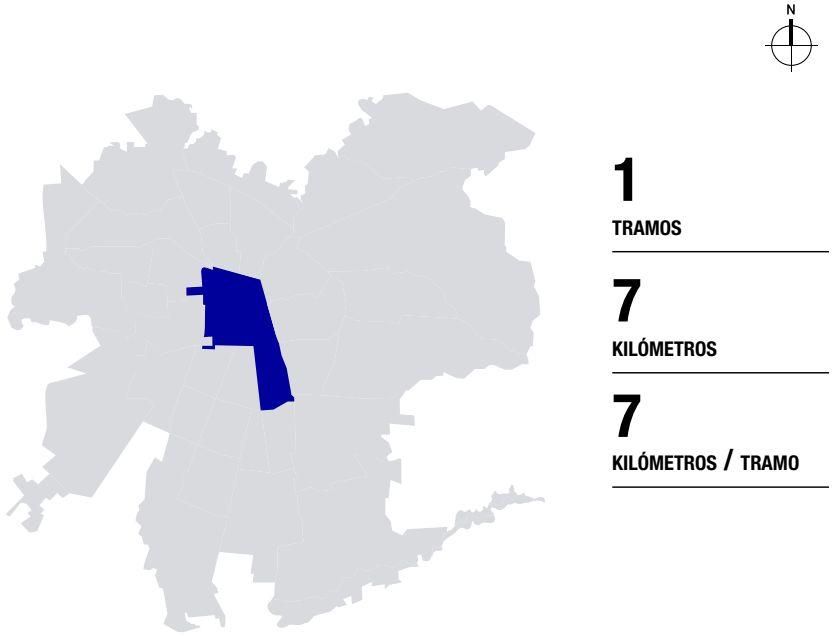


Figura 26.
Activa tu calle.

Fuente: Elaboración propia.

- Activa tu calle:

Proyecto impulsado por la ONG Map8.
Cuyo origen se remonta al 15 de noviembre de 2015, para liberar el tránsito vehícular todos los domingos, entre las 09.00 y las 14.00 hrs., entre las calles Lira-Sierra Bella- Las Industrias, en un tramo de 7km, que une a las comunas de Santiago y San Joaquín.
Espacio donde se realiza actividad física, como actividades en torno al espacio ciudadano, donde diversas organizaciones de la sociedad civil tienen espacio para realizar actividades para la ciudadanía.
También es un espacio donde emprendedores y artistas pueden mostrar y vender sus trabajos.

Figura 27.
Circuito Macul | Calles abiertas
Circuito Las Condes | Ciclorecreovía
Circuito San Joaquín - Santiago |
Activa tu calle

Fuente:
Elaboración propia.

3.3 ESTUDIO DE CAMPO

3.3.1 COMPOSICIÓN DE FICHAS

Primero se determina una forma de analizar la situación de cada C.R. de acuerdo a la composición de una ficha, que cuenta con las características, relacionadas a aspectos propios de la calzada como a aquellos elementos instalados por cada organización y su extensión. Además del tipo de actividad que realiza el participante a partir de aquellos aspectos antes mencionados.

Por lo tanto es posible distinguir los siguientes aspectos en cada ficha:

A.- Elementos de la calzada, propios del espacio público de forma permanente (espacio – permanente).

B.- Elementos de la organización, propios de la instalación de la C.R. de forma temporal (espacio – temporal).

C.- Actividades realizables a través de los dos tipos de elementos (espacio – permanente y espacio – temporales).

A.- Rasgos Pertinentes de la Calzada

Reglamentarias	A.	Símbolos y Leyendas
	B.	Líneas Transversales
	C.	Líneas Longitudinales
	D.	Otras Demarcaciones
	E.	Señales de Advertencia
	F.	Señales Informativas
Otros	G.	Testigos
	H.	Eventos
	I.	Sumidero
	J.	Solera

B.- Instalaciones Temporales

Conos	SI	NO
Bandejón Central (soporte)	SI	NO
Señalización Horizontal	SI	NO
Carteles	SI	NO
Stand	SI	NO

Figura 28.
Composición fichas.

Fuente:
Elaboración propia.

C.- Actividades Realizables

Tipo de Recreación	Bicicleta	SI	NO
	Trote	SI	NO
	Patinaje	SI	NO
	Caminata	SI	NO
	Skate	SI	NO
	Otro	SI	NO
Áreas	Organizaciones	SI	NO
	Tenencia Responsable	SI	NO
	Emprendimientos	SI	NO
	Arte y Cultura	SI	NO
	Fandom (historietas)	SI	NO
	Área de Descanso	SI	NO
Tipo de Atención	Personal Capacitado	SI	NO
	Estación Mecánica	SI	NO
	Estación de Hidratación	SI	NO
	Estación Saludable	SI	NO
	Estación Juegos de Mesa	SI	NO

Figura 29.
Composición de fichas.

Fuente:
Elaboración propia.

Figura 30.
Imagen de algunas fichas. Adjuntas en anexos.

Fuente:
Elaboración propia.

Cada tramo, perteneciente a los circuitos de cada ciclovía recreativa de la provincia de Santiago, fue analizado de acuerdo a la composición de la ficha mencionada. Es posible ver con detalle la descripción de cada ficha en la sección de anexos del CD.

CALLES ABIERTAS	**2.47** KILÓMETROS / TRAMO	**5** SERVICIOS	PERSONAL CAPACITADO ESTACIÓN MECÁNICA ESTACIÓN DE HIDRATACIÓN ESTACIÓN DE SALUD ESTACIÓN DE JUEGOS
CICLORECREOVÍA	**5.35** KILÓMETROS / TRAMO	**5 +** SERVICIOS	PERSONAL CAPACITADO ESTACIÓN MECÁNICA ESTACIÓN DE HIDRATACIÓN ESTACIÓN SALUDABLE ESTACIÓN DE AUSPICIADORES
ACTIVA TU CALLE	**7** KILÓMETROS / TRAMO	**3** SERVICIOS	PERSONAL CAPACITADO ESTACIÓN MECÁNICA ESTACIÓN DE HIDRATACIÓN

Figura 31.
Composición de fichas: Tipo de atención por parte del circuito.

Fuente:
Elaboración propia.

Figura 32.
Composición de fichas: Imágenes de servicios de cada circuito.

Fuente:
Elaboración propia.

3.4 ANÁLISIS DATOS OBTENIDOS

A partir de la descripción de cada tramo de los circuitos visitados, a través de las fichas de estudio, fue posible analizar esta información de acuerdo con la elección de tres niveles para catalogarlos de acuerdo a una determinada definición.

Estos niveles se refieren a:

Nivel 1 : Condiciones bajas
Nivel 2: Condiciones medias
Nivel 3: Condiciones buenas
Nivel 4: Condiciones óptimas

Cada nivel hace alusión al resultado que se obtviene en la comparación de las características analizadas de cada C.R.
Donde el nivel señala las mejores o peores condiciones que posee cada circuito, en torno a la composición de las fichas explicadas en el apartado anterior.
El nivel 1, corresponde a una sumatoria de menores condiciones de uso como de instalación y por ende apropiación. En oposición al nivel 4 que resultan ser las condiciones pertinentes al circuito.

	ESPACIO PERMANENTE	ESPACIO TEMPORAL	ESPACIO PERMANENTE TEMPORAL
CALLES ABIERTAS	NIVEL 2	NIVEL 2	NIVEL 3
CICLORECREOVÍA	NIVEL 3	NIVEL 4	NIVEL 4
ACTIVA TU CALLE	NIVEL 2	NIVEL 1	NIVEL 2

Tabla.
Resultado de niveles de cada C.R.

Fuente:
Elaboración propia.

3.5 RESULTADOS

De acuerdo a la tabla de resultados obtenidos durante la etapa metodológica, es posible distinguir que existen mayores deficiencias de circuitos por parte de la C.R. de activa tu calle, tanto por elementos permanentes como de instalaciones y por ende de uso y apropiación.

Por lo tanto, se determina que es necesaria la contribución de la disciplina del diseño en la ideación de un proyecto que posibilite una acción positiva equivalente a contrarestar las deficiencias que los resultados permiten distinguir.

PROYECTO

PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO

4.1 FASES DEL PROYECTO
4.1.1 PRIMERA FASE

4.1.1.1 INVESTIGACIÓN FOCALIZADA DEL ESTUDIO DE CAMPO:

A partir de la elección de la C.R., se construyen herramientas con el fin de profundizar en torno a los principales problemas que afectan al caso de estudio. Primero se realiza una entrevista al director de la C.R. escogida, posteriormente se realizan encuestas a los participantes del circuito, y por último se realizan observaciones presenciales dentro de la C.R. de acuerdo al comportamiento que se tiene al momento de recorrer el circuito.

4.1.1.2 Entrevistas

Se entrevista a Victorino Goldberg, director de la ciclovía recreativa "activa tu calle!" con el fin de que relate su experiencia en torno al proceso que conlleva la implementación de este circuito. De acuerdo a los datos entregados fue posible obtener lo siguiente:

"Activa Tu Calle", es un proyecto impulsado por la ONG Map8, organización sin fines de lucro que cuenta con dieciséis socios. Desde el 15 de noviembre del 2015, se encuentra presente, liberando el tránsito vehicular todos los domingos, entre las 09.00 y las 14.00 hrs., entre las calles Lira-Sierra Bella- Las Industrias, en un tramo de 7km, que une a las comunas de Santiago y San Joaquín.
En este espacio no solo se realiza actividad física, ya sea trotar, andar en bicicleta o pasear, sino que también se concibe como un espacio ciudadano, donde diversas organizaciones de la sociedad civil tienen espacio para realizar diversos tipos de actividades para la ciudadanía.

Goldberg (2016), menciona que la apertura de este circuito fue complejo debido a la burocracia existente en el país, además de la escases de recursos con los que cuentan, debido al autofinanciamiento del que disponen. Si bien ambas municipalidades a cargo de su paso, estaban encantadas de que se realizaran estos cierres temporales de tránsito, contestaron que no podían ayudarlos económicamente debido a la falta de recursos que tenían para aquellos fines.

Figura 33.
Circuito San Joaquín - Santiago | Activa tu calle

Fuente:
Elaboración propia.

A pesar de ello, la ONG, continuó gestionando todo por su cuenta, obteniendo lo que hoy en día se puede apreciar. El director cuenta que considera que lo más rescatable del circuito es aquella pasión con la que trabajan para poder gestionar el circuito, además de resultar satisfactorio al momento de ver cómo el resto de la ciudadanía logra hacerse parte de este espacio público.

En relación a los problemas que considera tener se encuentran los del financiamiento y los imprevistos que podrían llegar a ocurrir.
(Se adjunta la entrevista completa en anexos).

4.1.1.3 Encuestas

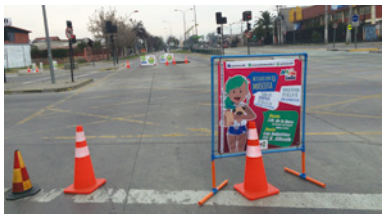
Se utilizó la encuesta como la técnica cuantitativa que consta de una serie de preguntas estandarizadas realizadas a una muestra representativa. A partir de lo que se puede obtener mediciones cuantitativas de cualidades tanto objetivas como subjetivas de la población.
El tipo de encuesta seleccionada, fue la descriptiva debido a que busca reflejar y documentar las actitudes o condiciones presentes. Con el fin de descubrir en qué situación se encuentra la población determinada en el momento en que se realiza la encuesta.
En relación a las preguntas, fueron elegidas las de respuesta abierta, ya que al pedirle al interrogado que responda con sus propias palabras la pregunta formulada, le otorga mayor libertad al entrevistado y al mismo tiempo posibilitan adquirir respuestas más profundas así como también preguntar sobre el porqué y cómo de las respuestas realizadas.
La forma en que se realizó la encuesta fue de tipo personal, es decir, fueron realizadas cara a cara, a través del recorrido del circuito de Activa tu calle. Las preguntas fueron del tipo estructural, fijadas previamente así como también el orden en que se realizaron las mismas.
Es posible evidenciar que el circuito no cuenta con un sistema de retroalimentación visible y cercana que favorezca e impulse la participación. Esto provoca un desconocimiento generalizado del circuito completo por parte de los participantes. Y por ende mayor desconocimiento sobre la organización encargada de su ejecución. Debido a ello, muchos de los participantes desconocen las actividades que se realizan en el circuito, tales como ferias y espacios de emprendimientos que suelen ubicarse en la calzada en la zona norte del recorrido. Además de los días e incluso de los horarios. Sin embargo, es posible percibir interés por parte de los participantes en relación al espacio, sin poder ubicar la instancia necesaria para abastecerse de información respecto a las debilidades evidenciadas.
En relación al resto de los circuitos pertenecientes a las ciclovías recreativas presentes en la provincia de Santiago, es posible distinguir que existe un mayor reconocimiento por parte de los usuarios en cuanto a la identificación del circuito como del organizador.

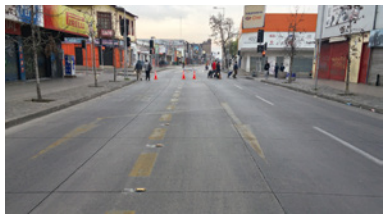
Figura 34.
Encuestas en circuito Activa tu calle

Fuente:
Elaboración propia.

Figura 35.
Encuestas en circuito Activa tu calle.

Fuente:
Elaboración propia.





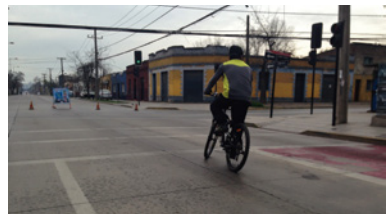


Figura 36.
Arribo al circuito.

Figura 37.
Un tramo del circuito de Activa tu calle.

Figura 38.
Zona de cruce vehicular sin personal capacitado.

4.1.1.4 Observación Presencial

De acuerdo a la observación presencial, fue posible distinguir la forma de abordar el circuito, tanto durante la semana como el mismo día Domingo. Resulta importante destacar que en mi experiencia personal, sólo pude llegar a esta ciclovía recreativa, debido a que me encontraba realizando la observación de otro circuito cercano a este. Por lo tanto, es posible apreciar una falencia comunicacional importante desde el comienzo de mi asistencia al circuito.
Tal indicio, no estaba del todo errado, ya que durante la semana, mi percepción no cambió, debido a que si bien poseen redes sociales, éstas no se utilizan de la manera adecuada. Sólo se comparten publicaciones esporádicamente. Y muchas veces ocurría que no avisaban sobre algún tipo de suspensión de actividades.
Durante el día domingo, al recorrer el circuito, fue posible apreciar una menor cantidad de personal capacitado (a diferencia de otros circuitos financiados por otras organizaciones), como también de distinguir quiénes pertenecían al cuidado de dicho circuito, ya que el personal capacitado suele recorrer el circuito a través de sus propias bicicletas, trasladándose a varios puntos del recorrido. Esta modalidad de cuidar el circuito, solía dejar varíos cruces de calles vacíos y sin prevención, resultando peligroso para los participantes que muchas veces se ven desamparados ante la falta de signos “pare” que suelen representar los mismos personales capacitados.
En relación a los puestos de servicios básicos, existe notablemente una disminución a diferencia del resto, esto se hace aún más evidente, debido a la extensión del circuito. Ya que 7kms completos son más difícil de abarcar que otros tramos, que suelen ser mucho menores (2kms máximo).
Y por último, si bien se realizan actividades, es necesario recorrer un circuito que es desconocido por sus límites y actividades a la vez. Por lo que hay sectores que a lontananza parecen desapercibidos, y la gente suele suponer que acaba el circuito, siendo que no es de ese modo. De hecho, la primera vez que lo recorrí, me pasó algo similar, sobre todo porque en la intersección de la avenida de las Industrias con Isabel Riquelme, además de haber una curva en su línea de recorrido, hay un cruce automovílistico que no permite ver la continuación del circuito. Como resultado de esta “invisibilización urbanística”, los participantes no disfrutan de todos los beneficios que el circuito tiene preparado para ellos.

Figura 39.
Cruce vehicular. Avenida las industrias con Isabel Riquelme.

Figura 40.
Personal capacitado andando en bicicleta.

4.1.2 SEGUNDA FASE

4.1.2.1 PROBLEMAS ESPECÍFICOS DETECTADOS

La gran mayoría de las ONG's en los países de América Latina, fueron creadas por una o dos personas que de manera directa o indirecta fueron víctimas de un problema determinado, señala Pérez (2004). Por ende, el motivo que origina la fundación de estas organizaciones tiene raíces emotivas y sentimentales y no un móvil objetivo y calculado del problema social, es por ello que las personas que encabezan y dirigen estas organizaciones tienen una actitud tan vigorosa y determinada a pesar de que carecen de los conocimientos administrativos y gerenciales necesarios. Motivo por el cual, aparecen variados tipos de problemas enfocados en el momento de abordar la toma de decisiones de la organización para con el circuito. Se perciben los siguientes problemas y sus consideraciones.

Problemas de información a nivel de:
- Circuito
- Actividades
- Organización

Considerando la diversidad de movilidad a nivel:
- Estacionario
- De paso
- De paseo

Considerando tipos de actividades:
- Trote
- Peatón
- Bicicleta
- Patines
- Patineta

Considerando además:
- Instalaciones temporales en el espacio
- Instalaciones permanentes en el tiempo
- Recorrido cíclico

4.1.2.2 OPORTUNIDADES DE DISEÑO

El diseño en su interrelación con otras disiciplinas y su capacidad de contextualizarse posibilita hacerse cargo de correlacionar y canalizar de la mejor forma los recursos disponibles en una propuesta que satisfaga la situación o requerimientos planteados.
El diseño al ser un agente capaz de potenciar las acciones comunicativas colectivas y sociales de la vida urbana puede generar modos de reordenación y de descubrimiento, actuando como un regulador social y ordenador de los comportamientos sociales.

Tal como explica Frascara (2008), el diseño de comunicaciones gráficas tiene como propósito afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente. Esas comunicaciones, deben ser vistas como un medio y actuar mediante una teoría de las estrategias, abordar las situaciones no por los limites en que se manifiestan sino comenzar por detectar las conexiones que podrían hacerse incluso para configurar el problema. El diseñador no siempre recibe un problema, sino que debe ser capaz de perfilarlo.

"La profesionalidad retórica del diseño, tendría lugar entonces en la medida en que resulta en una expansión de la experiencia del público, refuerza la relación simbólica entre forma y contenido, guía el acto visual en términos de jerarquías y secuencias, confiere valor estético al objeto, genera placer, despierta una sensación de respeto por la habilidad y la inteligencia del autor y conecta al observador con valores culturales que trascienden la estricta función operativa del diseño"

(Frascara 2008:20).

4.1.2.3 OBJETIVO

Diseñar un sistema informativo y recreativo para informar a los participantes sobre las características del circuito de la ciclovía recreativa activa tu calle.

4.1.2.4 REFERENTES COMUNICACIONALES

4.1.2.4.1 Comunicación No convencional

Captar la atención del consumidor cada vez es más complejo, así lo señala Martínez (sf.) quien además expresa que persuadir tampoco resulta asunto sencillo, porque no es una competencia únicamente contra otras marcas sino que también con miles de mensajes informativos que provocan el entrenamiento del público para que éstos ignoren la información que no les interese.
Por ello nace la publicidad no convencional, aquella que no se vincula con medios masivos de comunicación tradicional (televisión, cine, prensa o radio), sino que se plantea formas distintas de alcanzar a su público objetivo.
Su idea es la de interactuar directamente con el público, pretendiendo impactar. Contando con un presupuesto acotado y desarrollándose a través de medios alternativos, también denominados below the line.

La publicidad no convencional o también denominado marketing no convencional se concibe como un conjunto de estrategias y técnicas de marketing no convencional con una base bien identificada: La creatividad y el ingenio.
Fue popularizada por Jay Conrad Levinson, el año 1987, quien ligó el concepto hacia pequeñas y medianas empresas que quisiesen hacerse un espacio en la mente del consumidor con el fin de transmitir unas percepciones distintas a la de su competencia.
La primera premisa que se debe considerar según afirman Torreblanca, Lorente, López, Blanes, (2012) es la de aplicar la creatividad. Diseñado para enfocarse en la psicología humana y no en la experiencia, inclinándose hacia las nuevas relaciones pero siempre cuidando las ya creadas con anterioridad. Nunca olvidándose de los factores de la mercadotecnia tradicional y la tecnología para llegar satisfactoriamente al público deseado.
Según Torreblanca et al (2012), son varios los tipos de acción de marketing de guerrilla que se pueden encontrar en la actualidad, pero destacan los siguientes:

Street marketing : Se utilizan elementos urbanos. En una acción de realizar total o parcialmente sobre la calle, interactuando directamente con el usuario, y sin previo aviso.

Ambient marketing : Las características especiales que posee consisten en buscar la participación directa del consumidor, siendo miembro activo durante el transcurso de la actividad que desarrolla la marca como acción de marketing de guerrilla.

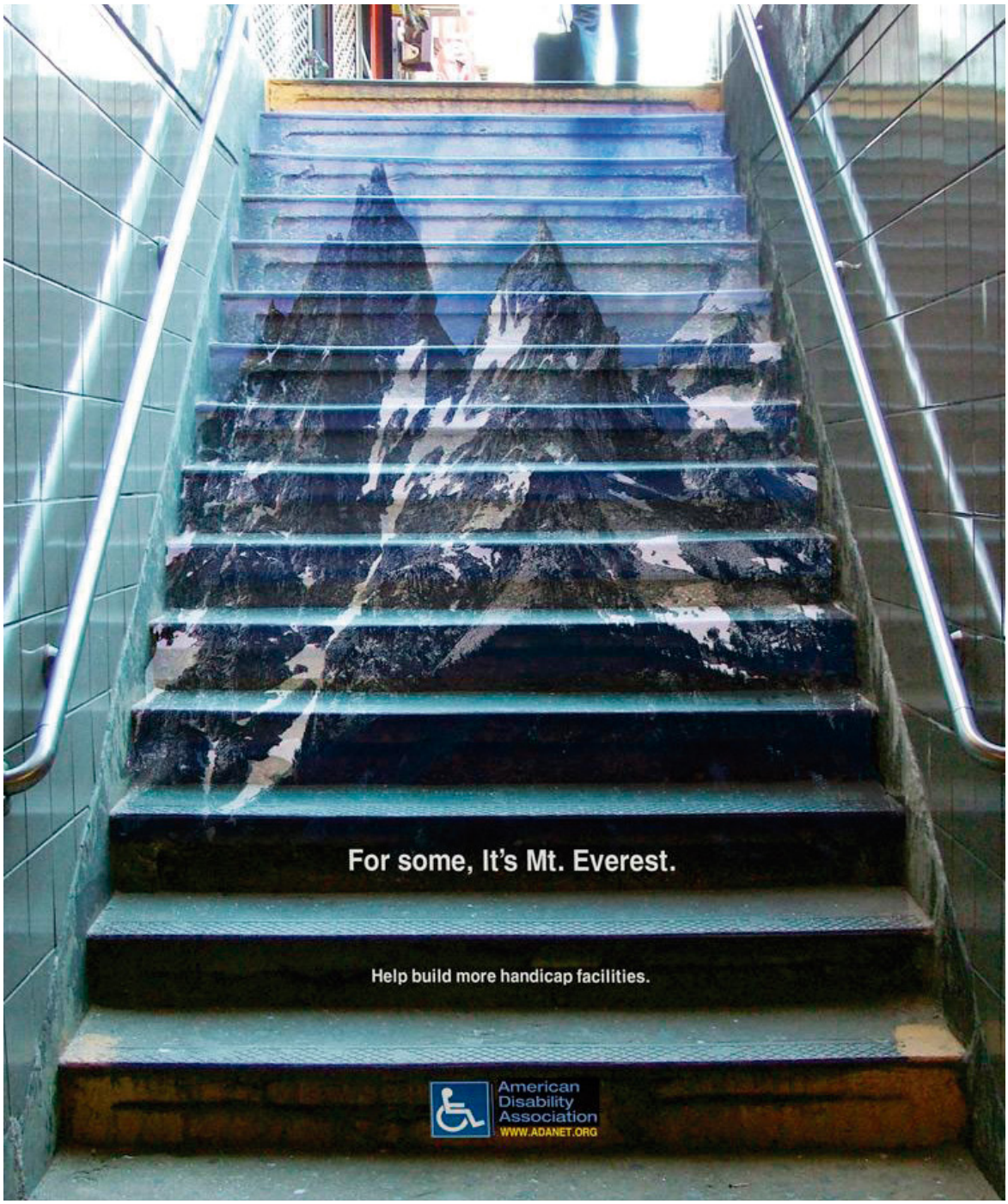


Figura 40.
Referencia de comunicación no convencional.

Fuente:
<https://adsoftheworld.com/media/ambient/stairs>

Buzz marketing: O marketing del “boca a boca”. Se basa en el marketing de tercera generación y mediante la técnica de transmitir o comunicar información por medios verbales, más allá de los medios convencionales y masivos que se conocen. La estrategia basada en buzz marketing tiene que ver con lograr que los clientes se sientan felices y, por lo mismo, se conviertan en los mejores publicistas de la marca.

Marketing viral: Incrementar el reconocimiento de marca es uno de los objetivos a conseguir llevando a cabo técnicas de marketing de guerrilla. Marketing viral es toda aquella acción que busca conseguir una rápida propagación del mensaje vía online y utilizando el poder de los Medios Sociales, mediante procesos de auto replicación viral. Tanto el uso de los Medios Sociales como los más de 112 millones de blogs en línea son una forma de periodismo ciudadano que permite que una gran cantidad de individuos puedan llegar a conocer y opinar.

4.1.2.4.1.1 EJEMPLO SELECCIONADO

- **Guerrilla Gardening**

La guerrilla gardening o la agricultura de guerrilla es una forma de acción directa no-violenta relacionada con hacer las ciudades más acogedoras a través del verde. Pero, para que éstas sean consideradas como tal, ha de cumplirse otro requisito: la plantación ha de hacerse sin pedir permiso, normalmente en espacios públicos abandonados o no susceptibles de ser sembrados, al menos oficialmente, según dicta Binder (2014).

Se trata de una revolución ciudadana silenciosa, natural, de todo un acto de rebeldía en la que se toma por asalto una zona. Si bien, los intentos de quienes realizan estas acciones pueden resultar fallidos en numerosas ocasiones, sus gestos pueden insistir con el fin de formar parte de esta filosofía de guerra a la dictadura del asfalto, tan aburrido y poco saludable, a partir de una guerra de la paz verde.

El origen del movimiento se le podría atribuir al activista londinense Richard Reynolds. Quien es el fundador de www.guerrillagardening.org – una plataforma para conectar a los guerrilleros garden - es probablemente el más famoso guerrillero garden en el mundo.

El movimiento ha adquirido una dimensión mundial, ya que asaltar un lugar gris que repela la vista o a los pulmones se convierte en un idioma tradicional para quienes hablan el idioma del reverdecer.

Figura 41.
Imágenes referenciales guerrilla gardening.

Fuente:
< http://tekhnede.blogspot.cl/2015/02/community-and-guerrilla-gardening.html>

4.1.2.5 INSPIRACIÓN EN TORNO A REFERENTES INVESTIGADOS

La forma que posee la comunicación no convencional del guerrilla gardening sirvió de inspiración para abordar el enfoque que tomaría el proyecto. Primero que todo, se analizó la forma de actuar de dicha intervención. Teniendo como resultado el enmarcarse dentro de una retórica que alineara los elementos de cada proceso.
En el guerrilla gardening, existen elementos que se contraponen con sus significados tradicionales, pero que al momento de actuar dentro de un contexto determinado, su significado funciona de igual manera.

Elementos de guerra:
Bomba
Acción de arrojar
Espacio con gente

Elementos guerrilla gardening:
Semillas de cualquier tipo de plantación
Acción de arrojar
Espacios vacíos o con cemento

Basándose en el objetivo protagónico del concepto de la "guerra", el de atacar – invadir; el guerrilla gardening hace uso de este concepto pero con un fin pacífico, es decir, atacar mediante la paz. Paz que conlleva el verde, lo natural, lo puro y vital.
Por lo tanto, se apropia del significado "positivo" de la guerra, que resulta ser la invasión, pero añade lo pacífico de su misión, que es la plantación de semillas, del verde, de lo natural.

4.1.2.6 CONCEPTUALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.2.6.1 Hacia una retórica de la comunicación grafica

El diseño crea conceptos según las acciones humanas, los pensamientos y las ideas sociales señala Tapia (2004). Ejerciendo el diseño desde lugares y no desde categorías, con el objetivo de crear proposiciones persuasivas en relación a los distintos escenarios prácticos que constituyen la cultura y la vida urbana.
De este modo, la retórica, se fundamenta en su organización conceptual interna y en todos aquellos escenarios donde el acuerdo, la necesidad de consenso y de la argumentación constituyen el único punto de partida posible para comprender las proposiciones comunicativas y las estrategias para la acción.

CONCEPTOS DEL CIRCUITO				
ACTIVIDAD MOVILIDAD				
ENERGÍA	ELÉCTRICA FÍSICA ANÍMICA ESPIRITUAL RENOVABLE	FUERZA PODER ACCIÓN VALOR EMPUJE	SUPERHÉROE	HÉROE
	TIPOLOGÍA	EN COMÚN	ATRIBUIBLE	IDENTIFICACIÓN

Figura 42.
Obtención conceptos principales.

Fuente:
Elaboración propia.

Tapia (2004) indica que en los proyectos, la ubicación humanística de la retórica, sirve para comprender al diseño como un agente generador de lo artificial, como una disciplina que construye argumentos a través de las acciones interpretativas que ponen de manifiesto sus objetos, contribuyendo a enriquecer la vida humana.

A través de cada tipo de retórica empleada, se puede rescatar que ésta funciona a partir de sus conceptos principales. En el caso del guerrilla gardening, funciona a partir de la contraposición de los conceptos entre paz y guerra, enfatizando el punto en común que se genera entre ambos.

Mientras que en el proyecto del circuito activa tu calle, es posible distinguir que los principales conceptos giran en torno a la movilidad (como actividad principal) en contraste de la inmovilidad (lo pasivo, no deseado). Como puntos en común, se obtiene el concepto de la energía, y de acuerdo a este concepto es posible señalar enormes variedades de tipologías de energía, pero que en su definición, llegan a características generales como: fuerza, poder, valor, acción, empuje. Características que son atribuibles en un primer momento a un superhéroe. Y próximamente a un héroe debido a la identificación que posee con un ser humano común y corriente, capaz de realizar acciones ordinarias, que pueden llegar a ser extraordinarias. Ver en figura 42.

Figura 43.
Capturas de pantalla del trailer "The visibles" de Emanuelle Grisa, 2012.

Fuente:
<https://vimeo.com/66833528>

4.1.2.7 ANTECEDENTES DE PROYECTOS INFORMATIVOS

En torno al concepto del héroe.

4.1.2.7.1 Tráiler "The visibles".

El objetivo del tráiler es demostrar que las minorías sexuales no están solas. Buscando apoyar a quienes poseen diferente orientación sexual, a través de la viralización del mensaje audiovisual en redes sociales.

4.1.2.7.2 La súper guía de diseño para transformarse en un héroe.

El objetivo de la guía, es explicar lo que debe hacer un diseñador para cuidar al mundo para convertirse en un héroe.

4.1.2.7.3 Se buscan superhéroes.

Creación de campaña solidaria que invita a donar con el objetivo de que las personas accedan a convertirse en un superhéroe.

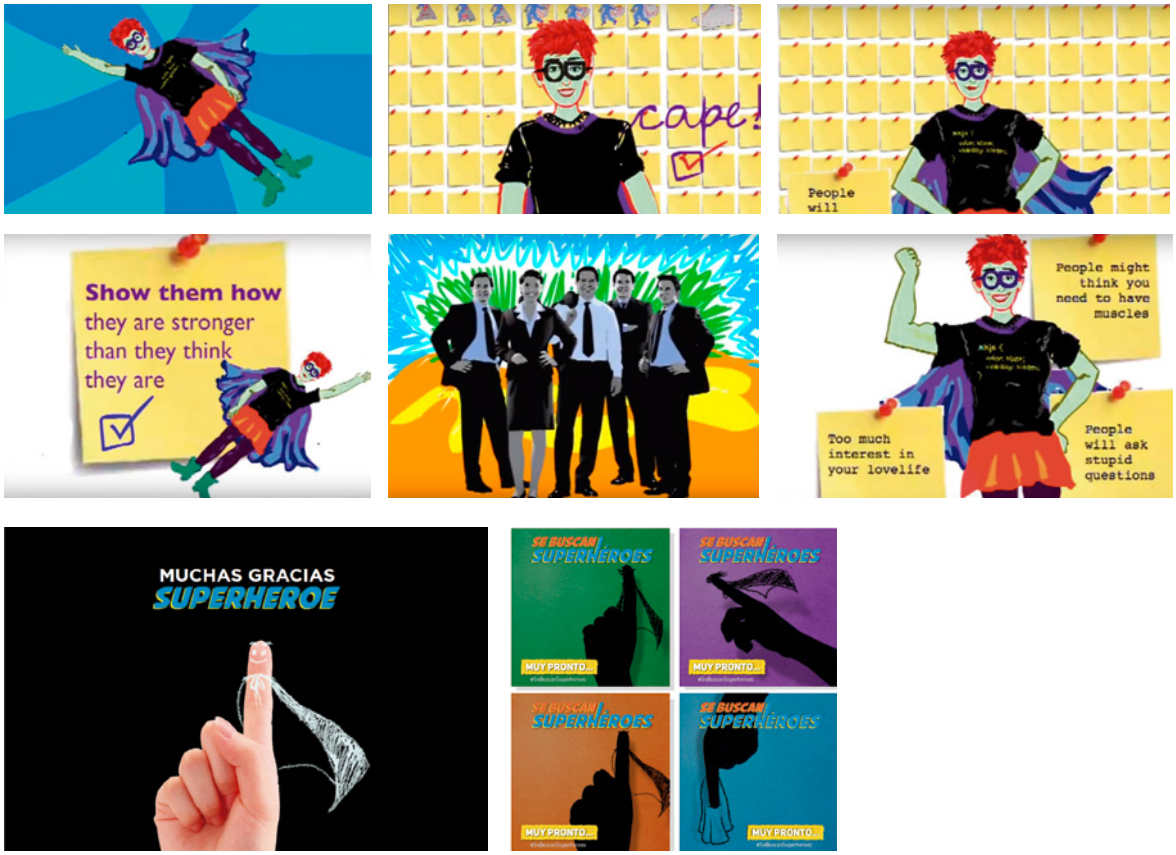


Figura 44.
Capturas de pantalla de La súper guía de diseño para transformarse en un héroe.

Fuente:
< https://www.youtube.com/watch?v=WJ9oJVonxp4 >

Figura 45.
Imágenes de la campaña Se buscan súperheroes.

Fuente:
< https://www.behance.net/gallery/26407003/Se-Buscan-Superheroes-Campana >

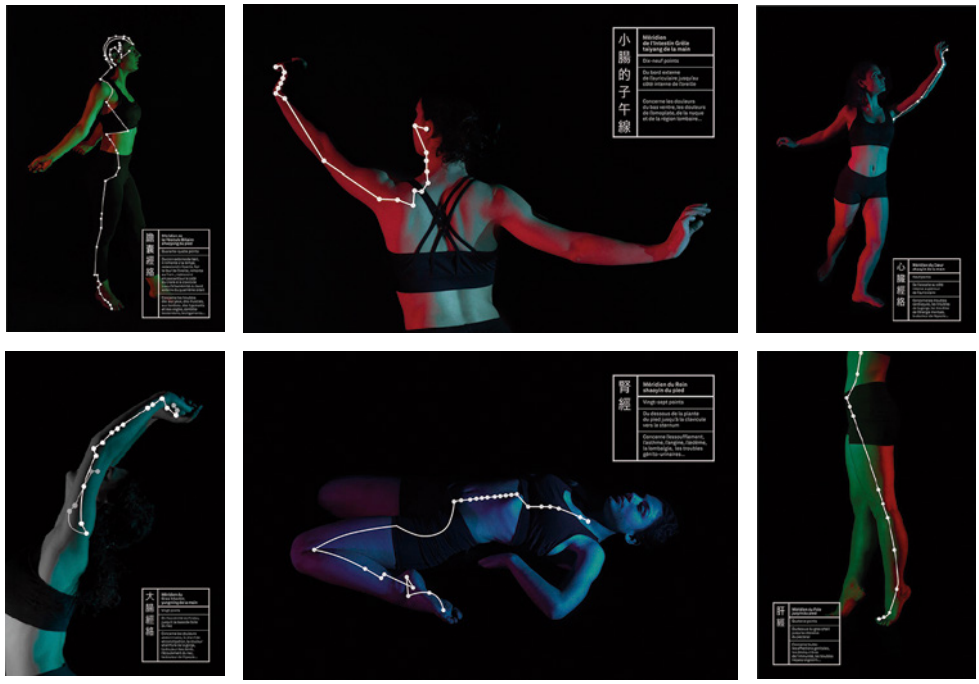


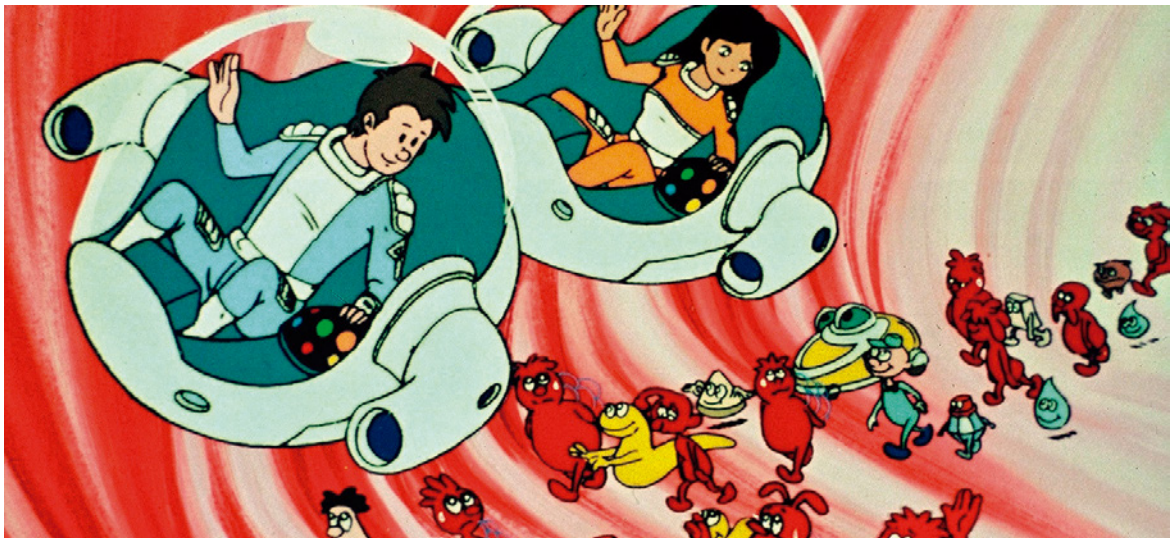
Figura 46.
Tríptico sobre los meridianos energéticos.
Projet de DSAA : Sensibiliser à la Médecine Traditionnelle Chinoise
Les douze méridiens

Fuente:
<http://www.cindyattuil.fr/les-m%C3%A9ridiens.html>

4.1.2.8 REFERENTES DE PROYECTOS

En torno a la representación del circuito.

Proyecto que consiste en un tríptico que muestra el recorrido de determinados puntos con los doce meridianos energéticos que posee el cuerpo, entregando información sobre cada uno de ellos.



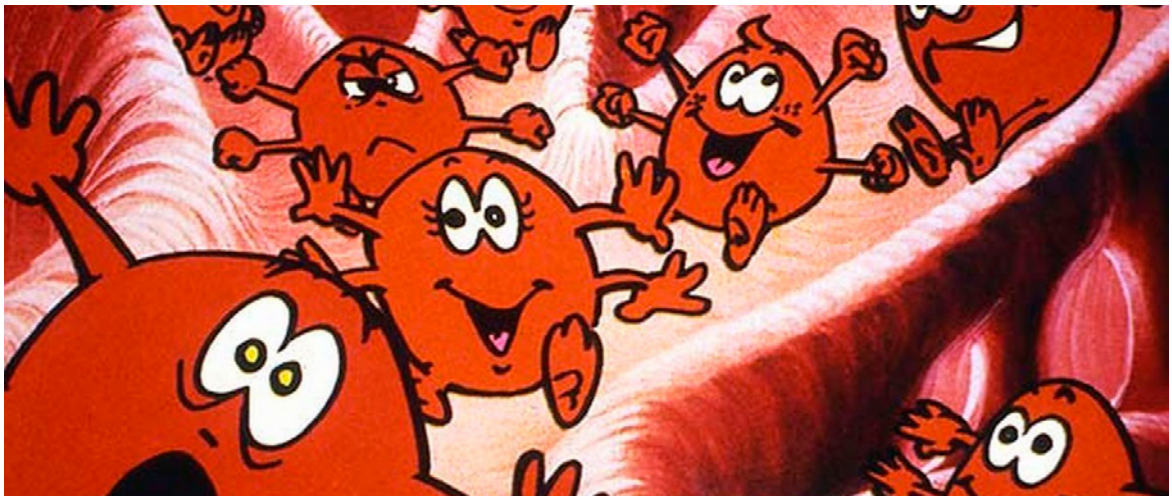


Figura 47.
Figura 39. Esplorando il corpo umano.

Fuente:
<http://www.hablandodeciencia.com/articulos/wp-content/uploads/erase.jpg>

4.1.2.8.1 **Esplorando il corpo umano | Érase una vez…el cuerpo humano.**

Serie de dibujos animados educativos. que tiene como finalidad enseñar el funcionamiento del cuerpo humano a través de un viaje fascinante por el interior de los componentes de la anatomía humana.

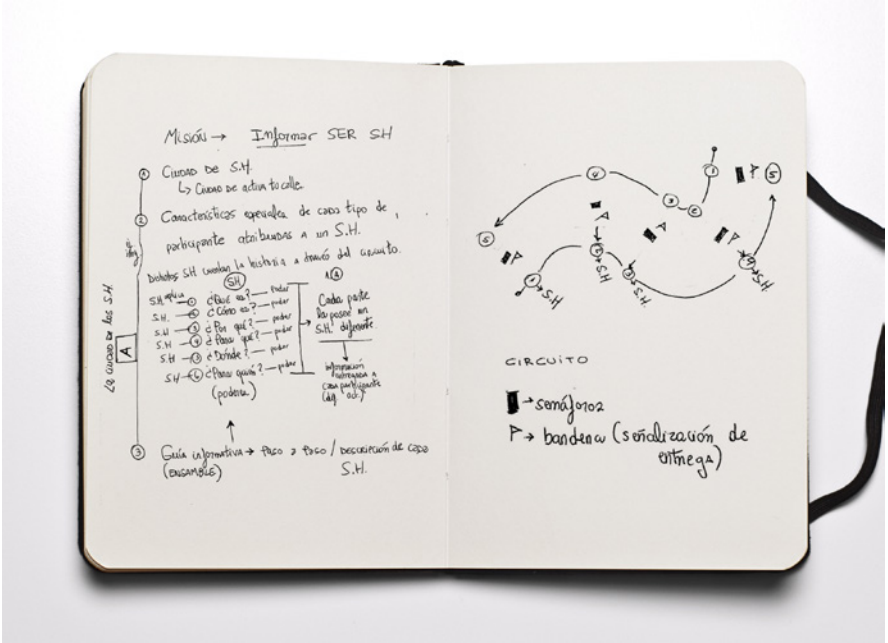


Figura 47. Boceto primeras propuestas.

Fuente: Elaboración propia.

4.1.2.9 PRIMERAS APROXIMACIONES AL PROYECTO

A través de estos referentes, en primera instancia se propone concebir el proyecto como un circuito basado en las estructuras que componen el cuerpo humano o bien que el circuito sea “navegable” dentro de las estructuras que posea el recorrido. Con el fin de facilitar la comprensión y la identificación con cada zona del circuito.

Donde el circuito simbolice el mundo de los héroes, y cuente con características especiales atribuibles a cada participante. Por lo tanto, en cada zona del recorrido es posible obtener un “poder” distinto. Dicha ubicación se entrega mediante una guía informativa que describe paso a paso cada lugar del circuito.

La gran falencia de esta propuesta consiste en que no contempla la presencia de las características de un circuito cíclico. Donde si bien promueve el ingreso a cada zona del circuito, no considera el compromiso de volver al mismo durante el resto de las semanas.

De todas formas, gracias a estas primeras insinuaciones, se empieza a tener en consideración la concepción de quien vendría a ser el ente contrario al héroe, es decir, el villano. Que en el caso del proyecto, vendría a ser definido por la desinformación.

Además, en este punto, se comienza a evocar la estructura en común que poseen los héroes a través de la narrativa, y se reflexiona en relación a las etapas que requiere un héroe para emprender marcha y aventurarse en un viaje del ir y volver.

4.1.3 OBTENCIÓN DE LA RETÓRICA DEL PROYECTO

4.1.3.1 El viaje del héroe

A través de la carencia del recorrido cíclico, se reflexiona en torno a una forma de vincular el circuito con un viaje que contemple el regreso hacia el mismo, generando un compromiso por parte del participante. Debido a tales reflexiones, y teniendo en cuenta los conceptos del circuito, se determina asociar el circuito con el viaje del héroe propuesto por Joseph Campbell en su libro "El héroe de las mil caras" (The Hero with a Thousand Faces) publicado el año 1949, el cual rescata la estructura tradicional que se emplea al momento de crear la narrativa de una historia. Trabajando sobre la base del concepto de la "unidad psíquica de la humanidad" al establecer que toda la humanidad posee un marco mental de referencia en común.

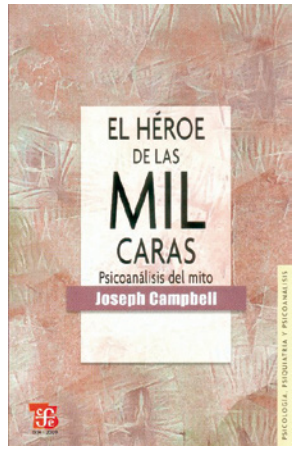


Figura 48.
Portada del libro "El héroe de las mil caras" de Joseph Campbell.

Carl Jung (citado en Campbell, 1972), propone que las ideas elementales deben denominarse como imágenes arquetípicas, encargadas de correlacionar con especial similitud motivos universales pertenecientes a religiones, mitos y leyendas. Haciendo referencia a las imágenes ancestrales que se constituyen no sólo en la mente inconsciente, sino en la de un inconsciente colectivo.

Jung tenía la idea de que todo el mundo nace con el mismo modelo de base subconsciente de lo que es un "héroe", un "tutor" o una "misión". Por lo que Jung comienza a desarrollas su idea como una forma de encontrar el significado de los sueños y visiones de enfermos mentales.

Finalmente la idea de los arquetipos, utilizada para definir la estructura en común de la religión y el mito fue utilizada en el libro de Campbell "El héroe de las mil caras", el cual manifiesta a través de ejemplos de una multitud de culturas a lo largo de la historia y en todo el mundo. Campbell (1972) concluye que todas las leyendas son expresiones de una misma historia patrón, a la que llamó "Viaje del Héroe" o "Monomito".

4.1.3.1.1 Las etapas

Según Campbell (1972) el “Viaje del Héroe” se compone en tres etapas principales: La Partida (o Separación), La Iniciación y El Regreso.

La llamada a la aventura.
El comienzo de la historia se origina a través de la recepción de una llamada a la aventura que puede llegar a perturbar la vida del héroe.

El rechazo a la llamada.
Puede optar a rechazar la llamada, pero al generarle sufrimiento, termina aceptándola.

Ayuda sobrenatural.
En ocasiones el héroe puede requerir ayuda sobrenatural.

El cruce del umbral.
Consiste en separar el mundo ordinario del extraordinario.

El vientre de la ballena.
A veces, el héroe debe morir para poder pasar el umbral.

La Iniciación

El camino de las pruebas.
Al entrar al mundo extraordinario, el héroe debe superar pruebas que lo ayudar a mejorar su nivel de conciencia.

El matrimonio.
La prueba del matrimonio, representa el dominio sobre la vida.

La mujer como tentación.
El héroe con mayor nivel de conciencia, puede presentar la desigualdad entre la verdad y su apariencia exterior, lo que puede provocar la seducción de tentaciones carnales.

Expiación con el padre.
Reconciliación entre el héroe y su padre, que posibilita la comprensión de sí mismo.

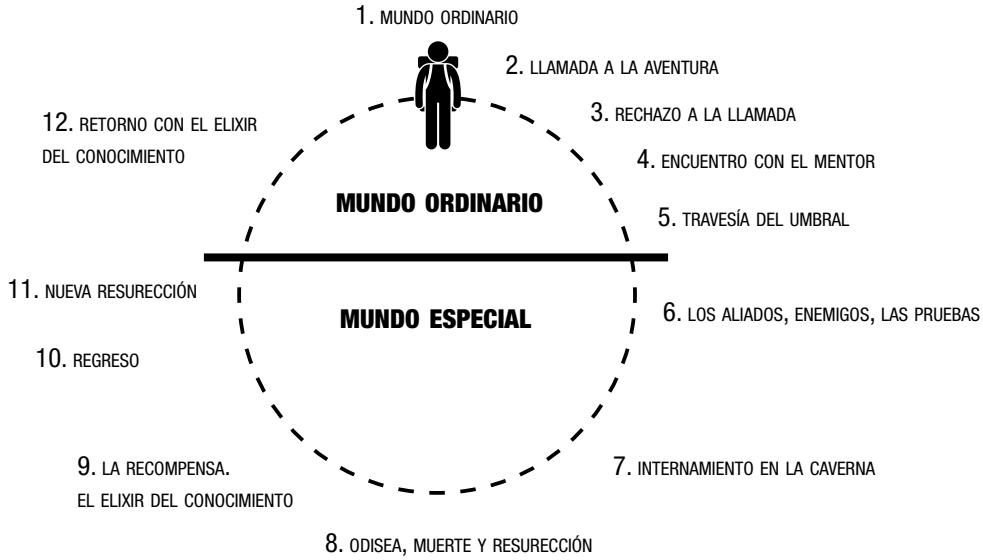


Figura 49.
Estructura del viaje del héroe de Joseph Campbell.

Fuente:
<http://1.bp.blogspot.com/-o2Bh0K1woQg/UkbYq8qhbFI/AAAAAAAACuc/xGmUS0IrIc4/s1600/Viaje+del+h%C3%A9roe+-+Esquema.png>

El apoteosis.
El “yo” del héroe se desintegra. Que permite que el héroe pueda sacrificarse.

La bendición final.
El héroe está preparado para recibir aquello para lo cual emprendió su aventura.

El Regreso

El rechazo del regreso
Al haber logrado la iluminación, el héroe se encuentra indeciso de volver al mundo ordinario.

El vuelo mágico
A veces el héroe regresa con la bendición final.

El rescate desde el mundo normal.
Para regresar al mundo ordinario, el héroe puede necesitar que alguien del mundo normal lo ayude.

El cruce del umbral.
El héroe regresa al mundo ordinario y lo acepta como real.

Maestro de dos mundos.
Debido a la bendición final, el héroe se convierte en el maestro de los dos mundos.

Libertad para vivir.
Por último el héroe entrega la bendición final a la humanidad.

Figura 50. Estructura de la retórica del viaje del héroe.

Fuente: Elaboración propia.

4.1.3.2 PRIMERAS FORMULACIONES DEL PROYECTO

4.1.3.2.1 Lo cíclico del viaje. El ir y volver.

El proyecto, enmarcado en el circuito cíclico de activa tu calle, apela a las etapas protagónicas de la estructura del viaje del héroe propuesto por Campbell.
El proyecto en un comienzo se adscribe a la idea de la búsqueda de monstruos, que resultan ser los villanos del circuito, y por ende, el desafío que tiene el participante dentro del circuito es la caza de los mismos.

En primera parte, la llamada a la aventura consiste en dar a conocer el circuito durante la semana, en el mundo ordinario descrito por Campbell. Para que durante los días domingos, el héroe (participante) pueda "entrar" a un mundo desconocido para él. Esta fase se define a través de la utilización de la herramienta del teaser.

Al aceptar la aventura, asistiendo al circuito, se puede compartir con una especie de mentor, que vendría siendo el personal capacitado perteneciente a la misma organización, con el fin de que por medios móviles, aparezca frecuentemente en su recorrido, informando tanto sobre el circuito como del panorama existente dentro del nuevo mundo, a través de la entrega de un manual y un mapa.

Dentro de la etapa de la iniciación, comienza lo que se denomina como los "desafíos", que dentro del recorrido vendrían siendo la búsqueda y el encuentro de los monstruos (Figura 51).

Por último, finaliza con el regreso del participante hacia el mundo ordinario, luego de atravesar este recorrido de desafíos.

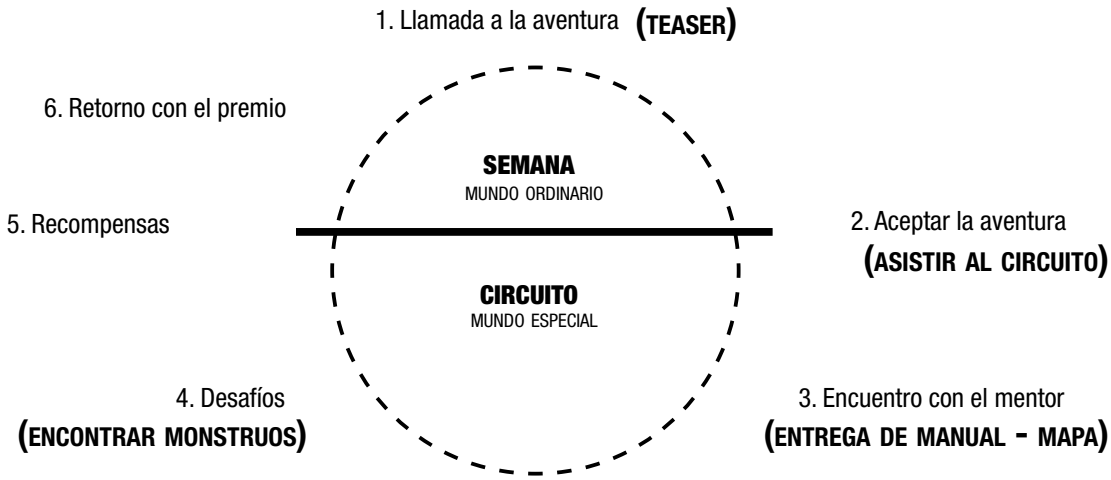


Figura 51. Estructura de la retórica del viaje del héroe aplicada al proyecto.

Fuente: Elaboración propia.

4.1.3.3 PRIMERAS INCURSIONES EN EL TEMA DE LA ENERGÍA

4.1.3.3.1 Cartas de monstruos

En primera instancia, surgió la idea de crear monstruos alrededor del circuito, estableciendo que el desafío por parte de los participantes fuera cazarlos para poder convertirse en un héroe.
Cada monstruo sería entregado luego de realizar una actividad del circuito. Monstruos que estarían contenidos en un soporte con forma de cartas coleccionables. La idea final sería coleccionar las cartas de los monstruos, a través del tiempo.

El problema surgió al momento de materializar la forma de los monstruos; ya que se definió que el monstruo sería representado por cada actividad dentro del circuito. Pero al hacerlo de esta manera, concebía tanto al monstruo como a la actividad de una forma negativa de lo que realmente era. Si en cambio, se concebía al monstruo como una forma positiva, cabía hacerse la pregunta: ¿para qué cazar una forma positiva (tanto abstracta o concreta) dentro del circuito? Si no conlleva a nada negativo dentro del mismo.

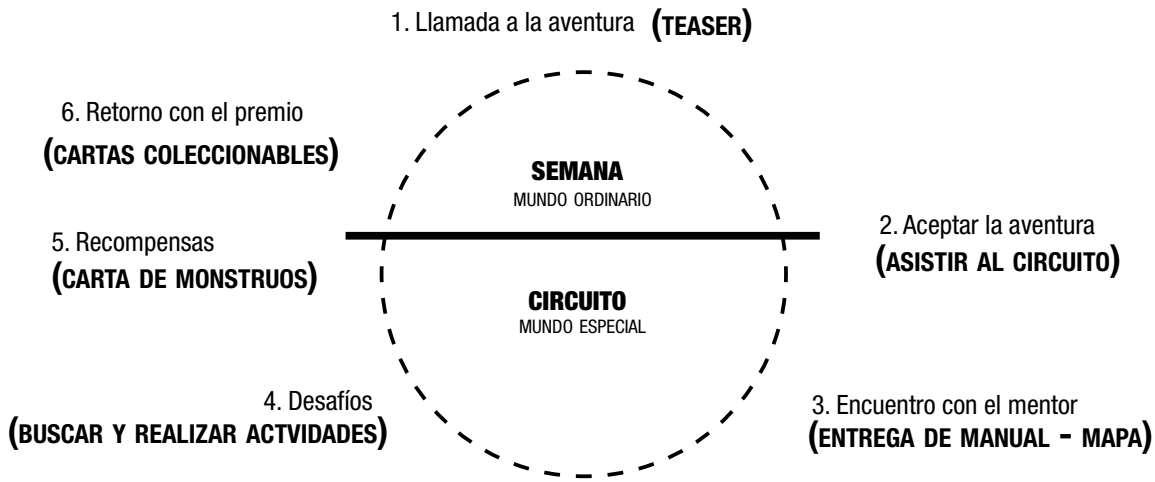


Figura 52. Estructura de la retórica del viaje del héroe aplicada al proyecto.

Fuente: Elaboración propia.

4.1.3.4 LA ENERGÍA COMO CONCEPTO POSITIVO

En este preciso momento, se analiza la idea de la energía, que además de ser el motor del circuito, debe ser reconocida por sus aspectos positivos, con el fin de que su obtención sea uno de los objetivos dentro del circuito. Por lo mismo, la idea de los monstruos debía ser descartada.

4.1.3.5 EL PROBLEMA DEL COMPROMISO

El proceso que contempla la energía positiva debía plantearse de una nueva forma dentro del circuito, por lo mismo, surge la propuesta de que cada desafío contemplara la búsqueda, el encuentro, el rescate y próxima colección de la energía. El problema existente en esta fase se encontraba en el tema del compromiso hacia esta búsqueda y colección de la energía.

4.1.3.6 LA INCLUSIÓN DE LA GAMIFICATION DENTRO DEL PROYECTO

Contando con una estructura de recorrido, propia de "el viaje del héroe", el proyecto requería una estructura de funcionamiento que fuera compatible con el compromiso por parte de los participantes. Es así, que se aborda una nueva estructura paralela a la existente. La estructura que propone la "Gamification".

4.1.3.6.1 Gamification

La gamification hace uso de la entretención como parte principal del atractivo de la experiencia que se está diseñando sin cambiar necesariamente el fondo de ésta, para establecer una conexión comprometida con el usuario denominada Engagement.
"Cuando se hace bien, la Gamification ayuda a alinear nuestros intereses con la motivación intrínseca de nuestros jugadores, amplificado con las mecánicas y recompensas que hacen que vuelva, traigan a sus amigos y sigan volviendo" (Zichermann & Cunningham, 2011, p. 9).

4.1.3.6.2 Engagement

El término engagement denomina la conexión entre consumidor y producto o servicio, según Zichermann & Cunningham (2011). Se podría decir, que el engagement se transforma en la motivación propia de los usuarios para volver a "jugar", al reconectarse con algún producto o servicio continuamente en el paso del tiempo, y sentir fidelidad por el mismo, sentir el deseo de volver y continuamente interactuar debido al agrado que produce esta relación.

4.1.3.6.3 Mecánicas de juego

Las mecánicas consisten en una serie de herramientas que prometen producir respuestas significativas de los usuarios. En estricto rigor, hacen alusión a los generadores de experiencias para el jugador.
Entre las herramientas más reconocidas que componen las mecánicas, se encuentran:

Puntos:
Se utilizan como el sistema de conteo o recolección, tanto de recompensa o de nivel de avance. Los puntos se dividen en diversas categorías:

Puntos de experiencia
La actividad del jugador puede reflejarse en los puntos de experiencia que adquiere. Representando el progreso de su actuación dentro de un sistema.

Puntos canjeables
Se traducen en puntos pensados para ser intercambiados por otro tipo de cosas. Sirven de base para las economías virtuales.

Puntos de habilidades
Paralelos a los puntos de experiencia y a los canjeables, son puntos que se ocupan para ser asignados a actividades específicas de forma optativa.

Puntos de karma
El objetivo de estos puntos es que sean compartidos entre los jugadores. Pueden ser usados como agradecimiento o para fomento del altruismo.

Puntos de reputación
Usados para medir la confianza entre sistemas en los que comúnmente se realizan intercambios. Por lo general los mismos usuarios son quienes asignan este tipo de puntos.

Niveles
Sirven para indicar el progreso de la experiencia del jugador, que determina en qué sección se encuentran a través de su experiencia a lo largo del tiempo.

Tabla de puntajes
El objetivo de estas tablas es hacer comparaciones. Fácilmente son reconocidas debido al orden de una lista que incluye los nombres de los jugadores. Resulta ser una especie de ranking entre ellos, con el fin de poder competir dentro de un determinado rango de tiempo.

Insignias
Sirven como recompensa para los jugadores de forma de entregarles un mayor nivel dentro del sistema. Las insignias pueden ser físicas o virtuales.

Iniciación
Es el punto de partida que sirve para recibir al nuevo usuario a través de una bienvenida. La cual contempla cuidadosamente la forma de guiar al jugador sin que éste se sienta superado.

Retos y búsquedas
Actividades entregadas a los jugadores cuyo que contemplan las instrucciones de lo que se debe realizar dentro de la experiencia gamificada.

4.1.3.7 PROPUESTA FINAL EN TORNO AL TEMA DE LA ENERGÍA

4.1.3.7.1 **Puntaje energético | La solución al tema del compromiso**

Al incluir la estructura que propone la "Gamification" dentro del proyecto, se logra conjugar el tema del compromiso de los participantes con el circuito semanal. Gracias a la mecánica de juego propuesta por la gamification, se toma en consideración la dinámica del puntaje y de los niveles, donde la obtención del puntaje equivale a la obtención de la energía presente dentro del circuito, que es la capaz de activar tanto al participante como al circuito.

4.1.3.8 DESCARTE DE CARTAS

4.1.3.8.1 **Recursos para el proyecto.**
Debido a una optimización de recursos de acuerdo a los recursos dispuestos por la ONG, se decide optar por el descarte de cartas (por el costo que asume), y modificarlo mediante un soporte que contuviese la información completa que se desea entregar.

4.1.4 TERCERA FASE

4.1.4.1 FORMULACIÓN DEL PROYECTO

En concreto, y entregándole una forma clara al sistema de diseño planteado, se tiene que el proyecto contempla una forma paralela de concebir dos tipos de realidades, una designada por Campbell, mientras que la otra, propia del proyecto, se encuentra como parte del sistema de diseño del circuito.

Por lo tanto, se distingue el mundo ordinario del circuito, como aquel que sucede durante la semana, presente en la vida diaria del participante (en ese entonces persona común y corriente). Mientras que se llega al mundo especial a partir del ordinario, que será la primera fase de entrega de información.
Información que consiste en la visualización de lo que será el circuito, materializado en la forma de un tesear. Con el fin de causar intriga y ansiedad de asistir al circuito a quienes lo vean.

La segunda fase, comprende la asistencia de la persona común y corriente (transformada en un participante al llegar al mundo especial o circuito), y la segunda entrega de información realizada por el mentor que en este caso vendría siento el personal capacitado de la organización, a través de su bicicleta o medio móvil del que disponga.
La segunda entrega de información se materializa en la forma de un desplegable informativo, que cuenta con el instructivo del panorama a realizarse, como también de un mapa con las calles por las cuales se realiza el circuito, además de indicar la ubicación de cada actividad.
El panorama consiste en los desafíos que presenta el circuito, como la obtención del puntaje a través de la búsqueda, el encuentro y la realización de cada actividad determinada por la organización. Estos puntajes se materializan mediante la forma de timbres, que deben ser obtenidos por cada participante.

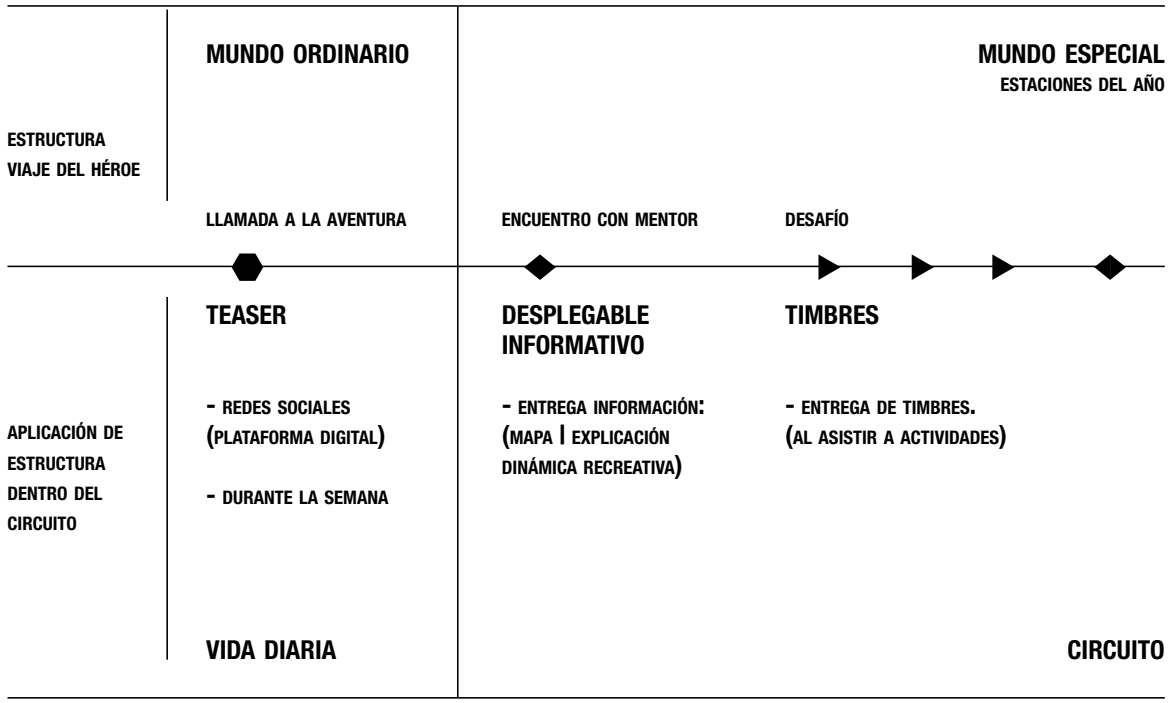


Figura 53. Diagrama de flujo del proyecto.

Fuente: Elaboración propia.

4.1.4.2 DISEÑO DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN | ELEMENTOS

Teaser

Se decide optar por la creación de un teaser, debido a la instancia que debe abordar en un comienzo (durante la semana), dando a conocer por primera vez lo que se espera del circuito. Es un breve avistamiento hacia el viaje, hacia la ganancia de energía de la que será parte el participante al momento de ingresar al nuevo mundo. En definitiva, es para dar una noción de lo que se espera, además de entregar su ubicación. Un modo de llegar al lugar indicado.

Desplegable informativo

Entre los elementos con los que cuenta el proyecto, se encuentra un desplegable informativo, el cual se entrega durante el día domingo, dentro del circuito. Este desplegable contiene información del circuito, tanto de su extensión (mapa), como de las actividades que se realizan dentro de él (desafío).

Timbres

Los timbres forman parte del desafío. Cada timbre será entregado al participante, sólo si éste forma parte del circuito, afrontando los desafíos presentes. Es decir, al buscar, encontrar y completar cada actividad, es posible recibir a cambio un timbre que representa el puntaje energético.

4.1.4.3 DEFINICIÓN HERRAMIENTAS

4.1.4.3.1 Definición teaser

Según Dornaleteche (2007), las herramientas de marketing en el ámbito de la promoción y la publicidad audiovisual utilizada en el sector del ocio y entretenimiento se denominan trailers. Los que a su vez pueden adquirir variadas formas. Los que según sus características pueden ser: teaser trailers, creative trailers, clip trailers, theatrical trailers, TV trailers, behind the scenes trailers y video game trailers.

4.1.4.3.2 El Trailer

Andrew J. Kuehn (citado en Dornaleteche, 2007), posiblemente la persona más influyente en la historia del trailer cinematográfico, lo define como a una herramienta de marketing audiovisual que posiciona un producto. Estos tipos de publicidad audiovisual que conjugan los sentidos de la vista y el oído, puede insertarse en televisión, en las salas de cine y, cómo no, en Internet.

4.1.4.3.3 Teaser Trailer

Anuncio audiovisual de corta duración cuyo objetivo es el de excitar al espectador mostrando algo que sea interesante sin pretender mostrar todo, es decir la información que se ofrece es de forma fragmentada. Un teaser también es entendido como un problema con difícil solución. De esta forma, un teaser trailer sería “un problema” cuya única solución es la obtención del producto para conocerlo en su totalidad.

4.1.4.3.4 Aspectos relevantes de una producción audiovisual

Hincapié y Lema (2013) dividen el desarrollo de una producción audiovisual en tres grandes partes, denominadas: preproducción, producción y postproducción.

PREPRODUCCIÓN

Es la base funcional, donde se debe preparar todo lo esencial para que las siguientes etapas se completen eficazmente. Este es el proceso más largo y complicado dentro toda la realización audiovisual y el tiempo de su elaboración no está definido como en las siguientes dos etapas.

Las actividades que se realizan en la preproducción son las siguientes:

La formulación de la premisa, es la idea inicial para construir la historia. Y de la que dependen los detalles que se deseen contar en la narración.

El guión literario, entrega las descripciones para el desarrollo de cada actividad en el transcurso de la historia. "El éxito de un producto audiovisual depende en su porcentaje más alto del guión" (Hincapié y Lema, 2013), el cual debe estar bien construido, pues este entrega el ritmo a la historia y constituye firmemente los efectos de tiempo y espacio dentro del relato.

El guión técnico, es el documento que hay que obedecer fielmente, pues contiene todas las especificaciones para el equipo de producción. Ya que se desglosa plano por plano cada una de las escenas que compone lo audiovisual. En este punto se hacen descripciones técnicas como: el encuadre, posición, movimientos y ángulo de la cámara, decoración, sonido, efectos especiales, iluminación, música, ambiente, diálogos y descripción de la escena.

El "Look and Feel" o el "Cómo se ve y Cómo se siente", es la etapa que traduce visualmente el concepto que se quiere comunicar, mostrando la atmósfera visual donde va a ocurrir toda la animación y la cual puede sufrir modificaciones y correcciones que no afectan el proceso del trabajo final.

El storyboard, representa la composición de cada plano. Para otros formatos este puede ir incluido en el guion técnico, en el caso de ser incluido no tiene que ir en todo el guion, puede ser solo en las escenas que tengan mayor complejidad, para facilitar la lectura de este al equipo de trabajo.

PRODUCCIÓN

Se procede a realizar el rodaje del proyecto, se filma y graba todos los elementos de imagen y sonidos necesarios hasta completar los requerimientos del guión. La duración varía según el formato del producto que se va a realizar.

POSTPRODUCCIÓN

Es el último paso en una producción audiovisual. Según Bestard (2011) en esta etapa se debe realizar los siguientes pasos: Realizar una o varias copias de los archivos, visualizar el material grabado, hacer el montaje de escenas y finalmente el montaje musical o sonorización.

DESARROLLO PROYECTO

5.1 PROCESO DE DISEÑO
5.1.1 REFERENTES CONCEPTUALES

CONCEPTO DE ENERGÍA

Definición
Capacidad para realizar un trabajo. Eficacia, poder, virtud para obrar.

Sinónimos
Fuerza, vigor, potencia, poder, firmeza, contundencia, poderío, pujanza, reciedumbre, resistencia, acción, vida, dinamismo, vivacidad, garra, coraje, ímpetu, brío, intensidad, ánimo, valor, carácter, empuje, entereza, resolución, tenacidad.

Tipologías
Energía eléctrica
Energía lumínica
Energía mecánica
Energía térmica
Energía eólica
Energía solar
Energía nuclear
Energía cinética
Energía potencial
Energía química
Energía hidráulica
Energía sonora
Energía radiante
Energía fotovoltaica
Energía de reacción
Energía iónica
Energía geotérmica
Energía mareomotriz
Energía electromagnética
Energía metabólica
Energía hidroeléctrica
Energía magnética
Energía calorífica

Puntos en común
Fuerza
Poder
Acción
Valor
Empuje

Figura 54. Referentes concepto de energía. Tipografía.

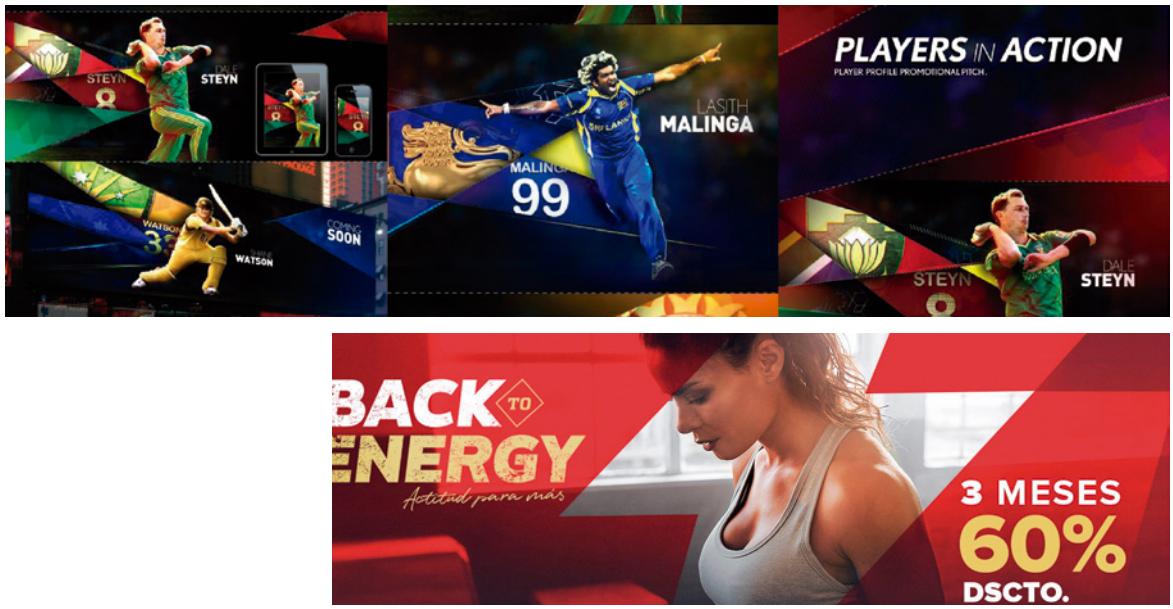


Figura 55. Referentes concepto de energía. Tipografía y formas.

Figura 56. Referentes concepto de recreación. Uso de diversidad de formas y colores.

CONCEPTO DE RECREACIÓN

Definición

Acción y efecto de recrear (divertir, alegrar o deleitar).
Diversión para alivio del trabajo.
Actividad destinada al aprovechamiento del tiempo libre para el esparcimiento físico y mental. Implica la participación activa, tanto a nivel físico como mental, del individuo.

Sinónimos

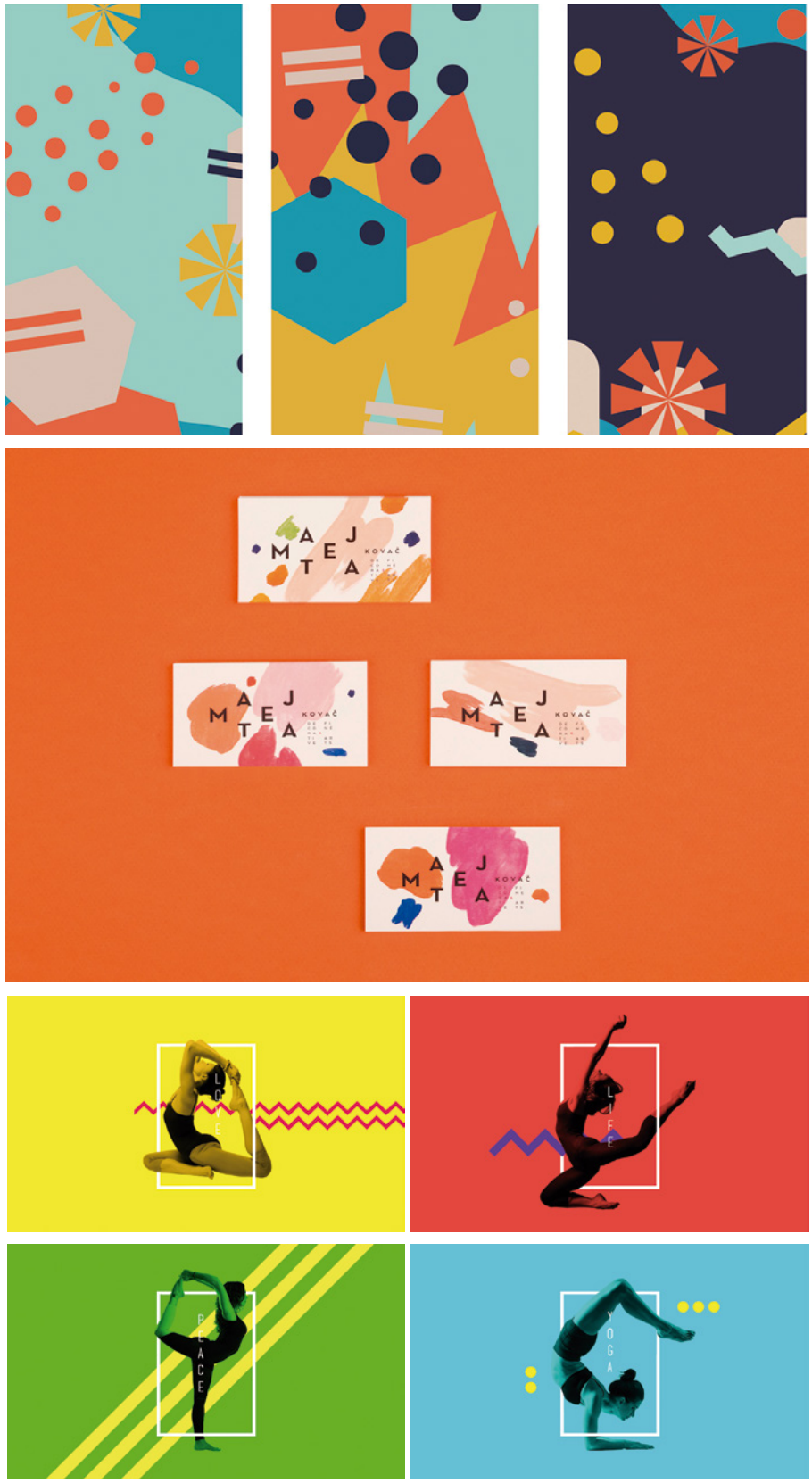
Distracción, entretenimiento, asueto, recreo, esparcimiento

Tipologías

Recreación deportiva
Recreación artística
Recreación social
Recreación cultural
Recreación al aire libre
Recreación pasiva
Recreación psíquica
Recreación corporal
Recreación medioambiental

Puntos en común

Distracción
Alegría
Entretenimiento
Recreo


MATEA JAKOVAČ
MATEA JAKOVAČ
MATEA JAKOVAČ
MATEA JAKOVAČ
LIFE
LIFE
PLACE
YOGA

5.1.2 REFERENTES ESTÉTICOS DE CADA ELEMENTO DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN

Criterios de diseño

Forma:
Figura geométrica (unidad mínima). En combinación genera movimiento. Se establece lo estático y pasivo como una figura, mientras que el movimiento y actividad se sitúa en la combinación de figuras.

Color:
Vinculado a cada estación predominante del año, es decir: verano, otoño, invierno y primavera.

Tipografía:
Energética y recreativa (movimiento): Blackhawk
Legibilidad (simple): Helvética

ACTIVA

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9

ACTIVA

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 57. Elección Tipografía. Blackhawk.

Figura 58. Elección Tipografía. Helvetica neue lt std

DESARROLLO

TEASER

5.2 TEASER

5.2.1 Formulación de premisa

Activa tu calle.
La calle te activa, activándote a activarlo, el círculo virtuoso de la activación.
Activar depende del circuito como del participante.

Resumen o enfoque. Mapa básico de lo que va a ocurrir.
Forma geométrica aparece en la calle a través del movimiento del participante. Dicha forma va adquiriendo otra forma geométrica a medida de que el participante continúe moviéndose, lo que representa al movimiento complementado en su conjunto.

La obtención de dichas formas es lo que permite aquel círculo virtuoso de la dinámica interactiva entre las varias partes de las que se conforma (participante – circuito).

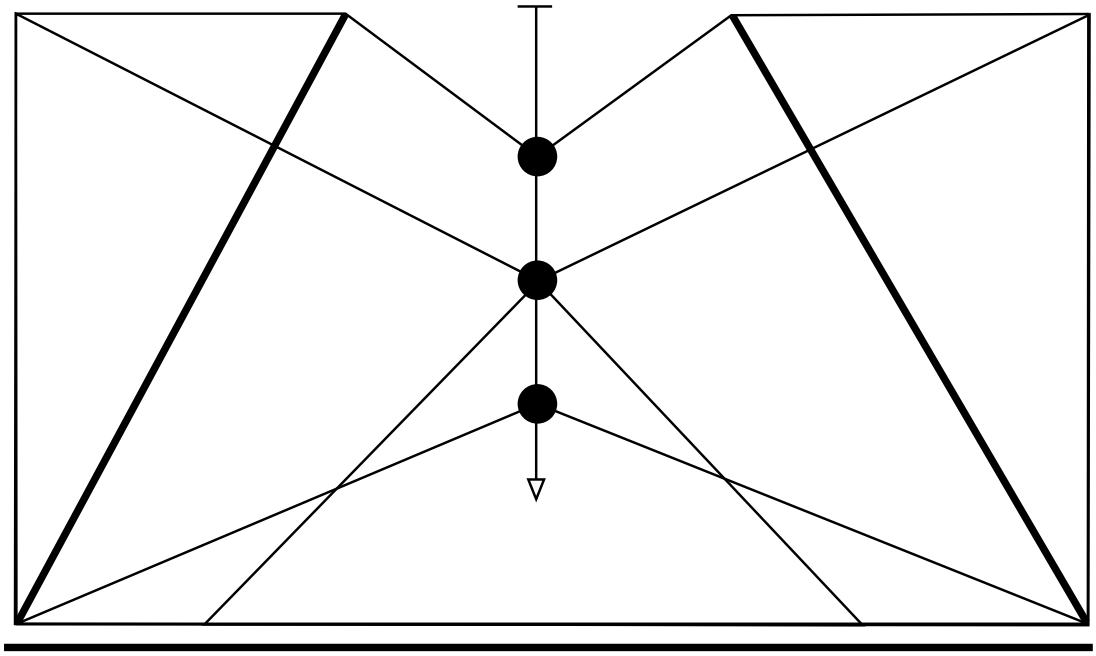


Figura 58. Activación de formas geométricas rectangulares, a partir del movimiento del participante representado por la circunferencia.

Fuente: Elaboración propia.

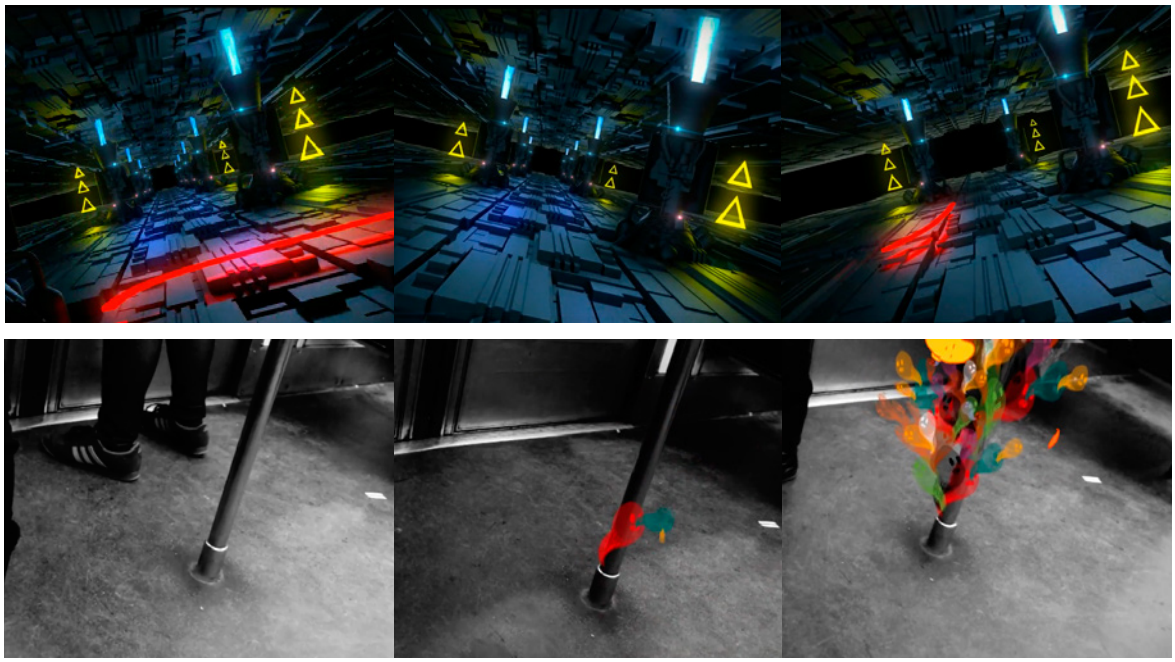


Figura 59. Capturas de pantalla de referentes audiovisuales.
Se rescata la aparición, desplazamiento e interacción de la forma.

5.2.2 Referentes audiovisuales

Se realiza una búsqueda de referentes audiovisuales coherentes a los conceptos que se desean expresar. Obteniendo referentes en torno a la aparición, desplazamiento e interacción de la forma; y de ritmos característicos pertenecientes al concepto de la energía.

Figura 60. Capturas de pantalla de referentes audiovisuales.
Se rescatan los ritmos visuales y sonoros.

Figura 61. Capturas de pantalla de referentes audiovisuales.
Se rescata la aparición, desplazamiento e interacción de la forma.

5.2.3 Look and Feel

Color.
Correspondiente a cada estación del año: Verano, otoño, invierno, primavera; rojo, amarillo, azul y verde respectivamente.

Tipografías.
Blackhawk : Transmisión de energía, dinamismo y recreación.
Helvética: Legibilidad permite informar.

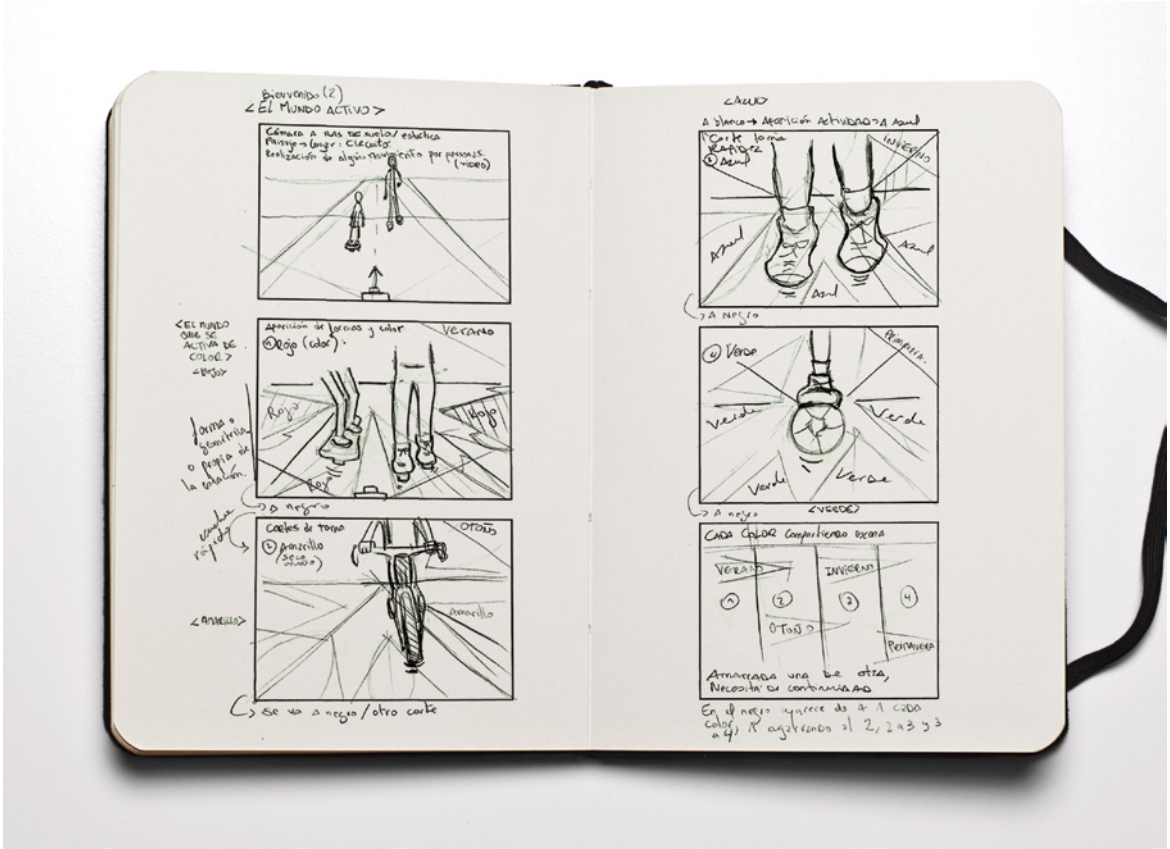


Figura 62. Boceto de storyboard.

5.2.4 **Bocetaje Storyboard**

Se define un plano frontal, ángulo de cámara a ras de suelo, cuya finalidad se centra en ubicar la vista en la zona de los pies como en parte de la calzada (calle). Rasgo distintivo de la ciclovía recreativa.

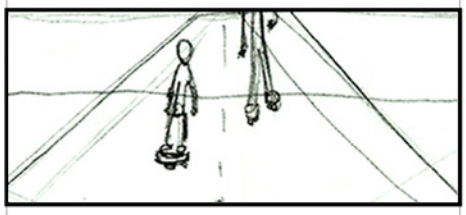
SHOT	FRAME	ACTION
		Int Ext Day Night **PLANO FRONTAL** Ángulo de cámara a ras de suelo. Cámara estática. **ACCIÓN** Aparición del participante en la calzada de la calle de un circuito. El participante se acerca a la cámara.
		Int Ext Day Night **ACCIÓN** Aparición del participante acercándose a la cámara. A medida de que el participante se acerca y genera movimiento, aparecen formas con opacidad conectándose a él y aumentando su tamaño.
		Int Ext Day Night **ACCIÓN** La forma “invade” la escena completa, y aparece un sólido sin opacidad.
		Int Ext Day Night **ACCIÓN** El sólido sin opacidad comienza a llenar la escena.
		Int Ext Day Night **ACCIÓN** El sólido sin opacidad logra desaparecer al participante, sólo se ve el sólido en la escena.

Figura 63. Storyboard digitalizado. Cada acción se realiza con cuatro distintas actividades: Skate – Bicicleta – Caminata – Trote.
Y con los cuatro diferentes colores alusivos a cada estación del año: Rojo – Amarillo – Azul – Verde.

Figura 64. Primeras tomas del circuito. Pruebas hacia la visualización en cuanto a la composición de la calzada.

Fuente: Elaboración propia.

5.2.5 Producción

Pruebas de grabación

Tomas de Calzada
Se realizan pruebas de grabación en primer lugar en relación a la visualización de la composición de la calzada.
Posteriormente se realizan tomas en varias zonas del recorrido del circuito.

Se realizan pruebas de grabación a través de un recorrido visual, con el fin de determinar el paisaje más idóneo para filmar. Teniendo en cuenta la iluminación, y la contemplación de elementos dentro de cada escena.

Figura 65. Capturas de pantalla del video en relación a las pruebas de grabación al circuito.
De distintos días, distinta iluminación, y distintas zonas que comprende el recorrido.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 66.
Tomas del circuito con el movimiento del participante. Pruebas hacia la visualización en torno a la relación entre participante y la composición de la calzada.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 67.
Tomas del circuito con el movimiento del participante. Correcciones en torno al encuadre.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 68.
Elección zona de grabación.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 69.
Se centra el encuadre, con el objetivo de mostrar equivalentemente el valor del circuito como del participante. Además de interactuar con la zona de grabación escogida.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 70. Capturas de pantalla en relación a las pruebas de diseño con aplicación de formas curvas.

Fuente: Elaboración propia.

5.2.6 Postproducción

Primeras pruebas

En primera instancia se diseñan formas curvas que acompañan e interactúan con el andar del participante por el circuito.

Figura 71. Capturas de pantalla en relación a las pruebas de diseño con aplicación de figuras geométricas.

Fuente: Elaboración propia.

Debido al concepto energético que se requiere, con el fin de concebir la presencia de ritmos visuales y sonoros, se vuelve a la forma implementada por la figura geométrica solicitada en la estructura del storyboard.

5.2.7 Musicalización

La música utilizada pertenece a la agencia de música Musou, y el diseño del sonido a Renos Papastavros. Antes de la viralización del video, se pretende realizar una versión propia de la misma, con el fin de optimizar los costos asociados.

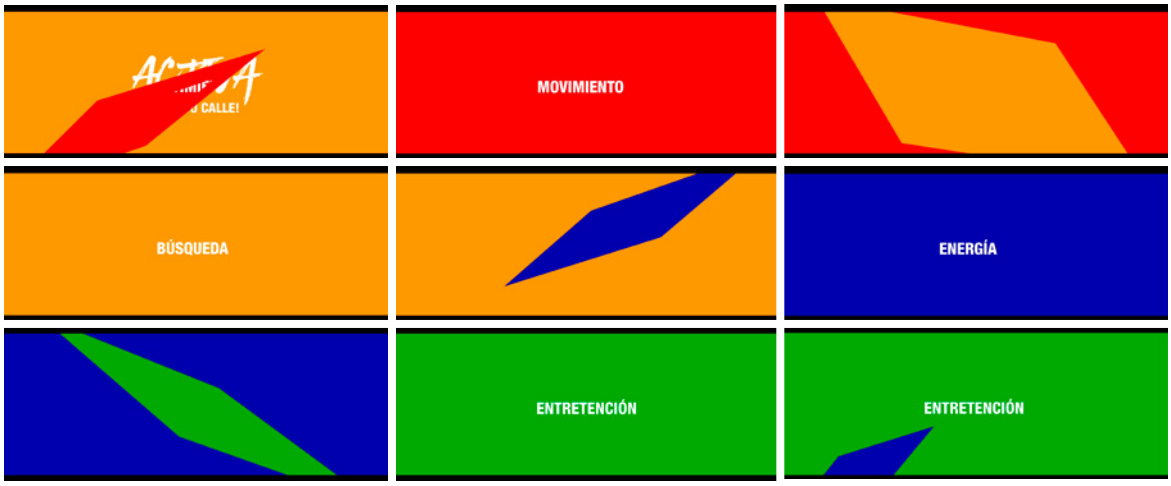


Figura 72. Capturas de pantalla del corto general para cada estación.

Fuente: Elaboración propia.

5.2.8 Corto informativo

Para explicar concisamente de qué se trata el panorama de cada jornada dominical, se adjunta un breve corto informativo, que muestra las palabras que más lo representan. A su vez para representar al circuito anual, se utilizan los cuatro colores empleados en cada estación del año.

Figura 73.
Instructivo del circuito.

Fuente: Elaboración propia.

Además se presenta un breve instructivo sobre la modalidad de uso del circuito. Sobre lo que se debe hacer y sobre cómo hacerlo en el transcurso del recorrido. Cada estación es representada por su color característico.

DESARROLLO

DESPLEGABLE INFORMATIVO

5.3 DESPLEGABLE INFORMATIVO

Para llegar al desplegable informativo, hubo que recorrer varios tipos de ensayos en relación al soporte que éste contendría. En primera instancia, este desplegable sería materializado en un juego de cartas, cuya finalidad fuera la obtención de ellas por parte de los participantes. Cartas que tendrían que ser acompañadas por un manual, que contuviese la información del desplegable informativo, pero sin la zona de los puntajes, ya que cada carta se haría cargo de ello.

Debido a los costos asociados que esto generaría, de acuerdo a la enorme cantidad de cartas que debían ser impresas, se descartó tal idea, y se decidió que éstas se fusionaran al manual, posibilitando que este "manual", ahora denominado desplegable informativo, contuviera la información concreta del circuito, como las "cartas" que ahora pasarían a ser el sistema de puntos, es decir, la zona dispuesta para recibir cada timbre.

5.3 .1 Consideraciones del desplegable informativo

El desplegable informativo, debe saber optimizar el tema de costos. Por lo mismo se acude a los principios dispuestos en el "fanzine", en cuyo soporte (hoja formato carta) es posible entregar los contenidos requeridos para informar.
Sumado a ello, se propone la idea de que el desplegable sea de acceso libre y gratuito en la plataforma virtual de la organización. Con el fin de que en la previa de la realización del circuito, el participante pueda imprimirlo y pueda optar a tener un acceso inmediato del mismo, sin tener que esperar a llegar al circuito para su obtención.

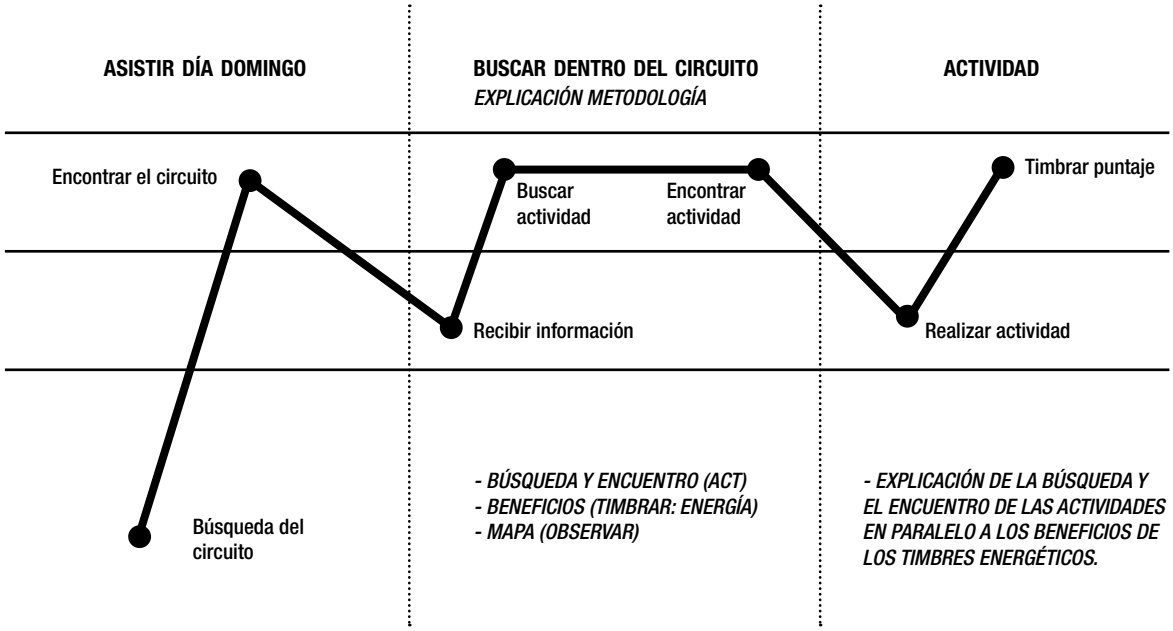


Figura 74.
Viaje del usuario. Estructurador de desplegable informativo.

Fuente: Elaboración propia.

5.3 .2 Diagramación

Teniendo en cuenta la composición del desplegable informativo, que consiste en la zona de información del circuito (mapa) como las actividades y zonas de timbres, se realiza una estructura de viaje en torno a los pasos que debe completar el participante en relación al panorama del circuito. Donde se relata la primera y segunda entrega de información, con la finalidad de ponerse en el lugar del mismo participante.

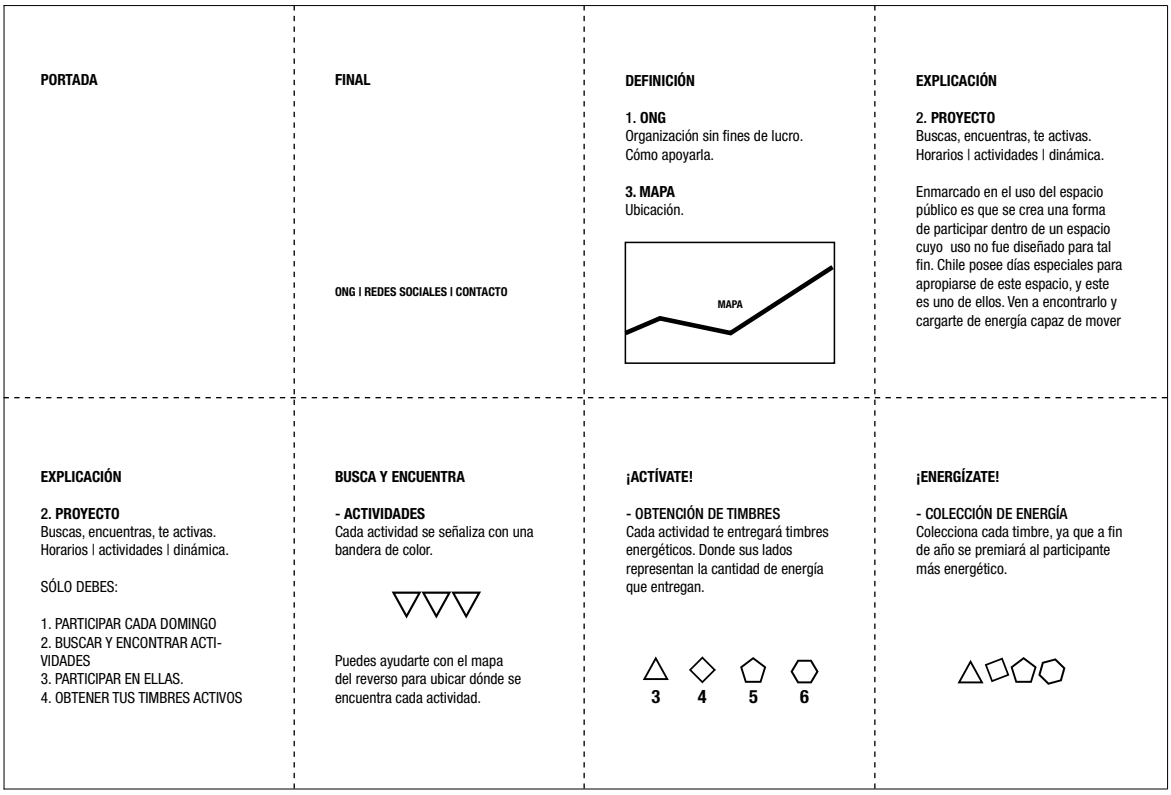


Figura 75.
Tiro. Orden del contenido.

Fuente: Elaboración propia.

La estructura del viaje del usuario resulta útil para determinar el orden del contenido que se debe colocar en el desplegable informativo.

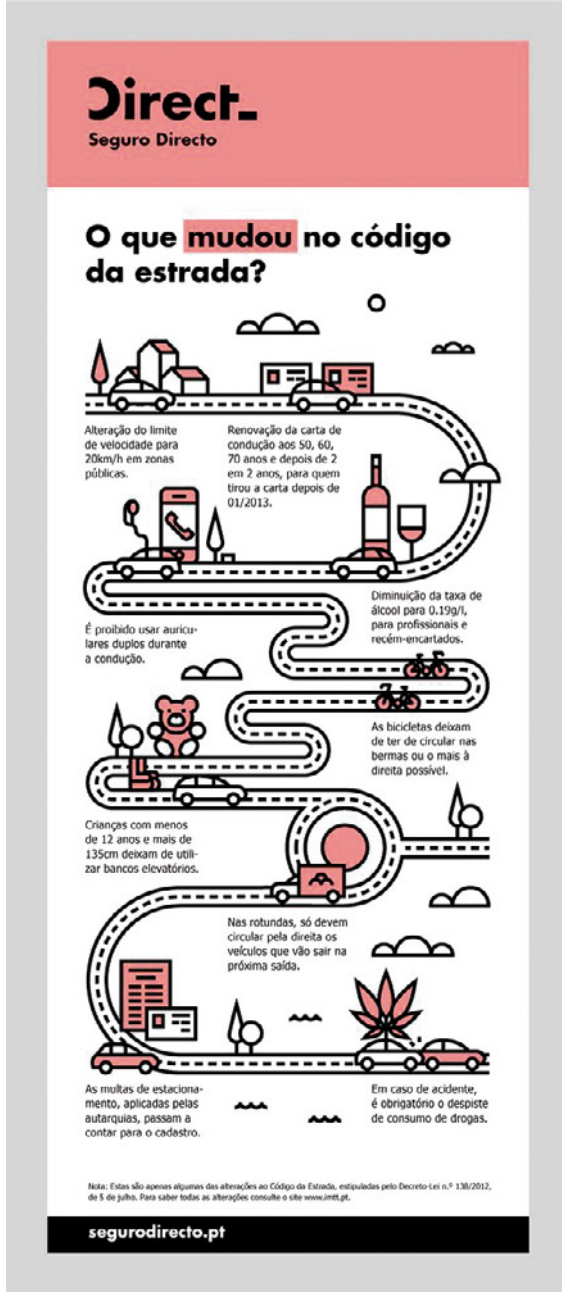


Figura 76.
Referencias desplegable informativo. Utilización del recorrido visual y funcional.

5.3.3 Referentes

En torno a los elementos de: Manual – mapa.

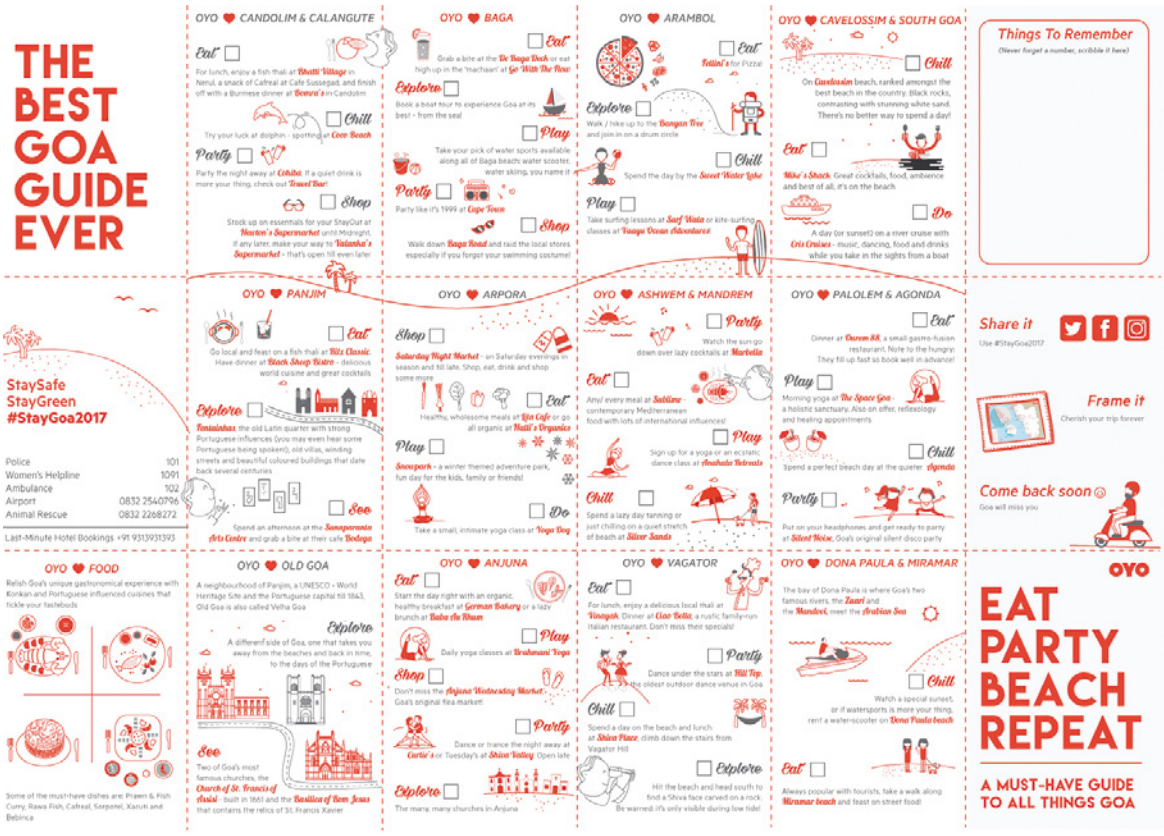
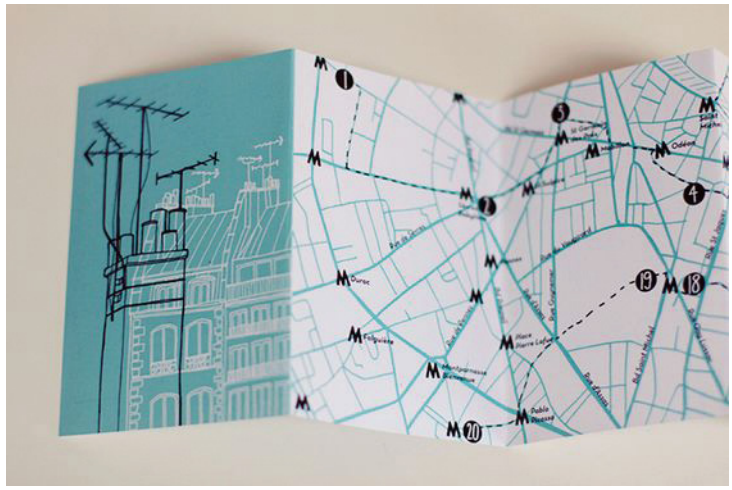


Figura 77.
Referencias desplegable informativo. Utilización de íconos para facilitar su reconocimiento.



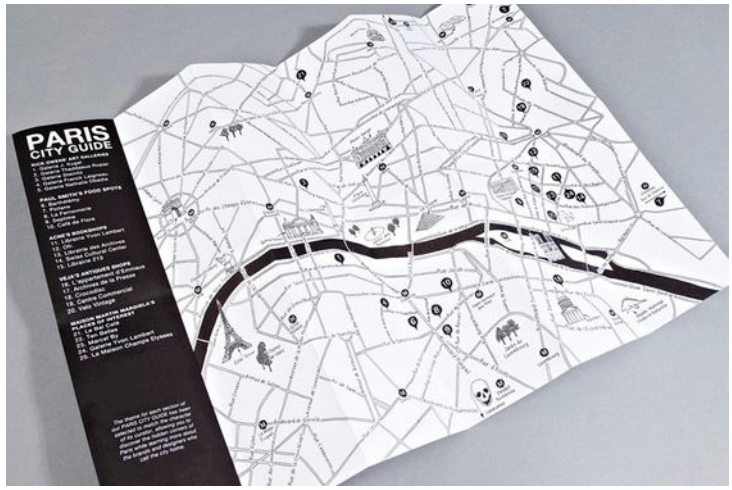


Figura 78.
Referencias mapas. Diagramación, utilización de íconos.

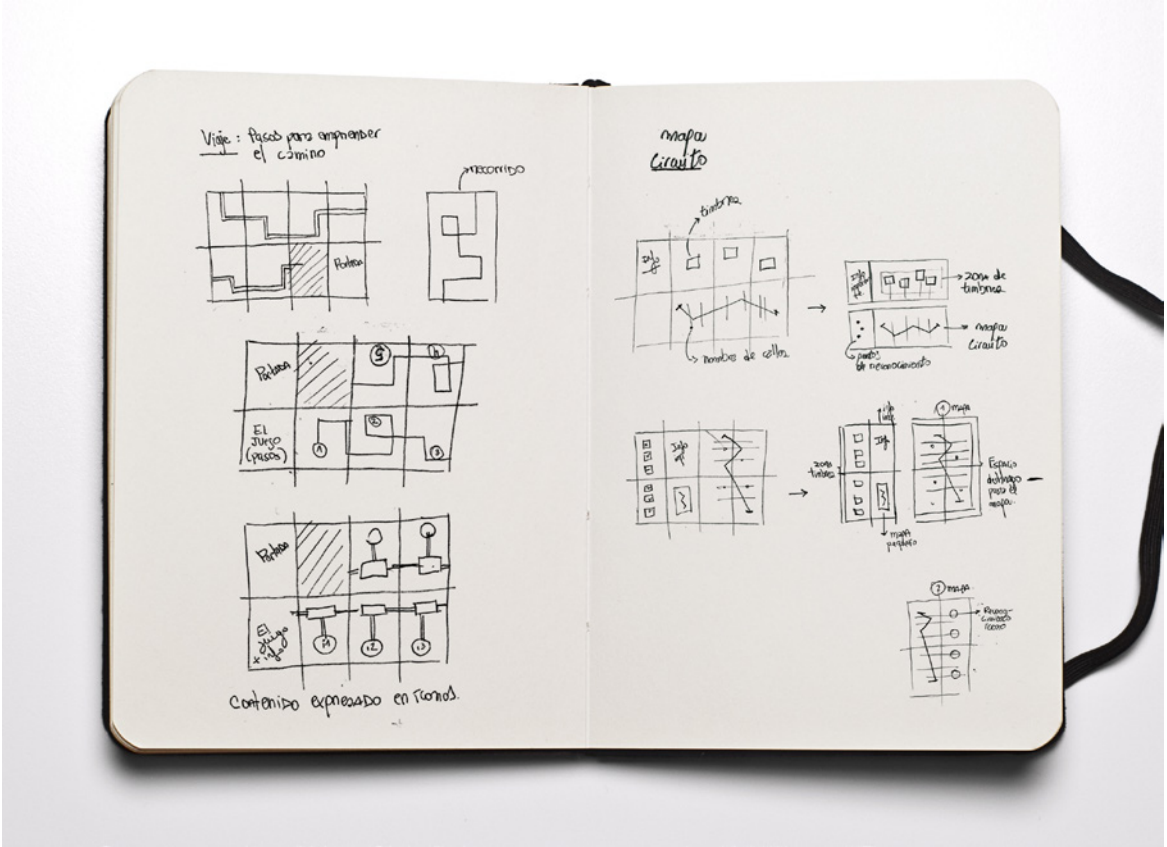


Figura 79.
Bocetaje desplegable, mapa y zona de timbres.

Fuente: Elaboración propia.

5.3.4 Propuestas

Propuestas boceteadas del desplegable, del mapa y zona de timbres. Surge la idea del camino que hay que recorrer a través de los pasos que se disponen en el desplegable.
Mientras que en el mapa se realizan propuestas en torno a la disposposición del mapa como de la zona de timbres. Estos últimos serán visualizados digitalmente y luego impresos para revisar qué es lo más conveniente al momento de manipularlos.

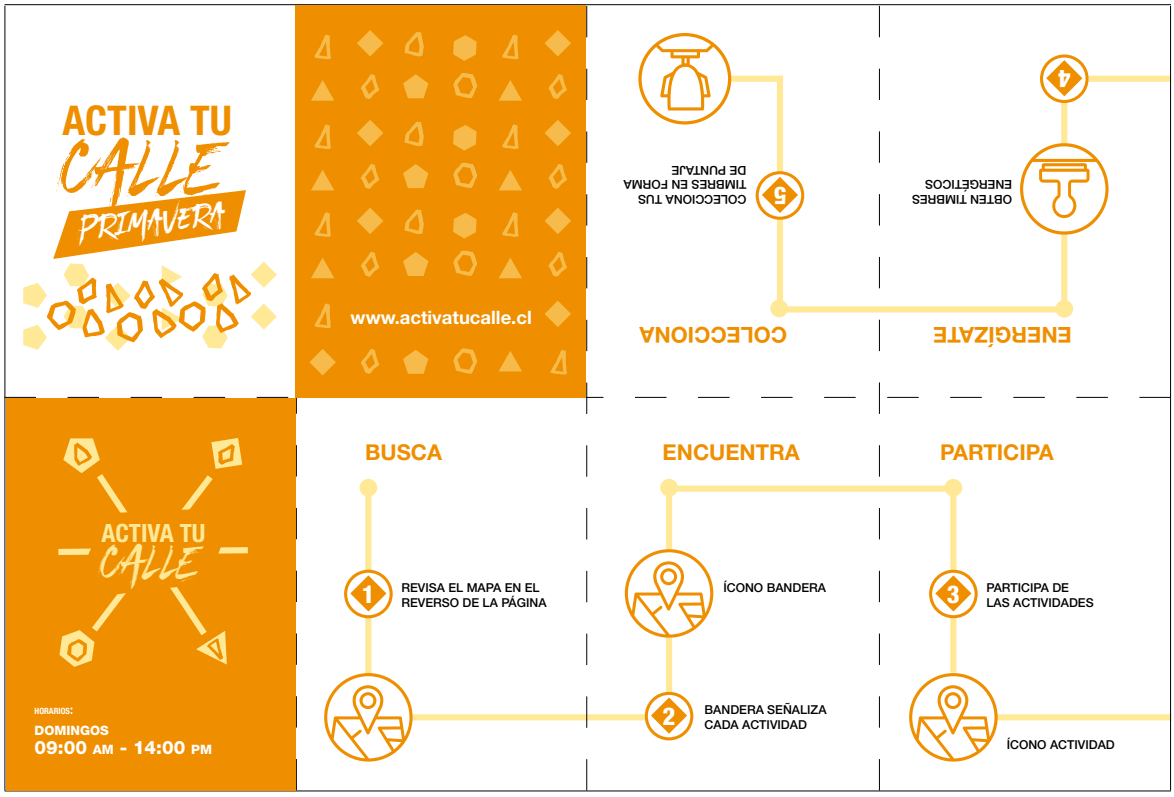


Figura 80.
Primeras aproximaciones del desplegable informativo.

5.3.5 Digitalización

Desplegable inspirado en el tamaño y modo de empleo utilizado por los fanzines.
Se establece un formato de impresión a gran escala correspondiente a A4, mientras que para impresión casera es de formato carta.
La hoja se divide en ocho partes para mostrar el contenido. Cada parte tiene un tamaño de 74,25mm x 105mm en tamaño A4, mientras que en formato carta es de 62,37mm x 92,93mm.
Su reducido tamaño, facilita la usabilidad del usuario al portarlo.

Tiro:
Las propuestas se diseñaron con el color amarillo perteneciente a la estación de primavera. Debido a su complejidad de uso en relación al resto de los colores. Por temas de contrastes y de visualización eficaz.

Retiro:
Se designaron áreas para visualizar el mapa, las actividades y la zona de timbres.

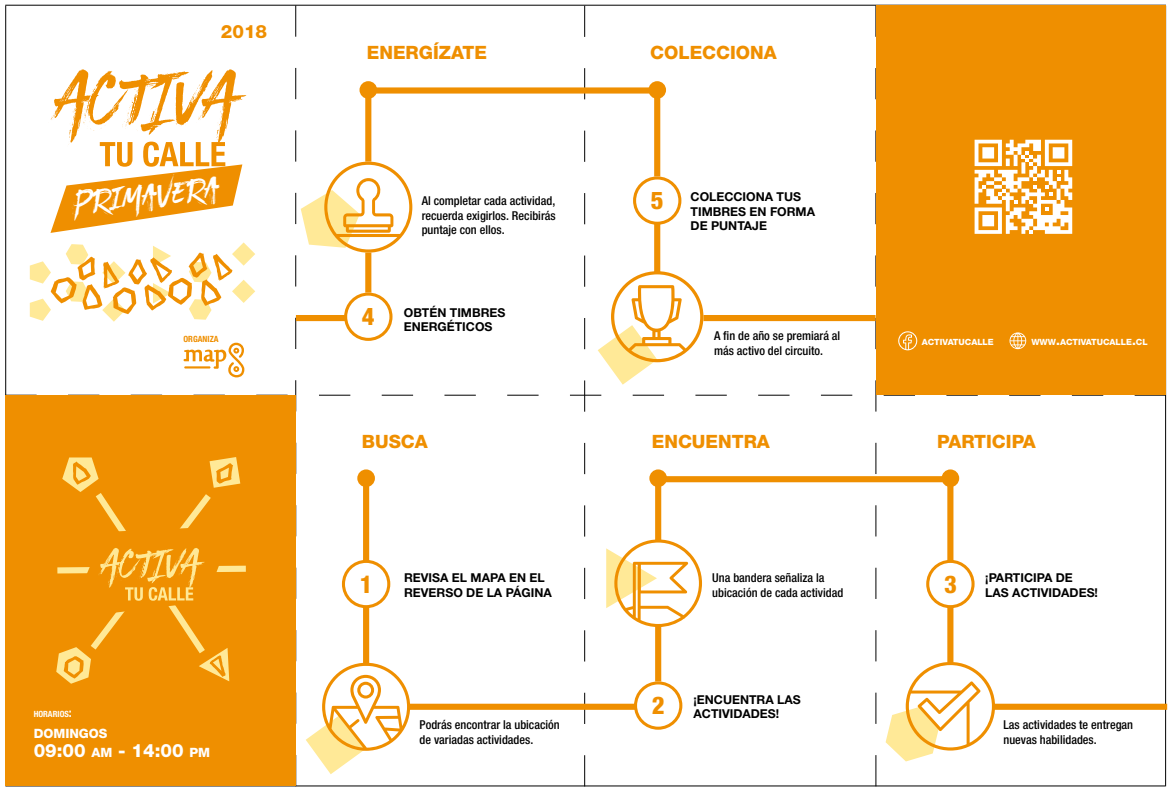


Figura 81.
Pruebas de desplegable informativo (tiro) para ser impreso.

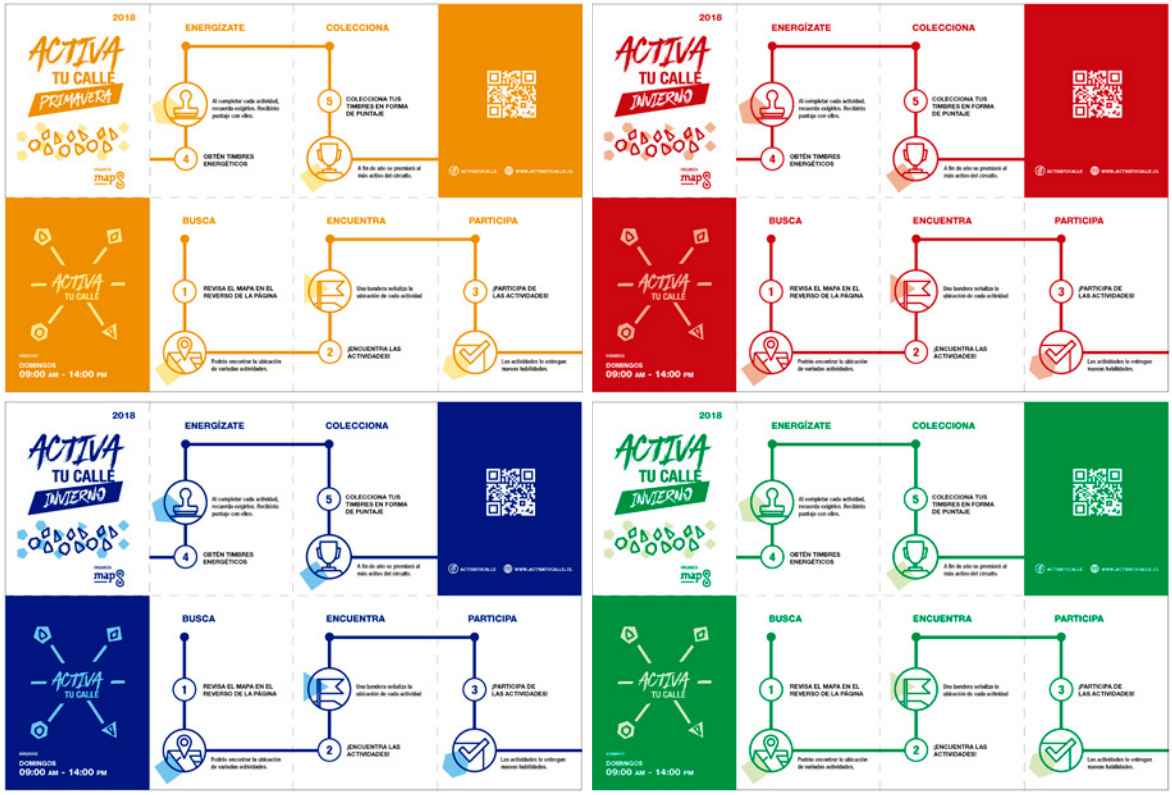


Figura 82.
Pruebas de desplegable informativo (tiro) para ser impreso.

Color:

Cada desplegable se diseña para que sea tritono, con objeto de reducir costos. Por lo mismo, se solicita una cotización previa a la elección de los colores. Optando por los siguientes porcentajes.

Amarillo: Magenta (55%) + Amarillo (100%)
Rojo: Magenta (100%) + Amarillo (100%)
Azul: Cyan (100%) + Magenta (100%)
Verde: Cyan (100%) + Amarillo (100%)

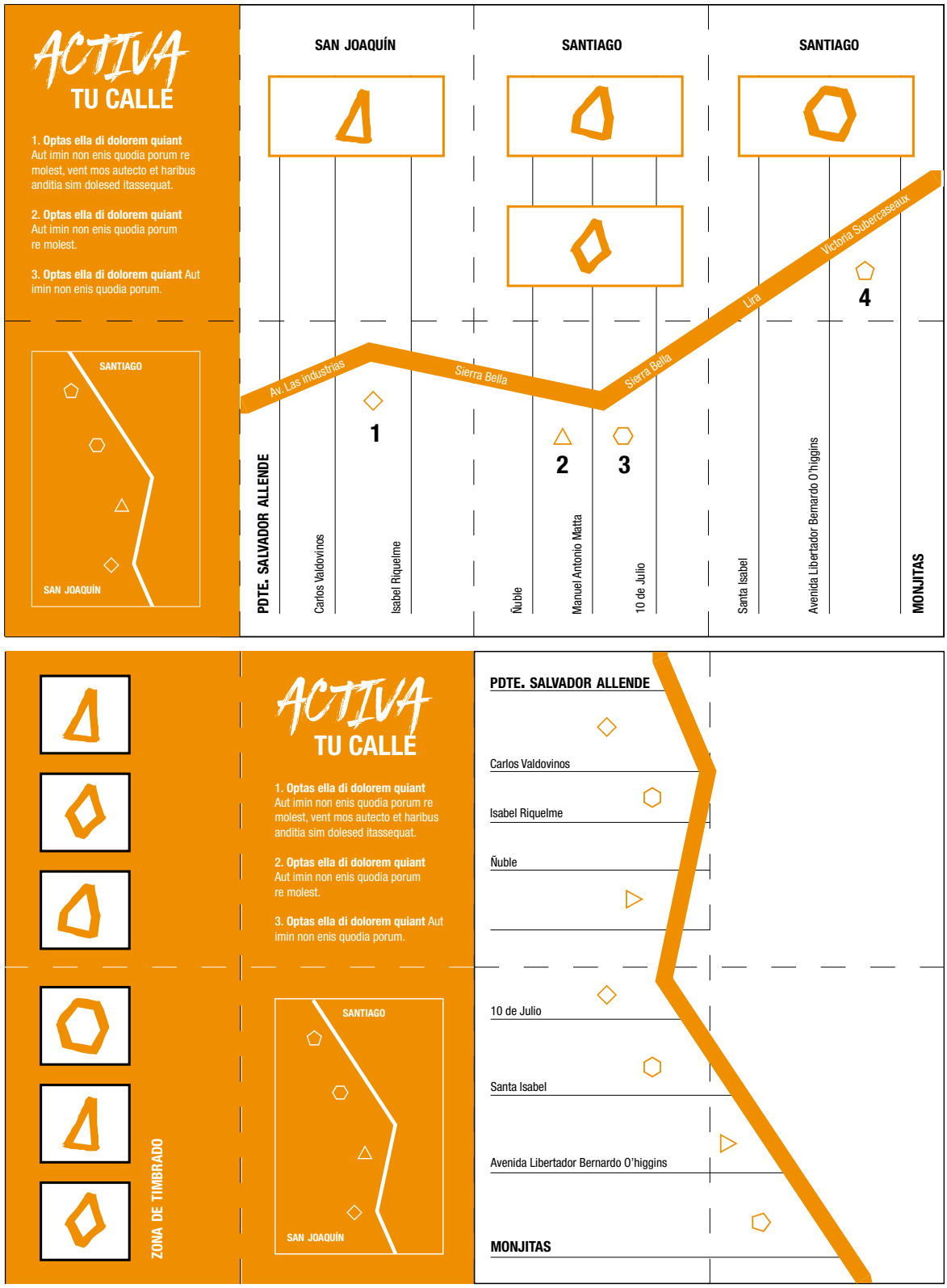


Figura 83.
Retiro. Mapa y zona de timbres.

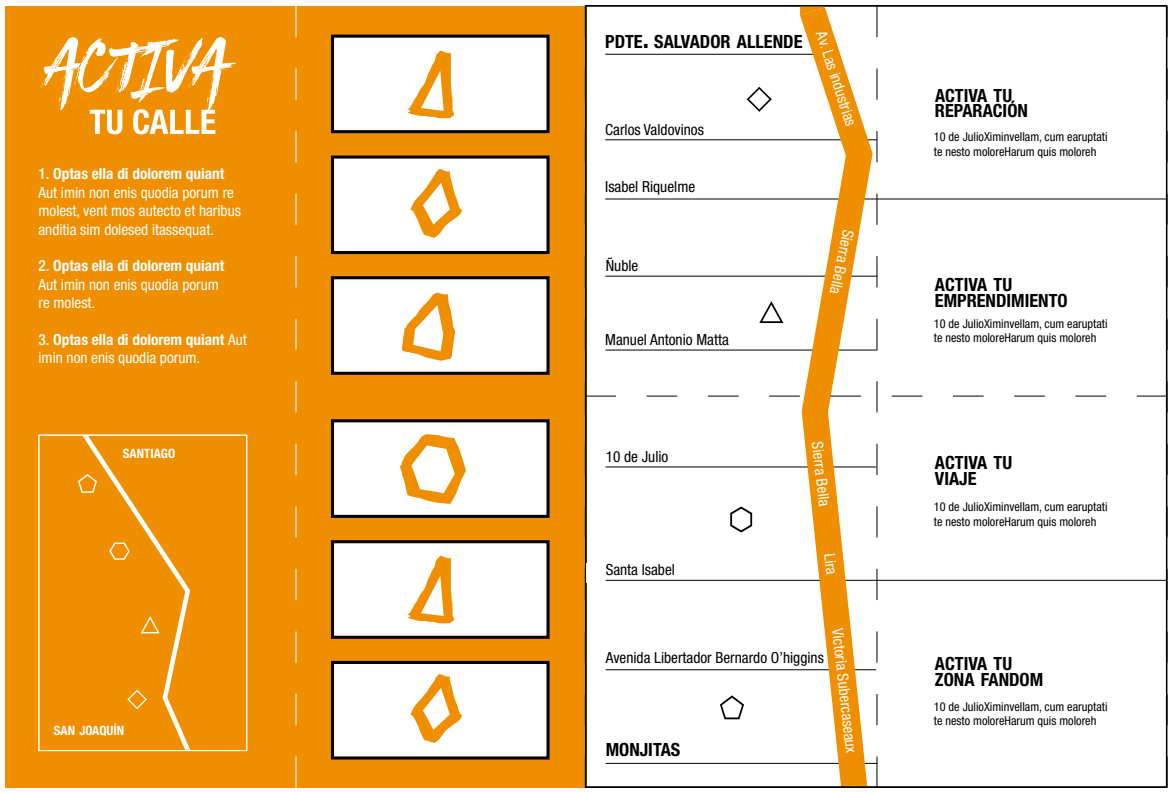


Figura 84.
Retiro. Propuestas de cambio de diagramación pensando en la usabilidad del usuario.

La forma de uso y la empleabilidad fueron puntos importantes a considerar en el diseño del desplegable. Se estableció una forma de extender el desplegable donde el usuario pudiese ver la información de un modo independiente y zonal. Para que no fuese necesario portar el desplegable abierto, causando molestias al usuario al momento de recorrer el circuito.

Se decide colocar iconografía dentro del mapa, para generar un reconocimiento entre calles e íconos representativos de los lugares más distinguidos de los sectores que recorre el circuito.
Además se establece que la línea que representa el circuito debe estar sólo a un costado del papel, con el fin de no perder la información a la vista al momento de querer cerrar el desplegable. El objetivo es poder guiarse a través de un doblez de papel que permita la posibilidad de apreciar el mapa y sus respectivas calles.

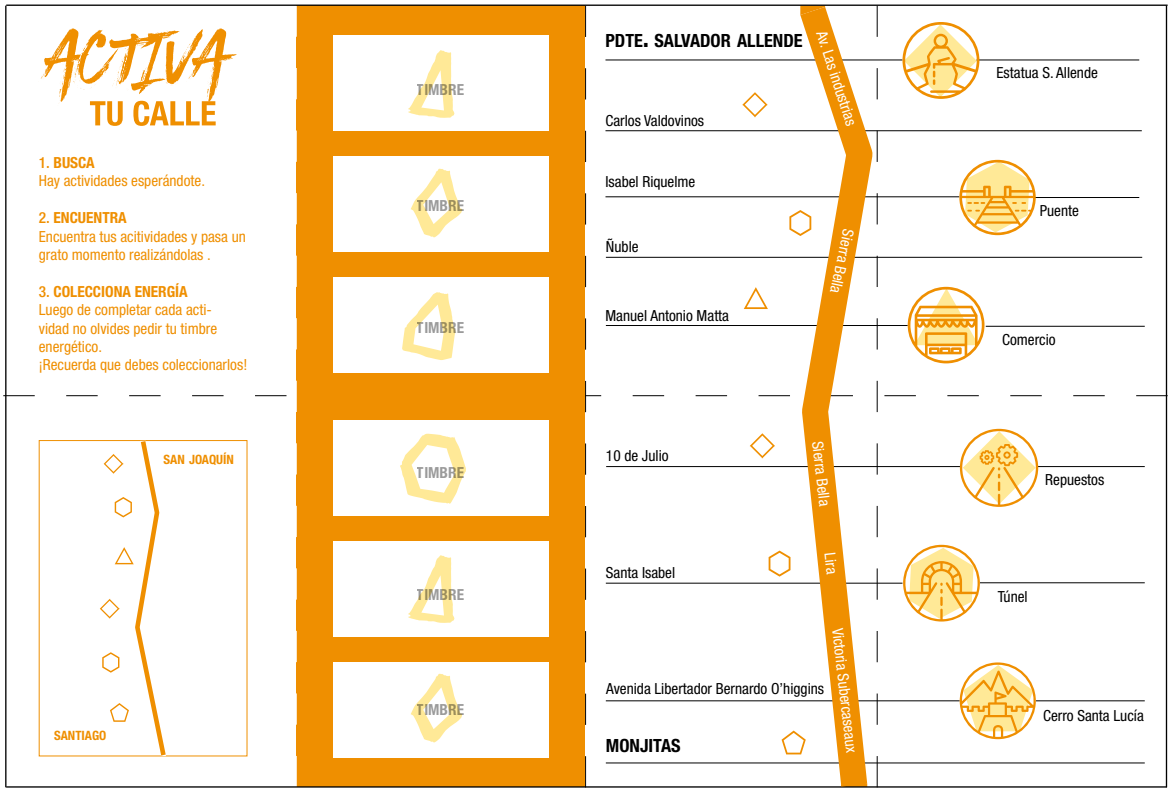


Figura 85.
Diseño de desplegable informativo (retiro) para ser impreso.

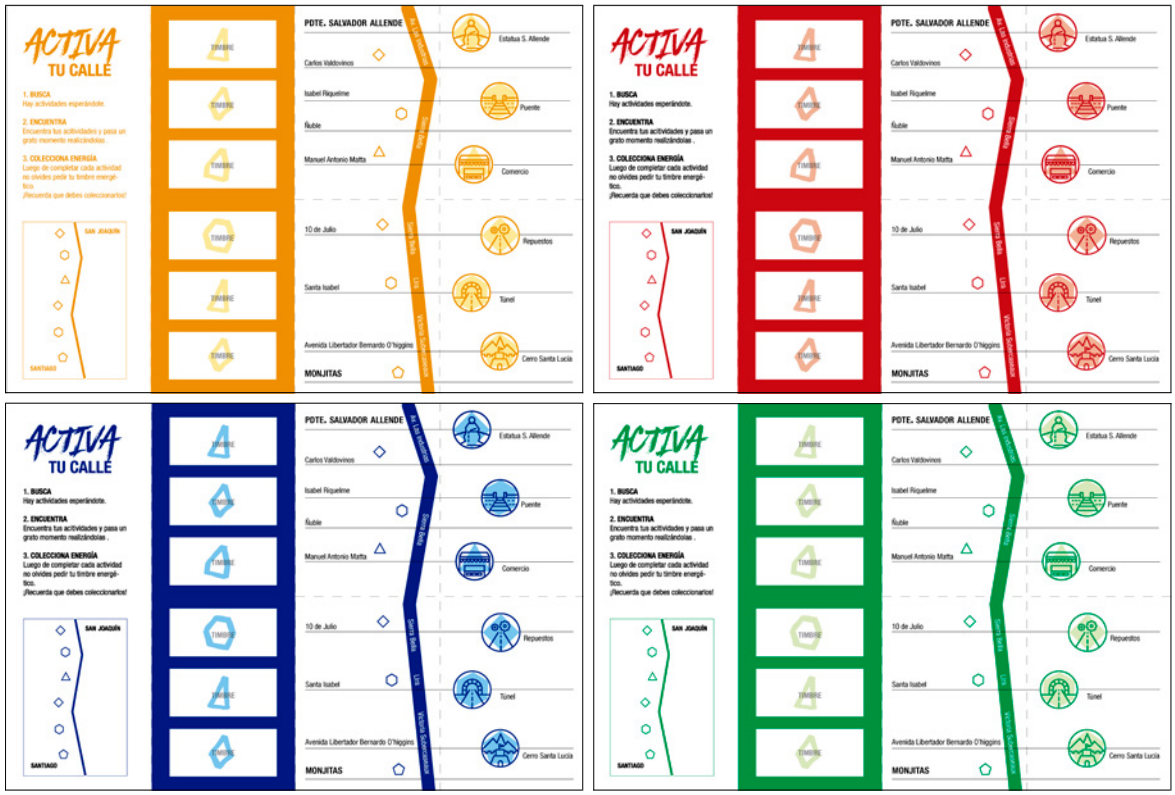


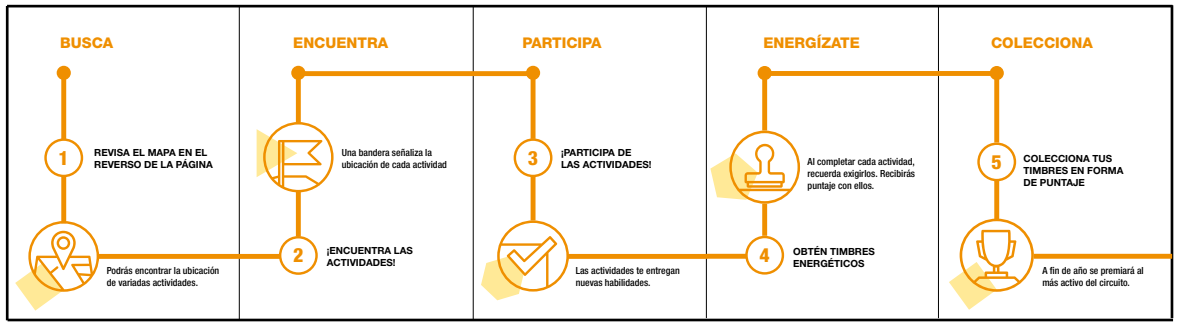
Figura 86.
Pruebas de desplegable informativo (retiro) para ser impreso.

Figura 87.
Corrección zonas complejas, luego de imprimir.

5.3.6 Correcciones.

Al hacer las primeras pruebas de impresión, fue posible detectar varias falencias al momento de entender la información.

Tiro:
La información sobre el circuito, en relación al día y horario de ejecución, no resulta clara, tanto por el tamaño del texto, como por el contraste con el color del fondo.
El hecho de que el color de la contra-portada con el de la segunda página sean iguales, confunde al momento de plegar y guardar de forma correcta el desplegable.



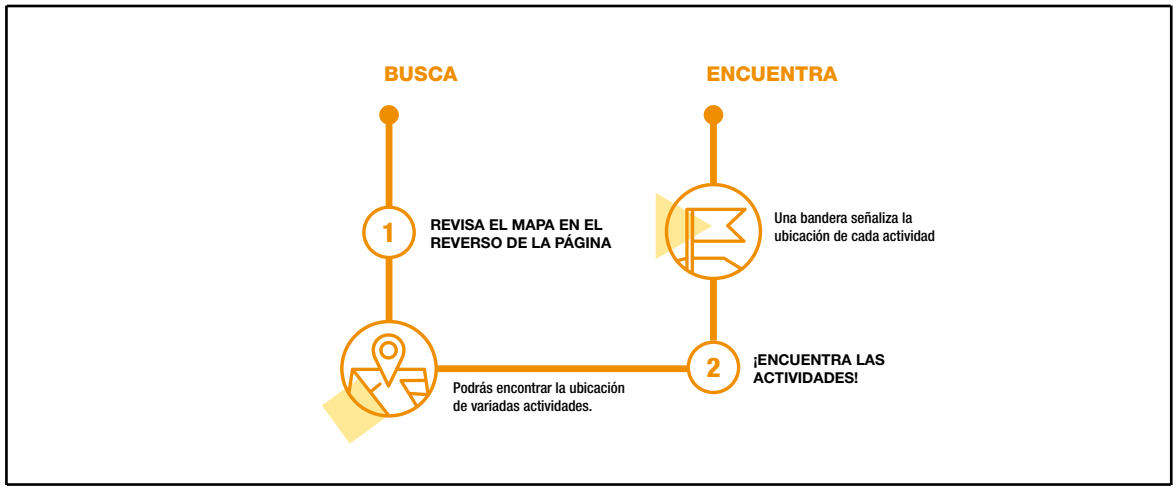


Figura 88.
Corrección zonas complejas, luego de imprimir.

Además se detecta una confusión en el orden del mensaje que se desea entregar primero, ya que la vista se guía a través de los números, independiente de la ubicación en que se encuentre. Estableciendo que la disposición de los íconos y del texto pasen a segundo plano al momento de centrar la vista en el número y restarle importancia. De esta forma, se decide optar por cambiar el orden de los textos e íconos estableciendo una directa relación con el número.

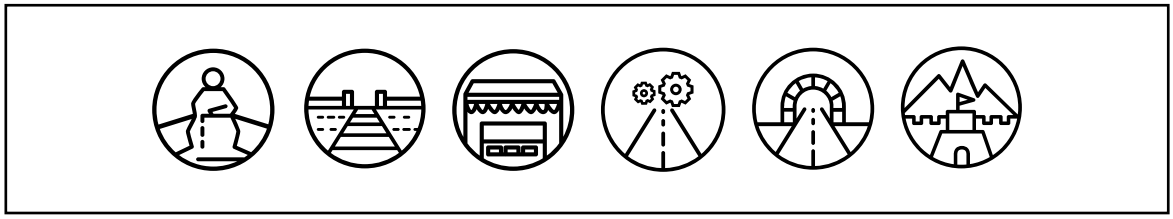
Figura 89.
Corrección zonas complejas, luego de imprimir.

Retiro:

Faltan zonas que describan la cantidad de puntaje que se recibe al momento de obtener un determinado timbre. Además de anunciar la zona de timbrado, con el fin de que el participante perciba que el lugar indicado corresponde a los timbres.

Generalidades:

En rasgos generales, se detecta la necesidad de crear un instructivo que explique cómo se debe imprimir, cortar y plegar el desplegable informativo. Para aquellas personas que deseen imprimirlo desde sus casas a través de la plataforma web de la organización del circuito.



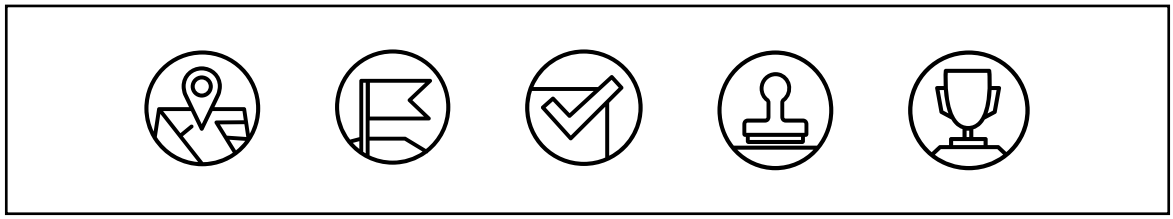


Figura 90.
Íconos de paisaje.

Figura 91.
Íconos de los pasos.

5.3.7 Elementos gráficos

Íconos:

Se opta por íconos para generar un mayor reconocimiento de los paisajes que se pueden recorrer en el circuito.
Los íconos de paisajes aparecen en el retiro del desplegable informativo, en la zona del mapa.
Mientras que los íconos que representan los pasos que debe abordar el participante se aprecian en las instrucciones del tiro del desplegable informativo.

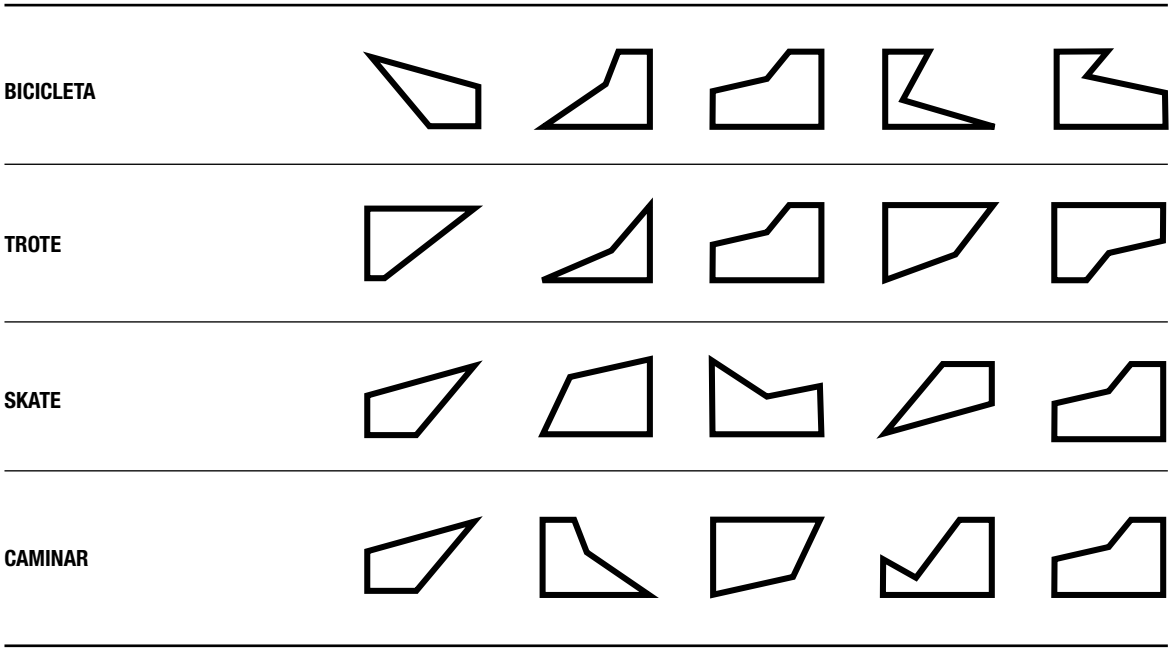


Figura 92.
Figuras que se generan a través de la interacción entre el movimiento de cada actividad y las formas que genera la calzada.

Figuras geométricas

Se opta por la elección de estas figuras para mantener una coherencia con el sistema planteado referido a la concepción de la energía dentro del proyecto. Donde mayor energía equivale a un mayor volumen espacial de la forma.
Por lo tanto, cada figura geométrica representa un puntaje energético distinto, de acuerdo a la cantidad de aristas que posea.
La obtención de las figuras geométricas, se debe a la materialización de la forma dentro del teaser, donde cada actividad que interactúa con la calzada genera varios tipos de figuras, como se aprecia en la figura 92.

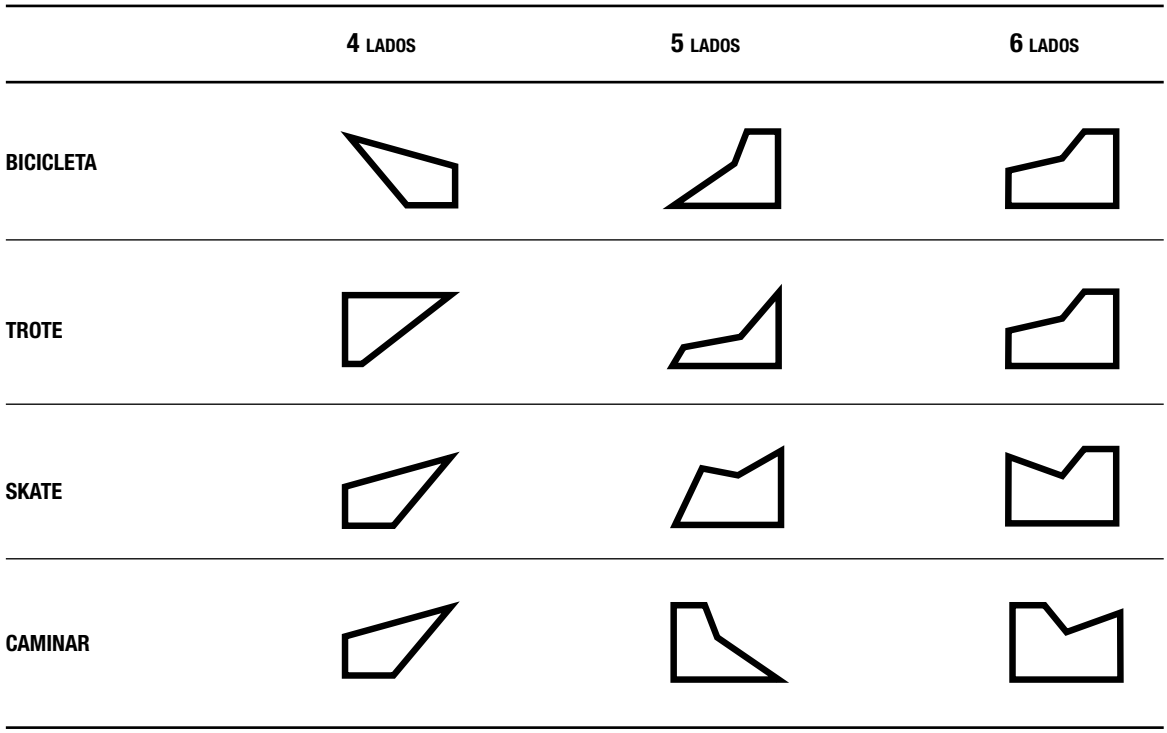


Figura 93.
Íconos de paisaje.

Se seleccionan las figuras cuyos lados se repiten mayoritariamente en cada actividad. Obteniendo las que se muestran en la figura 93.

Por lo tanto, se simplifican estas figuras, posibilitando la elección de figuras más sencillas y reconocibles pero con cantidad de lados similares como evidencia la figura 94.

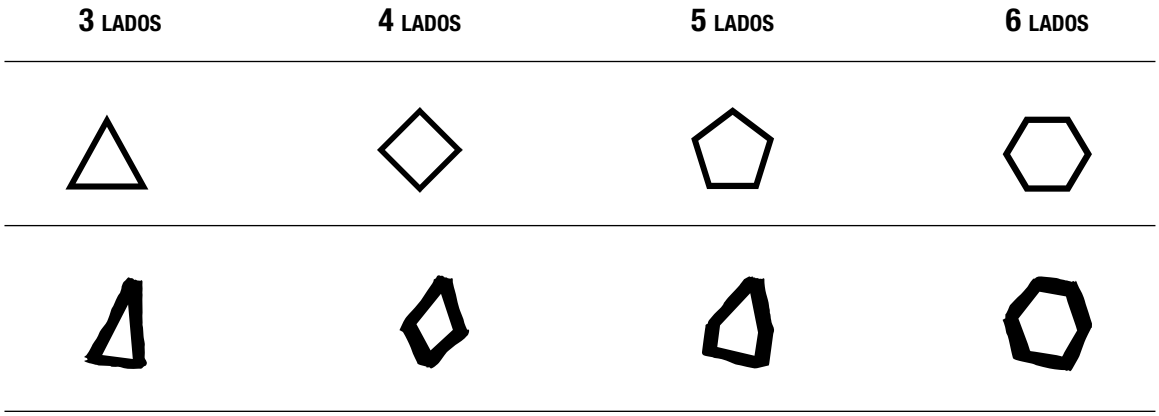


Figura 94.

A su vez, se crea una versión más dinámica de la forma que apela al movimiento y a la actividad propia de la calle (figura 94). Que será la misma versión que se usará para ser entregada a través de los timbres energéticos.

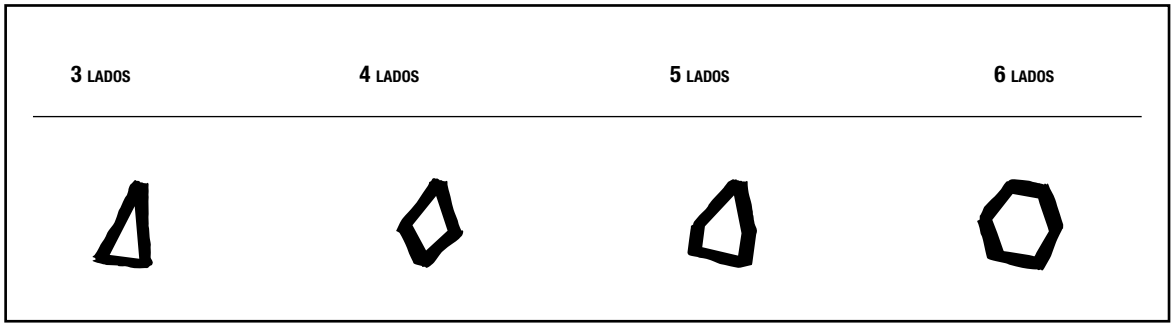


Figura 95.
Timbres del circuito.

5.4 TIMBRES

Cada timbre representa a una figura geométrica distinta, que contempla diverso número de aristas en su composición. Esto resulta de gran importancia al momento de obtener cada timbre, ya que a medida que la composición de lados es mayor, el puntaje asciende.

La organización debe poseer 16 timbres en total, para poder entintar durante cada estación. Ya que se establecen 4 timbres rojos, 4 amarillos, 4 azules y 4 verdes.
Sin embargo, debido a la optimización de recursos con la que debe contar la organización, se modifica el color de tinta, al color negro, debido a su menor precio respecto a las de color. Además se toma esta decisión ya que el color de tinta no altera la compresión de la dinámica.

PROTOTIPO

TEASER

Figura 96.
Capturas de pantalla, del video teaser. Estación de verano y otoño.

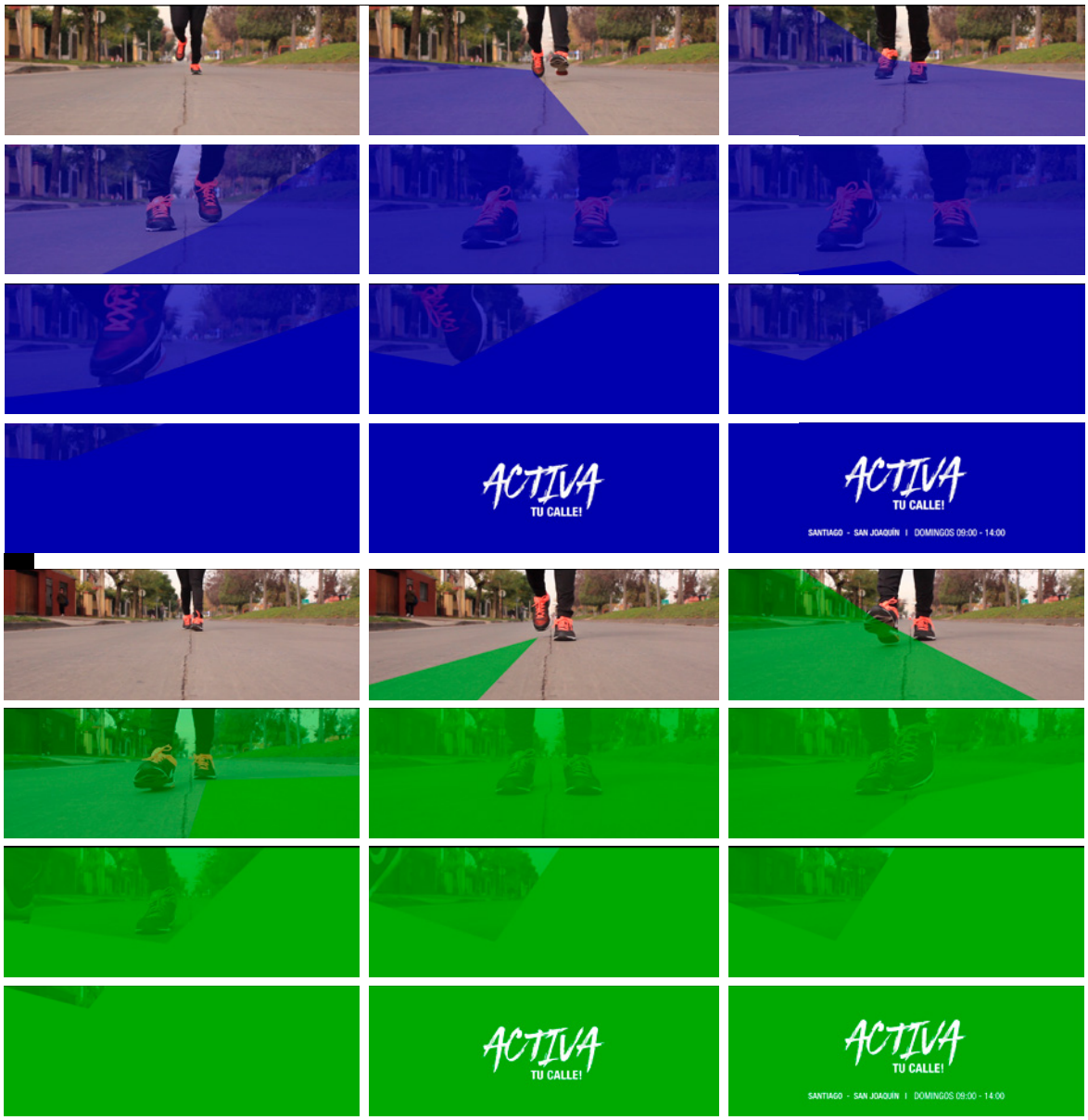


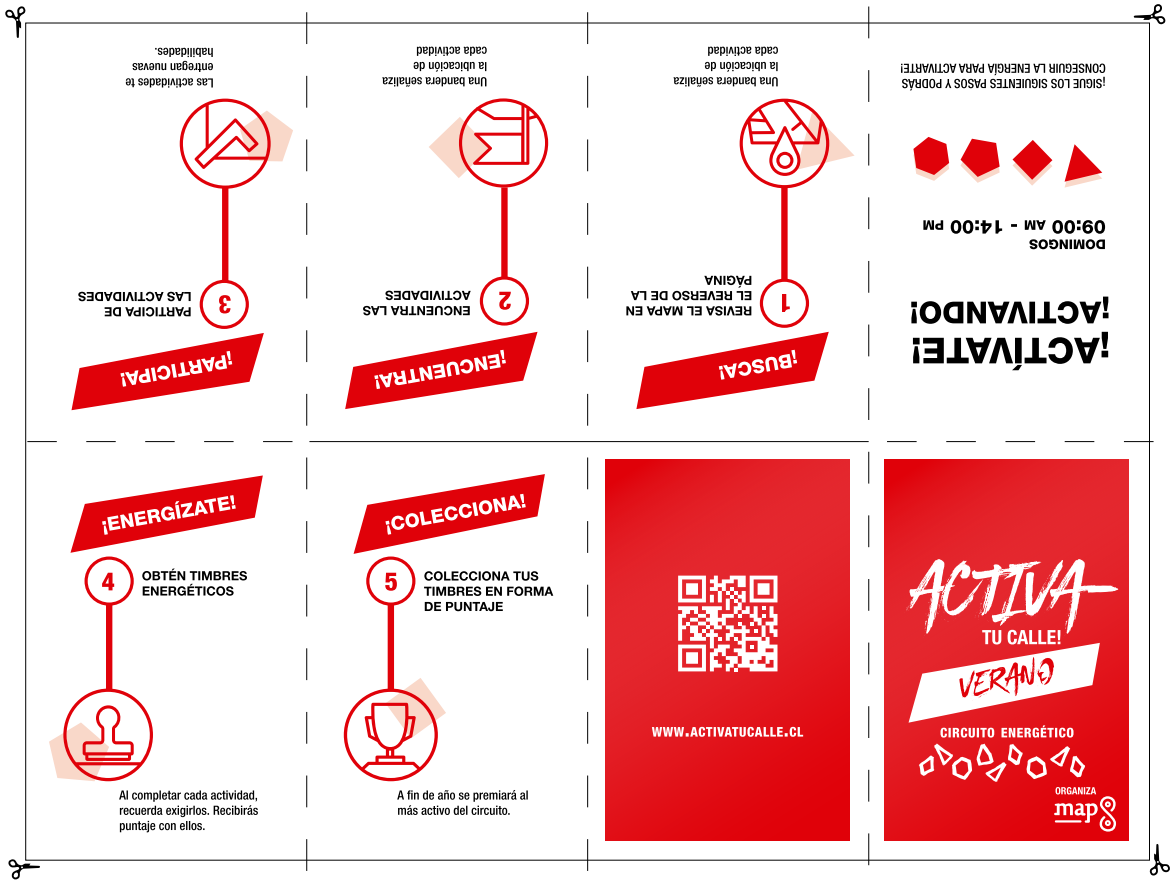
Figura 97.
Capturas de pantalla, del video teaser. Estación de invierno y primavera.

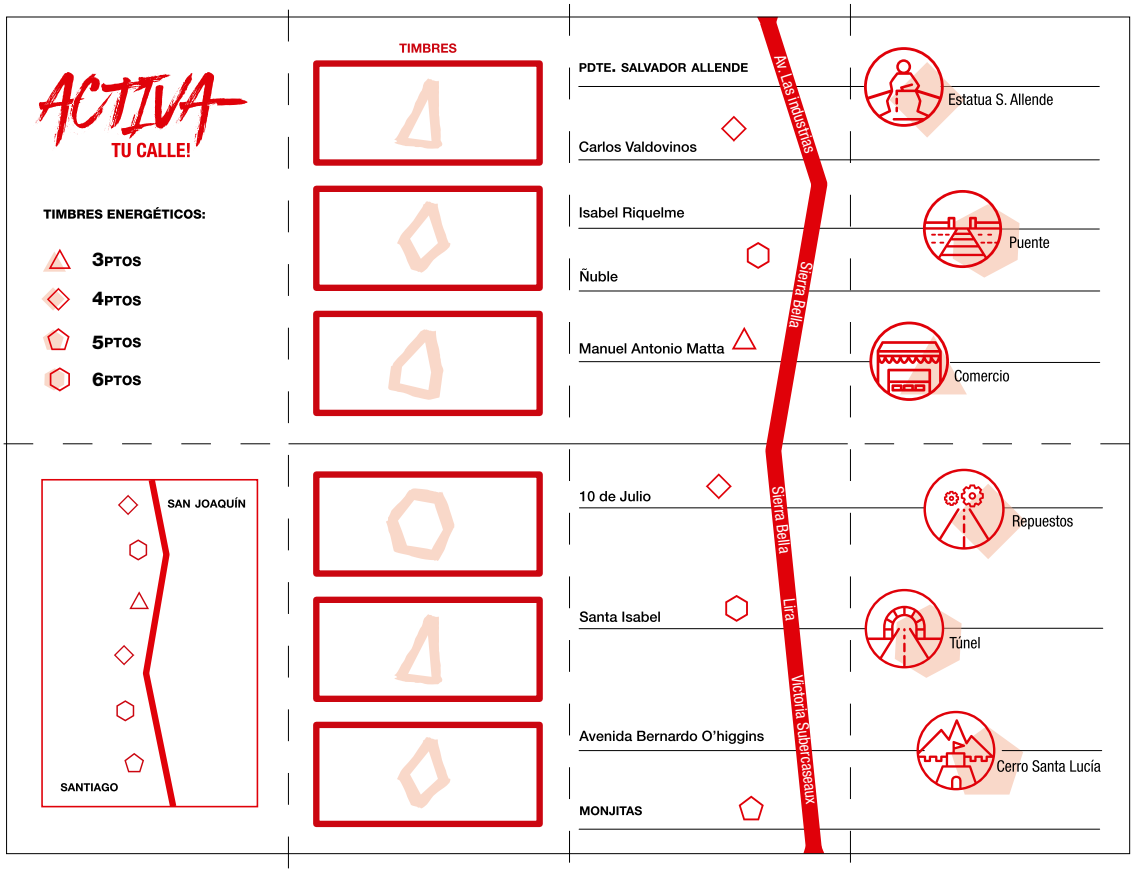
Figura 98.
Imágenes del corto instructivo.

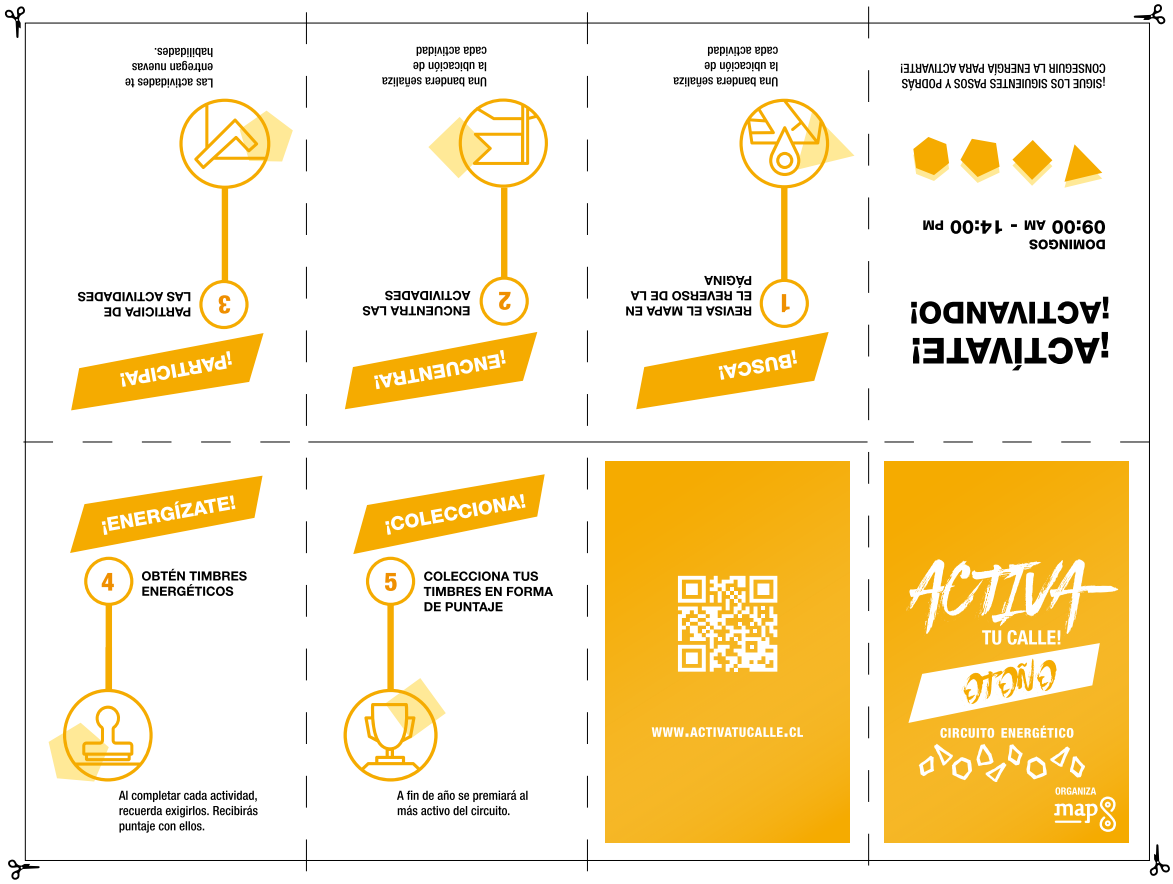
Figura 99.
Imágenes del corto instructivo.

DESPLEGABLE INFORMATIVO

TIRO Y RETIRO.
CUATRO ESTACIONES DEL AÑO.


¡ACTÍVATE!
¡ACTIVANDO!
DOMINGOS
09:00 AM - 14:00 PM
¡SIGUE LOS SIGUIENTES PASOS Y PODRÁS CONSEGUIR LA ENERGÍA PARA ACTIVARTE!
¡BUSCA!
1 REVISA EL MAPA EN EL REVERSO DE LA PÁGINA
Una bandera señaliza la ubicación de cada actividad
¡ENCUENTRA!
2 ENCUENTRA LAS ACTIVIDADES
Una bandera señaliza la ubicación de cada actividad
¡PARTICIPA!
3 PARTICIPA DE LAS ACTIVIDADES
Las actividades te entregan nuevas habilidades.
ACTIVA TU CALLE!
VERANO
CIRCUITO ENERGÉTICO
ORGANIZA
map
WWW.ACTIVATUCALLE.CL
¡COLECCIONA!
5 COLECCIONA TUS TIMBRES EN FORMA DE PUNTAJE
A fin de año se premiará al más activo del circuito.
¡ENERGÍZATE!
4 OBTÉN TIMBRES ENERGÉTICOS
Al completar cada actividad, recuerda exigirlos. Recibirás puntaje con ellos.


ACTIVA TU CALLE!
TIMBRES ENERGÉTICOS:
3PTOS
4PTOS
5PTOS
6PTOS
TIMBRES
SAN JOAQUÍN
SANTIAGO
PDTE. SALVADOR ALLENDE
Carlos Valdovinos
Isabel Riquelme
Ñuble
Manuel Antonio Matta
10 de Julio
Santa Isabel
Avenida Bernardo O'higgins
MONJITAS
Av. Las Industrias
Sierra Bella
Sierra Bella
Lira
Victoria Subercaseaux
Estatua S. Allende
Puente
Comercio
Repuestos
Túnel
Cerro Santa Lucía


¡ACTÍVATE!
¡ACTIVANDO!
DOMINGOS
09:00 AM - 14:00 PM
¡SIGUE LOS SIGUIENTES PASOS Y PODRÁS CONSEGUIR LA ENERGÍA PARA ACTIVARTE!
¡BUSCA!
1
REVISA EL MAPA EN EL REVERSO DE LA PÁGINA
Una bandera señaliza la ubicación de cada actividad
¡ENCUENTRA!
2
ENCUENTRA LAS ACTIVIDADES
Una bandera señaliza la ubicación de cada actividad
¡PARTICIPA!
3
PARTICIPA DE LAS ACTIVIDADES
Las actividades te entregan nuevas habilidades.
ACTIVA
TU CALLE!
CIRCUITO ENERGÉTICO
ORGANIZA
map
WWW.ACTIVATUCALLE.CL
¡ENERGÍZATE!
4
OBTÉN TIMBRES ENERGÉTICOS
Al completar cada actividad, recuerda exigirlos. Recibirás puntaje con ellos.
¡COLECCIONA!
5
COLECCIONA TUS TIMBRES EN FORMA DE PUNTAJE
A fin de año se premiará al más activo del circuito.
ACTIVA
TU CALLE!
TIMBRES ENERGÉTICOS:
3 PTOS
4 PTOS
5 PTOS
6 PTOS
TIMBRES
SAN JOAQUÍN
SANTIAGO
PDTE. SALVADOR ALLENDE
Carlos Valdovinos
Isabel Riquelme
Ñuble
Manuel Antonio Matta
10 de Julio
Santa Isabel
Avenida Bernardo O'higgins
MONJITAS
Av. Las Industrias
Sierra Bella
Sierra Bella
Lira
Victoria Subercaseaux
Estatua S. Allende
Puente
Comercio
Repuestos
Túnel
Cerro Santa Lucía

ACTIVA TU CALLE!

INVIERNO

CIRCUITO ENERGÉTICO

ORGANIZA map

WWW.ACTIVATUCALLE.CL

¡ACTÍVATE! ¡ACTIVANDO!

DOMINGOS
09:00 AM - 14:00 PM

¡SIGUE LOS SIGUIENTES PASOS Y PODRÁS CONSEGUIR LA ENERGÍA PARA ACTIVARTE!

¡BUSCA!

1 REVISA EL MAPA EN EL REVERSO DE LA PÁGINA

Una bandera señaliza la ubicación de cada actividad

¡ENCUENTRA!

2 ENCUENTRA LAS ACTIVIDADES

Una bandera señaliza la ubicación de cada actividad

¡PARTICIPA!

3 PARTICIPA DE LAS ACTIVIDADES

Las actividades te entregan nuevas habilidades.

¡ENERGÍZATE!

4 OBTÉN TIMBRES ENERGÉTICOS

Al completar cada actividad, recuerda exigirlos. Recibirás puntaje con ellos.

¡COLECCIONA!

5 COLECCIONA TUS TIMBRES EN FORMA DE PUNTAJE

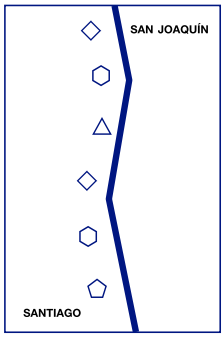
A fin de año se premiará al más activo del circuito.

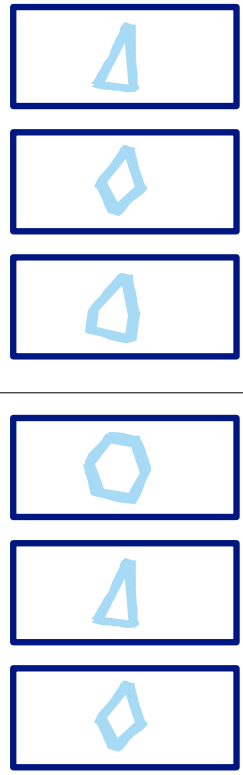
ACTIVA TU CALLE!

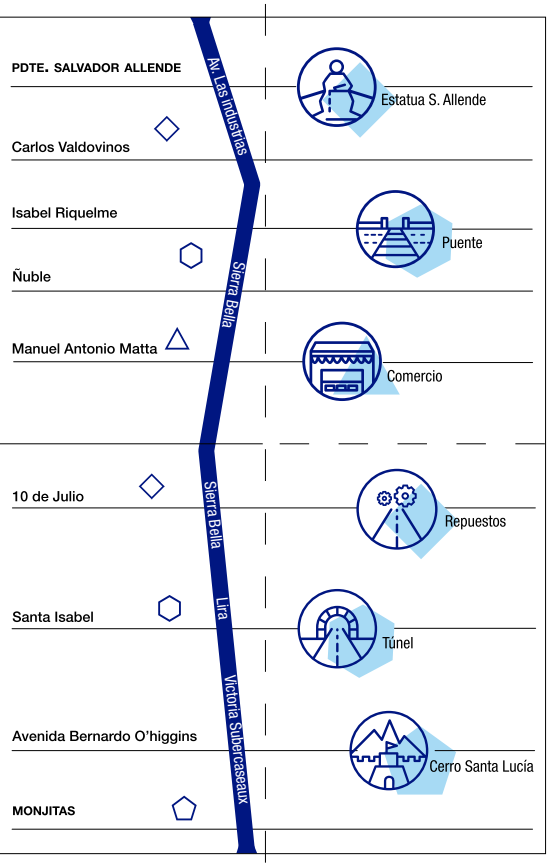
TIMBRES ENERGÉTICOS:

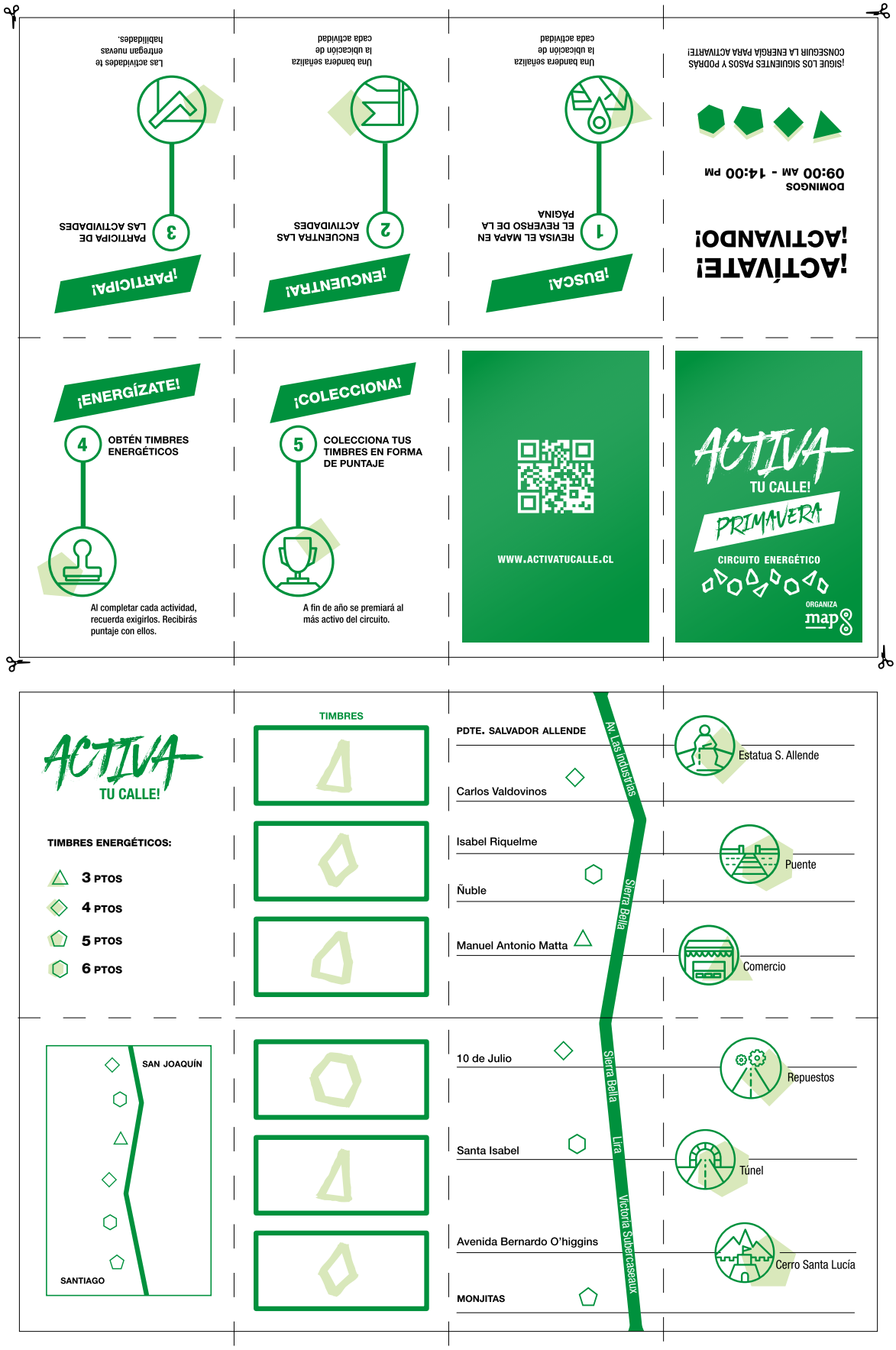
- 3PTOS
- 4PTOS
- 5PTOS
- 6PTOS

TIMBRES








¡ACTÍVATE!
¡ACTIVANDO!
DOMINGOS
09:00 AM - 14:00 PM
¡SIGUE LOS SIGUIENTES PASOS Y PODRÁS CONSEGUIR LA ENERGÍA PARA ACTIVARTE!
¡BUSCA!
1
REVISA EL MAPA EN EL REVERSO DE LA PÁGINA
Una bandera señaliza la ubicación de cada actividad
¡ENCUENTRA!
2
ENCUENTRA LAS ACTIVIDADES
Una bandera señaliza la ubicación de cada actividad
¡PARTICIPA!
3
PARTICIPA DE LAS ACTIVIDADES
Las actividades te entregan nuevas habilidades.
¡ENERGÍZATE!
4
OBTÉN TIMBRES ENERGÉTICOS
Al completar cada actividad, recuerda exigirlos. Recibirás puntaje con ellos.
¡COLECCIONA!
5
COLECCIONA TUS TIMBRES EN FORMA DE PUNTAJE
A fin de año se premiará al más activo del circuito.
WWW.ACTIVATUCALLE.CL
ACTIVA
TU CALLE!
PRIMAVERA
CIRCUITO ENERGÉTICO
ORGANIZA
map
ACTIVA
TU CALLE!
TIMBRES ENERGÉTICOS:
3 PTOS
4 PTOS
5 PTOS
6 PTOS
TIMBRES
PDTE. SALVADOR ALLENDE
Carlos Valdovinos
Isabel Riquelme
Ñuble
Manuel Antonio Matta
10 de Julio
Santa Isabel
Avenida Bernardo O'higgins
MONJITAS
Av. Las Industrias
Sierra Bella
Sierra Bella
Lira
Victoria Subercaseaux
Estatua S. Allende
Puente
Comercio
Repuestos
Túnel
Cerro Santa Lucía
SAN JOAQUÍN
SANTIAGO

Intervención
Evaluación
Testeo

Figura 100.
Imágenes de algunos de los participantes evaluados y testeados.

INTERVENCIÓN, EVALUACIÓN Y TESTEO

El prototipo del desplegable fue testeado con niños y familias que recorren el circuito de la ciclovía recreativa de activa tu calle, ubicado entre las comunas de San Joaquín y Santiago.

El desplegable fue recibido con sorpresa, generando inmediata curiosidad y entusiasmo por parte de los niños. Quienes prestaron atención inmediatamente para comprender en qué consistía. Entendiendo rápidamente, y entusiasmándolos a participar.
Los padres por su parte, asombrados por la iniciativa, apoyaron la instancia, sobre todo al notar el entusiasmo que generaba en los niños.

El entendimiento de los pasos instructivos se logró a través de los números ubicados en cada zona del desplegable. Los que a su vez ayudaron al momento de volver a guardarlo.

Los íconos dispuestos en el mapa facilitaron el reconocimiento del circuito, al identificar cada elemento del recorrido.

Se percibió que el tamaño del desplegable era manejable para los participantes. Ya que no se observaron dificultades en la manipulación al momento de mantener cada desplegable en la mano, o de abrir o cerrarlo.

Una observación importante es que al momento de volver a cerrar el desplegable, los usuarios no pudieron llegar a la forma inicial de plegado, sin embargo, las formas a las que se llegaron no alteraron el orden de la información que se desea entregar, sobre todo porque los números facilitan este recorrido visual.

Figura 101.
Imágenes de algunos de los participantes evaluados y testeados.

Costos

COSTOS

Los costos del proyecto se planifican a partir de las actividades definidas, que considera tanto los recursos humanos como recursos materiales que requiere el proyecto.

Para la elaboración del proyecto, se considera postular al fondo del 6% Deporte, Cultura y Seguridad ciudadana, con el objetivo de financiarlo. Estos fondos son seleccionados por el Consejo Regional Metropolitano y consisten en la subvención de actividades culturales, deportivas y del Programa Elige Vivir Sano, de seguridad ciudadana, de carácter social y de prevención y rehabilitación de drogas, de protección del medio ambiente y educación ambiental. Donde municipalidades, otras entidades públicas y/o instituciones privadas sin fines de lucro pueden ser beneficiarias de estos recursos.

Por lo tanto, para participar del siguiente fondo, se establece una estrategia que consiste en enviar información digital previamente a todos los concejales regionales, con el fin de que presenten conocimiento de lo que se desea realizar, antes de la postulación y de la asignación del fondo. (Formulario en anexos).

CONCLUSIÓN Y PROYECCIONES DEL PROYECTO

Cuando se habla de espacios públicos se hace referencia a aquellos lugares donde múltiples fenómenos sociales se desencadenan, algunos positivos como la apropiación y recreación, y en otros casos negativos como la delincuencia y la inseguridad.
El panorama negativo caracterizado por el declive del espacio público, incitado por el dominio de la aceleración o el instante que es favorecido por las nuevas tecnologías, y la desaparición de la noción de distancia y de límites. Da como resultado el malestar de la sociedad, la fragmentación social y la desconfianza generalizada.
La investigación revisada muestra las nuevas necesidades de la ciudad sobremoderna y de las personas que habitan en ella, observando que aún existe la necesidad de recreación al aire libre y de realizar actividades variadas, ya sea en forma de deporte, juego o difusión de la cultura. A través de la apropiación de espacios públicos por parte de los ciudadanos.

No obstante, en el constante versus entre la apropiación y el abandono, aparecen necesidades orientadas al mejoramiento urbano, en torno a proyectos que consideren dimensiones, tanto físicas y espaciales, como sociales y culturales. Entre los que se encuentra el desarrollo de estrategias que permitan la inclusión de los grupos de personas que no cuentan con un fácil acceso a estos espacios así como garantizar mayor seguridad y calidad en ellos. Con el fin de promover el uso de espacios públicos que contribuyan a la superación de la desigualdad, al derecho de espacios para la recreación, a impulsar la participación y la heterogeneidad local, la comunicación entre diferentes grupos y organizaciones, así como a la identificación de la personas con sus lugares de origen, es decir, una renovación del sentido de pertenencia, identidad, y tradición permitiendo que exista mayor interés por parte de los ciudadanos en atender, cuidar y exigir espacios para la recreación. Con el fin de considerar la ciudad como un espacio de lugares y no simples espacios de flujos.
Pero ¿cómo reconstruir de nuevo la confianza en el espacio público? ¿Cómo garantizar el derecho a la ciudad que mencionaba Henri Lefebvre? A través de una libertad que no se quede encerrada sólo en palabras. El fortalecimiento y la vertebración del tejido social –a partir de la apropiación del espacio– fue la premisa indispensable para el tramado del proyecto. Pero cómo masificarlo y visibilizarlo, fue la tarea propuesta.
Por lo mismo, resultó óptimo ensayar un camino mediante la función interdisciplinar del diseño con su fuerte vertiente crítica y propositiva con el fin de contribuir y mejorar la realidad nacional, tratando de hacer posible llegar los beneficios de la apropiación a mayor cantidad de población.

El proyecto contribuye a recuperar dinámicas olvidadas dentro del espacio público, como puntos de encuentro, intercambio e interacción entre los integrantes de la comunidad, en especial de familias y niños; alentando la participación de los ciudadanos y su interés por cuestiones sociales.

Finalmente, existen un sin fin de oportunidades para desarrollar nuevos proyectos en torno al fomento de la apropiación del espacio público. Es por esto que el proyecto se define como una primera alternativa al vínculo que se puede generar con el reciente circuito de activa tu calle, en el que es posible continuar proponiendo y buscando una seguidilla de alternativas que desde el diseño contribuyan a aumentar la participación.

En cuanto a las proyecciones, se planeó realizar un proyecto posterior que contemple una plataforma web, con el fin de contabilizar la participación de la comunidad, a través de un sistema de puntos virtuales, en los cuales se generen estadísticas en torno al usuario, y este pueda ir personalizándose con el tiempo a través de la ganancia de puntos que obtenga mediante la participación que realice yendo al circuito.

BIBLIOGRAFÍA

AMADO, J. 2012. Orígenes y evolución del espacio público: Desafíos y oportunidades para la gestión urbana actual. <http://www.plataformaurbana.cl/archive/2012/04/24/origenes-y-evolucion-del-espacio-publico-desafios-y-oportunidades-para-la-gestion-urbana-actual/> Consulta: 25 de mayo, 2017.

AUGÉ, M. 2000. Los No Lugares Espacios Del Anonimato: Una Antropología De La Sobremodernidad. Traducción Margarita Mizraji. Barcelona: Gedisa.

BERROETA, HÉCTOR, RAMONEDA, ALVARO, RODRIGUEZ, VIVIANA., ET AL. 2015. Apego de lugar, identidad de lugar, sentido de comunidad y participación cívica en personas desplazadas de la ciudad de Chaitén. Magallánica (Punta Arenas), 51-63. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-22442015000300005> Consulta: 17 de junio, 2017.

BESTARD, M. 2011. Realización audiovisual. España. <https://books.google.cl/books?id=-a8e379GGkC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false> Consulta: 10 de mayo, 2017.

BINDER, A. 2014. Guerrilla Gardening in Manchester. Exploring Perceptions of Guerrilla Practices. [en línea] <http://www.urbanallotments.eu/fileadmin/uag/media/STSM/Binder_shortreportSTSM_final.pd f> Consulta: 20 de marzo, 2017.

BORJA, J. 1998. Ciudadanía y espacio público. <http://www.pieb.org/espacios/archivos/doconline_ciudadania_y_espacio_publico.pdf>

BORJA, J. 2001. El gobierno del territorio de las ciudades latinoamericanas. <http://epurb.blogspot.cl/2011/05/el-gobierno-del-territorio-de-las.html> Consulta: 28 de mayo, 2017

CAMBEL, J. 1972. El héroe de las mil caras. México: Fondo de Cultura Económica, México.

DOSSIER PARA UNA EDUCACIÓN INTERCULTURAL. s.f. El Concepto de Identidad. <http://www.fuhem.es/ecosocial/dossierintercultural/contenido/9%20EL%20CONCEPTO%20DE%20IDENTIDAD.pdf >Consulta: 17 Junio, 2017.

DORNALETECHE, J. 2007. Definición y naturaleza del trailer cinematográfico. Universidad de Valladolid. Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias.

ENCICLOPEDIA DE CLASIFICACIONES. 2016. Tipos de encuestas. [en línea] <http://www.tiposde.org/escolares/123-tipos-de-encuestas/> Consulta: 04 de abril, 2017.

FONSECA RODRÍGUEZ, J. M. 2014. La importancia y la apropiación de los espacios públicos en las ciudades; en Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad. <http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/222/329> Consulta: 5 de abril, 2017.

FRASCARA, J. 2000. Diseño gráfico y comunicación. Ediciones Infinito. Buenos Aires, Argentina.

FRASCARA, J. (2008, 4a. edición). Diseño gráfico para la gente. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.

GONZÁLEZ, C. 2016. Población en Chile llega a 18,2 millones y en 2030 superará los 20 millones <http://www.plataformaurbana.cl/archive/2016/08/26/poblacion-en-chile-llega-a-182-millones-y-en-2030-superara-los-20-millones/>Consulta: 12 de julio, 2017.

GONZÁLEZ, K. 2017. Costo del Mapocho Pedaleable definitivo llegará a los $ 6 mil millones <http://www.plataformaurbana.cl/archive/2017/01/23/costo-del-mapocho-pedaleable-definitivo-llegara-a-los-6-mil-millones/>.Consulta: 12 de abril, 2017.

HINCAPIÉ, D., LEMA, V. 2013. Manual básico para producciones audiovisuales de bajo presupuesto. <https://docs.google.com/file/d/0B-3tJZjA6kjZnV1J4MlBueGtKUm8/edit> Consulta: 10 de mayo del 2017.

ISAN, A. 2013. ¿Qué es la guerrilla gardening?. [en línea] <https://www.ecologiaverde.com/que-es-la-guerrilla-gardening/> Consulta: 20 de marzo, 2017.

KOOLHAAS, R., BOERI, S., KWINTER, S., FABRICIUS, D., ULRICH, H. Y TAZI, N. 2001. Mutaciones. Editorial ACTAR. Barcelona, España.

MANUAL PARA IMPLEMENTAR Y PROMOCIONAR UNA CICLOVÍA RECREATIVA, 2009. Unidad de nutrición, estilos de vida saludables y enfermedades no transmisibles, Organización Panamericana de la Salud, La Vía RecreActiva de Guadalajara, Facultades de Medicina e Ingeniería de la Universidad de los Andes, Bogotá Colombia, Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades. [en línea] <https://cicloviarecreativa.uniandes.edu.co/espanol/images/anexos/CICLOVIASmanual_espanol.pdf> Consulta: 04 de abril, 2017.

MARTÍNEZ, A. (s.f). La publicidad no convencional, medios y soportes alternativos para atraer consumidores. [en línea] <http://www.upaep.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=6565&Itemid=1991> Consulta: 20 de marzo, 2017.

MARTÍNEZ, C. 2013. Intervención urbana: “La Ciudad es para Jugar”, São Paulo.
<http://www.plataformaurbana.cl/archive/2013/05/26/intervencion-urbana-la-ciudad-es-para-jugar/ >Consulta: 10 de mayo, 2017.

MARTÍNEZ, C. 2014. Operación Tiza: ¿Qué quieres que tenga la explanada del ex Hospital Ochagavía? <http://www.plataformaurbana.cl/archive/2014/05/24/operacion-tiza-que-quieres-que-tenga-la-explanada-del-ex-hospital-ochagavia/> Consulta: 8 de abril, 2017.

MARTÍNEZ, C. 2015. Seis propuestas para recuperar los espacios perdidos bajo una autopista de Nueva York. <http://www.plataformaurbana.cl/archive/2015/06/29/seis-propuestas-para-recuperar-los-espacios-perdidos-bajo-una-autopista-de-nueva-york/ >Consulta: 10 de mayo, 2017.

PASTORELLI, G. 2009. New York High Line abre al público.
<http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/02-20735/new-york-city-high-line-abre-al-publico> Consulta: 20 de junio, 2017.

OMS. 2015. Datos del Observatorio mundial de la salud. [en línea]
<http://www.who.int/gho/database/es/ > Consulta: 12 de julio, 2017.

ONTIVEROS, T. DE FREITAS, J. 2006. Hacia la comprensión del uso de los espacios públicos privados en los territorios populares contemporáneos. Cuaderno urbano: espacio, cultura y sociedad, 5: 217-234.

OTAVIANI, E. 2009. El espacio público, sostén de las relaciones sociales. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación Nº30, 181-189. <http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicaciones-dc/archivos/144_libro.pdf> Consulta: 10 de mayo, 2017.

PALOMARES, F. 2011. La intervención contemporánea de los habitantes en los espacios abiertos urbanos. Caso de estudio zona sur del Centro Histórico de la Ciudad de México. Tesis de Maestría, Facultad de Arquitectura, UNAM. México D.F. <https://arqjespalfra.wordpress.com/hacia-una-definicion-de-los-espacios-abiertos-urbanos/> Consulta: 25 de mayo, 2017.

PERAHIA, R. 2007. Las ciudades y su espacio público. Universidad de Buenos Aires. <http://www.ub.edu/geocrit/9porto/perahia.htm> Consulta: 28 de mayo, 2017

PÉREZ, L. 2004. Marketing social: teoría y práctica. Pearson Educación. México.

FONSECA RODRÍGUEZ, J. M. 2014. La importancia y la apropiación
REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. [s.a] Definición de espacio. [en línea] <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=GSlrtMv > Consulta: 04 de julio, 2017.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. [s.a] Definición de territorio. [en línea] <http://dle.rae.es/?id=ZcqJYVW> Consulta: 04 de julio, 2017.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. [s.a] Definición de paisaje. [en línea] <http://dle.rae.es/?id=RT6QMkS> Consulta: 04 de julio, 2017.

ROSENFIELD, K. 2014. Take a Walk on the High Line with Iwan Baan. <http://www.archdaily.com/550810/take-a-walk-on-the-high-line-with-iwan-baan#_=_> Consulta: 20 de junio, 2017.

SALAS, S. (s.f). Como entender el espacio rural, un escenario de expresión de la sociedad. Revista boletín de geografía N°32. Universidad Metropolitana de las ciencias de la educación, Chile. <http://www.boletindegeografia.cl/PDF/031-003.pdf> Consulta: 20 de mayo, 2017.

SARMIENTO, O., TORRES, A., JACOBY, E., PRATT, M., SHMID, T., STIERLING, G. 2010. La Ciclovía-Recreativa: Un Programa Masivo de Recreación con Potencial en Salud Pública. Journal of Physical Activity and Health, 7(Suppl 2), S163-S180. Human Kinetics, Inc. [en línea] <http://www.bvsde.paho.org/texcom/cd045364/cicloviaesp.pdf> Consulta: 04 de abril, 2017.

SERVICIO DE REGISTRO CIVIL E IDENTIFICACIÓN. 2016. Boletín semestral. [en línea] <http://www.registrocivil.cl/PortalOI/PDF/Boletin_Semestral_SRCeI_2016_Datos.pdf> Consulta: 12 de julio, 2017.

STEINBERG, R.2012. Espacio, lugar, territorio. Una cuestión de escala. Prácticas de oficio. Investigación y reflexión en Ciencias Sociales, n° 9. <http://ides.org.ar/wp-content/uploads/2012/05/STEIMBERG-ARTICULO.pdf> Consulta: 10 de mayo, 2017.

SUBDERE. 2017. Gobierno Regional Metropolitano de Santiago. [en línea] <http://www.subdere.cl/divisi%C3%B3n-administrativa-de-chile/gobierno-regional-metropolitano-de-santiago> Consulta: 12 de julio, 2017.

TAPIA, A. 2004. El diseño gráfico en el espacio social. Encuadre-Designio, México.

TORRES, E. 2009. Apropiación versus usos del espacio público; en La ciudad viva.<http://www.laciudadviva.org/blogs/?p=3465> Consulta: 28 de mayo, 2017.

TORREBLANCA, L., LÓPEZ, B. 2012. Revista de investigación. Editada por Área de innovación y desarrollo, S.L. [en línea] <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2012/12/mk-de-guerrilla2.pdf> Consulta: 20 de marzo, 2017.

VALERA, S. 1999. Espacio privado, espacio público: Dialécticas urbanas y construcción de significados. <http://www.ub.edu/escult/editions/0tresal.pdf> Consulta: 28 de mayo, 2017.

VIDAL, T., & POL, E. 2005. La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. Anuario de Psicología Universitat de Barcelona, 281-297.

ZICHERMANN, G., CUNNINGHAM, C. 2011. Gamification by design. Canada. O'Reilly Media, Inc. [en línea] <http://143.95.72.211/ebooks/gamification_by_design.pdf> Consulta: 25 de abril, 2017.

ANEXOS

Transcripción de la entrevista a Victorino Goldberg.
Director ONG MAP8.

Luego de una breve presentación y contextualización, en la que explico que soy estudiante de la Universidad de Chile en proceso de proyecto de título; planteo que mi intención es conocer sobre la existencia de la organización, sus orígenes y los motivos del nacimiento del circuito.
Es así como surge una conversación donde se exponen dudas e ideas.

Sofía: ¿Cómo empezó la organización y el circuito?

Director: Por la necesidad de promover la movilidad, la vida sana, el medioambiente y la bicicleta. Queríamos que la bicicleta tuviese más visibilidad y más espacio.

Sofía: ¿Quiénes integran la organización?

Director: En un comienzo éramos ocho socios. Hoy en día somos 16. Porque abrir un circuito como éste es mucho trámite, mucho papeleo, mucha burocracia en este país. Actualmente es integrada por 16 socios: ingenieros en transporte, en turismo, arquitectos, abogados, periodistas, carpinteros, eléctricos, mecánicos de bicicletas, productores de eventos, sociólogos.

Sofía: ¿Cuáles son sus puntos de encuentro para reunirse?

Director: Sala de reuniones de MAP8 en santa rosa 325, que es la sala multiuso del edificio. Nos juntamos todos los lunes de cada semana, ya que hay que ver las actividades que se vienen para la próxima semana. Nos juntamos a las 20:00hrs. Pueden durar una hora o cinco horas.

Sofía: ¿Por qué eligen determinadas calles?

Director: Nosotros escogimos estas calles para conectar actuales circuitos, por ejemplo, la idea era conectar Santiago con San Joaquín. Lo que permite llegar a diversas zonas del gran Santiago.

Sofía: ¿Qué trámites tuvieron que hacer para comenzar con el circuito?

Director: Para abrir el circuito (para que nos dieran la autorización), hubo que hacer un estudio del desvío de tránsito, incluidos los desvíos de la locomoción colectiva…se hicieron los estudios correspondientes: permisos para cierre de calles, primero autorización municipal, segundo ambos municipios, después que se acepte un decreto de la seremi de transporte. Por lo tanto se presentaron a las dos municipalidades por las que pasaría el circuito (Santiago y San Joaquín). Ahí hubo que coordinarse con el director de tránsito, si es que hay oficina de movilidad, comunicaciones de ambos municipios, gabinetes, dirección de obra, patente. En fin, los municipios estuvieron encantados de recibir tal propuesta. De hecho, la municipalidad de Santiago cuenta con un plan centro que se encarga de iniciativas en beneficio de la bicicleta, además de facilitar conexiones, como lo que tenían pensado realizar con la comuna de San Joaquín. Pero que no se había podido llevar a cabo debido a la escasez de recursos para dicho propósito. Entonces proponiendo un proyecto de cero costo, y contando con un nuestro trabajo de autogestión y de aportes particulares, se acepta la solicitud por parte de las municipalidades.

Sofía: ¿Luego de los permisos municipales qué debían hacer?

Director: Uh, una vez aprobadas las dos municipalidad, comienza el trámite burocrático con la seremi de transporte…ahí fue largo, porque hay que llevar los estudios que te mencionaba del desvío de tránsito, estudios de impacto en el automovilista, en los horarios de traslado, en los vecinos, que se iba a tener que caminar una cuadra más para tomar la locomoción, entre otros. No es fácil en realidad, y tampoco es barato.
Y al final, luego de cuatro meses, se logró el cometido. Nos dieron fecha para el 15 de noviembre del 2015, para abrir “activa tu calle”. Estuvo súper entretenido…teníamos expectativas, por ejemplo, aspirábamos a tener un máximo de 10.000 personas por días; pero partir con 500 los primeros días. Al final, el primer día contamos con 2.150 personas. Y al cabo de un mes teníamos 10.000 personas. Justo en esa época venía navidad, año nuevo. Y nuestro peak fue el día después de navidad con un máximo de 18.000 personas. Ese ha sido nuestro récord hasta ahora.
El circuito es visitado en promedio por 15.000 – 16.000 personas.

Sofía: ¿Cuál es el tramo que concentra mayor número de participantes?

Director: El tramo que concentra la mayor cantidad de personas es en la comuna de Santiago, y siempre es por ahí por José Miguel de la Barra, Santa Isabel, hasta Matta, los números son súper buenos, de ahí, hay una baja de los números, pero estamos trabajando en esas zonas, con los vecinos para poder incrementar los números.

Sofía: ¿En qué consisten los trabajos para incrementar la participación?

Director: Por ejemplo este domingo tenemos una actividad a tres calles del circuito. Cerramos una calle chica de dos cuadras para reunir a los vecinos y hacer una especie de malón urbano, con el fin de dar a conocer que los vecinos tienen derecho a tener cuadras sin tránsito automovilístico durante ese día. Además contamos con actividades en otros lugares del circuito, para que la gente se vaya sumando. Y tratamos de incluir diferentes tipos de actividades todos los domingos. Para eso se invita a todas las organizaciones sociales que quieran participar, sin costo alguno. De esa forma pretendemos levantar los números de San Joaquín, y de paso nuestro número general también.

Sofía: ¿Tienen una planilla de actividades?

Director: Sí, tenemos una planilla de actividades mensuales. Se modifica mensualmente. Es raro que se caiga una actividad. No ha ocurrido.

Sofía: ¿Tienen actividades durante la semana que promuevan la utilización de calles durante los días domingos?

Director: No, un seminario de repente, pero no. Nosotros no somos invitados a actividades donde se pueda promover. Y hemos buscado, pero no lo hemos hecho. Mediante la web promovemos, haciendo algún comentario. Hay un director de comunicaciones, el periodista que lo realiza.

Sofía: ¿Poseen medios de difusión?

Director: Página web, de Facebook, twitter, Instagram y un canal de youtube.

Sofía: ¿Cómo funciona la organización durante un domingo en el circuito?

Director: Hay que levantarse a las 04:00 am, para tener habilitado el circuito a las 09:00 am. A veces pasa que te levantas a esa hora y está raro el tiempo, y a las 06:00 comienza a llover, entonces no se puede abrir y hay que suspender el circuito. Lo otro complicado son las alertas ambientales, en ese caso tampoco abrimos, para no arriesgar a la comunidad.

Sofía: ¿Cuál es el costo que requiere abrir un circuito?

Director: El costo de abrir un circuito resulta muy caro, por ejemplo, sólo para darte una cifra, el valor por kilómetro mensual es alrededor de $3.500.000, porque hay que considerar el seguro, los conos, las barreras, los estudios de cierre de calles y de impacto, los activadores (ahí es donde más plata se va). Para un kilómetro de calle se necesita por los menos 10 personas. Y 10 personas a $15.000 cada una.

Sofía: ¿Poseen algún tipo de auspicio?

Director: Actualmente no. Entonces el financiamiento es a base de autogestión, donaciones y las cuotas de cada socio, a base de incorporación y mensualidad. El estado no cubre nada, cero pesos.

Sofía: ¿Qué opinas del resto de las organizaciones ligadas al tema de las ciclovías recreativas, es un problema para ustedes?

Director: No, al contrario, nosotros valoramos que se hagan este tipo de circuito. De hecho yo siempre he dicho que la empresa que lleva 10 años con esto, es admirable. Quizás yo lo haría más cercano al público, pero es genial que lo hagan. A mi me encanta.

FODA hacia el Director de la ONG.

Sofía: ¿Cuáles estimas que son las fortalezas de la organización?

Director: Precisamente que no hay ingreso, no hay lucro…aquí todos los que ingresan lo hacen por pasión por querer, porque las retribuciones son las satisfacciones.

Sofía: ¿Qué aspectos crees que se podrían mejorar?

Director: Tenemos muchas cosas que podríamos mejorar, como por ejemplo, mejoraría de forma sustancial los ingresos de los activadores (nuestros voluntarios). Funcionamos actualmente con 30 activadores. Y es raro que alguno de ellos falle, por lo general son súper responsables: boyscouts, estudiantes, reinserción laboral y social también.

Sofía: ¿Qué elementos del entorno han permitido cumplir con los objetivos de la organización?

Director: Los vecinos, las juntas de vecinos han sido parte fundamental, por ejemplo, barrio multicolor, zona ubicada entre matta y 10 de julio. Hablamos con ellos y estaban felices de que dispusiéramos de esos espacios para ellos. Entonces si vas un domingo, puedes encontrar certificados de residencia. Ellos mismos por autogestión, traen mándalas, pinta caritas para los niños, conversatorios, entre otros.

Sofía: ¿Qué aspectos crees que podrían poner en riesgo los objetivos de la organización?

Director: No lo había pensado, no creo que accidentes de gran envergadura pudiesen llegar a ocurrir, a no ser que un automovilista fuera de sí, entre al circuito. Y en torno al grupo, no se generan rivalidades, todo se hace en conjunto y con apoyo de todos.

Sofía: ¿Qué pasa si hay accidentes?

Director: El circuito cuenta con seguros a terceros, pero nunca hemos tenido nada, así que no lo hemos ocupado… sólo caídas o rasmillones, por lo que tenemos nuestros paramédicos con su set de primeros auxilios básicos.

Observaciones.
FODA organización del circuito (por el Director).

Fortalezas: Pasión. ONG. Al no recibir ingresos, el trabajo se realiza por pasión.
Oportunidades: Interés. Vecinos, juntas de vecinos y sus organizaciones.
Debilidades: Escasez de recursos. Escaso financiamiento hacia el personal capacitado.
Amenazas: Accidentes, imprevistos.

ENCUESTAS

Realizado a participantes del circuito en el recorrido que contempla el circuito de “Activa tu calle”.

Preguntas en relación al circuito
¿Conoces el circuito completo? (comienzo y final)
¿Con qué frecuencia utilizas este circuito?
¿Qué otros circuitos conoces?

Preguntas en relación a la organización
¿Conoces la organización encargada del circuito?
¿Qué sabes de ella?

Preguntas en relación a las actividades
¿Conoces las actividades que se realizan dentro de este circuito?
¿Qué actividades te gustaría que se realizaran?

Observaciones.
Existe un desconocimiento generalizado del circuito completo por parte de los participantes. Y por ende mayor desconocimiento sobre la organización encargada de su ejecución.
Debido a tal desinformación, muchos de los participantes desconocen las actividades que se realizan en el circuito, tales como ferias y espacios de emprendimientos que suelen ubicarse en la calzada en la zona norte del recorrido. Además de los días e incluso los horarios.
Sin embargo, es posible encontrar interés por parte de los participantes en relación al espacio, sin poder ubicar la instancia necesaria para abastecerse de información respecto a las debilidades evidenciadas.
A su vez, es posible evidenciar que el circuito no cuenta con un sistema de retroalimentación visible y cercana que favorezca e impulse la participación.

FODA participantes del circuito.

Fortalezas: Energía, interés.
Oportunidades: Traslado, deporte, convivencia.
Debilidades: Desinformación, despreocupación, resignación.
Amenazas: Peligro de vehículos motorizados en cruces, o en el propio circuito. Escasez de personal capacitado para ordenar las normas de convivencia dentro del circuito.

COTIZACIÓN IMPRENTA

Santiago, 29 de mayo de 2017

Sres.
SOFIA LAGOS

Presente

Tenemos el agrado de cotizarle(s) lo siguiente:

1. VOLANTES **Nº 142,492**

TAMAÑO 21 X29.7 CMS
IMPRESOS A 4/4 COLOR
PAPEL BOND 90 GRS
CORTE RECTO

Cantidad	Unitario		Total
5,0003	7.00	$	185,000

2. VOLANTES **Ref: 142,493**

TAMAÑO 21 X29.7 CMS
IMPRESOS A 3/3 COLOR
PAPEL BOND 90 GRS
CORTE RECTO

Cantidad	Unitario		Total
5,0003	5.00	$	175,000

3. VOLANTES **Ref: 142,494**

TAMAÑO 21 X 29.7 CMS
IMPRESOS A 2/2 COLOR
PAPEL BOND 90 GRS
CORTE RECTO

Cantidad	Unitario		Total
5,0003	0.00	$	150,000

Valores más IVA

Forma de Pago: Contado

Plazo de Entrega: A convenir.

Gobierno de Chile

stgo GOBIERNO REGIONAL METROPOLITANO DE SANTIAGO

FORMULARIO DE POSTULACION

MODALIDAD

☐ **CULTURA** ☐ **DEPORTE**

☐ **SEGURIDAD CIUDADANA**

- Seguridad Situacional
- Seguridad Psicosocial

1. ANTECEDENTES GENERALES DEL PROYECTO:

Nombre Proyecto:

Apropiación Recre_Activa

Breve Descripción del Proyecto:

Diseño de un sistema informativo y recreativo para la ciclovía recreativa *"Activa tu calle"*.

1.1 ANTECEDENTES DEL POSTULANTE

Nombre Institución:
MAP8

RUT Institución:

Dirección completa:

Comuna: Santiago

Fono:

1.2 ANTECEDENTES REPRESENTANTE LEGAL

Nombre:

RUT:

Dirección completa:

Comuna: Santiago

Email:

Fono:

Firma:

Gobierno de Chile

stgo GOBIERNO REGIONAL METROPOLITANO DE SANTIAGO

1.3 ANTECEDENTES ENCARGADO DEL PROYECTO

Nombre: Sofía Elizabeth Lagos Ibáñez

RUT:

Dirección completa:

Comuna: La granja

Email:

Fono:

Firma:

2. ANTECEDENTES DEL PROYECTO

2.1 CARACTERISTICAS DEL PROYECTO

Diseño de un sistema informativo y recreativo en el circuito de la ciclovía recreativa "activa tu calle", realizado durante cada jornada dominical de 09:00am a 14:00pm.

Sistema compuesto por los siguientes elementos:

1 Teaser
2 Desplegable informativo
3 Timbres recreativos

Cada elemento sirve para informar sobre las características del circuito en distintas modalidades tempo-espaciales, es decir, cada elemento es entregado en distintos periodos (durante la semana y la jornada dominical), como también en distintos espacios (digitales y físicos).

1- El teaser pertenece a un medio de difusión promocional del circuito, que se viraliza en redes sociales, y durante los días de la semana. Consiste en ser un anuncio audiovisual de corta duración cuyo objetivo es el de entusiasmar al espectador mostrando parte de las actividades que pueden realizarse en el circuito, además de la ubicación del mismo. Resalta rasgos característicos del circuito que son interesantes para que el espectador ansíe asistir.
2- El desplegable informativo es un medio de difusión de la actividad a realizarse durante la jornada dominical en el espacio físico del circuito. Y tiene por objetivo, dar a conocer las características elementales del circuito (ubicación, horarios, actividades), como también el panorama recreativo que posee, vinculado a los timbres.
3- Los timbres recreativos tienen como finalidad, el encuentro del compromiso por parte del participante con la asistencia al circuito durante cada jornada dominical. Los timbres representan un puntaje que se adquiere a través de la búsqueda, el encuentro y la realización de cada actividad (información que es posible encontrar en el desplegable informativo). Al completar cada actividad, es posible obtener el timbre de un puntaje al reverso del desplegable, en zona de timbres. Al finalizar el año, es posible premiar al participante más activo del circuito, a través del conteo de los timbres que obtuvo durante cada domingo del año.

Propósito (Objetivo General)

Generar mayor participación y apropiación de los espacios públicos, a través del uso de la ciclovía recreativa de "activa tu calle" ubicada en las comunas de San Joaquín y Santiago, durante las jornadas dominicales. Asistiendo a las actividades convocadas por la organización MAP8 con el fin de aumentar el número de participantes en un 50%, en el plazo de un año.

Cronograma de actividades del Proyecto (indicar meses específicos tentativos)

Durante un año se desea realizar actividades, que pueden variar de acuerdo a la programación con la que se dispone.
Se espera comenzar en el mes de enero y finalizar en diciembre para poder completar la estructura de cada estación del año, con las novedades que cada una incluye dentro del proyecto.

Alcance:

Comunal (una sola comuna)_____ (Indicar comuna)

Intercomunal (más de una comuna) 2 comunas: San Joaquín y Santiago(Indicar comunas).

2.2 PRESUPUESTO DETALLADO POR ITEM

Gastos Honorarios

Corresponde a servicios prestados por personas naturales y respaldados por boletas de honorarios.

Los gastos imputados a este ítem deben estar justificados según los objetivos y actividades que contemple el proyecto.

Se debe adjuntar perfil técnico, profesional o currículum de las personas a contratar que acredite las capacidades técnicas idóneas para ejercer la función requerida en el proyecto.

Incluye profesionales, coordinadores, profesores, monitores, artistas, entre otros.

No se financiará la contratación de secretaria, contador o estafeta.

No pueden percibir honorarios los representantes legales miembros de las directivas y/o directorios de las instituciones participantes, ni sus cónyuges o parientes.

En el caso que exista un Coordinador de proyecto, este no podrá percibir ingresos superiores al 20% del monto presupuestado en el Ítem Honorarios.

Descripción cargo o tarea	Honorario mensual	Número Meses	Valor Total $
Encargado proyecto	61.333	12	736.000
Personal capacitado 1	80.000	12	960.000
Personal capacitado 2	80.000	12	960.000
Personal capacitado 3	80.000	12	960.000
Personal capacitado 4	80.000	12	960.000
Subtotal			4.576.000

Gastos Inversión

Se consideran gastos de inversión aquellos bienes necesarios para el correcto desempeño de actividades y que subsisten después de terminado el proyecto. Este ítem no podrá financiar adquisición de vehículos ni gastos de infraestructura, con excepción de los proyectos que contemplen infraestructura deportiva.

Se deben considerar topes para este ítem según la línea de proyecto que se trate:

Línea	**Tope Gasto Inversión**
Cultura	35%
Deporte	$3 millones de pesos o bien el 35% del monto total solicitado cuando sea mayor.
Seguridad Ciudadana Situacional (alarmas, cámaras, mejoramiento plazas, parques, espacios públicos, luminarias)	Sin tope
Seguridad Ciudadana Psicosocial (talleres de prevención, rehabilitación etc)	35%

Se debe presentar a lo menos **dos cotizaciones** referenciales de cada bien que se requiera en este ítem, con clara identificación del proveedor y con giro acorde a lo cotizado. Serán válidas las cotizaciones verificables realizadas por internet.

Descripción compra	Costo Unitario	Cantidad	Valor Total $
Subtotal			

Gastos Operación

Se puede incluir en este ítem:

a) Arriendos de equipos o equipamientos tales como escenarios, equipos de amplificación, iluminación, lugares para eventos o entrenamientos, etc.
b) Adquisición de implementos, equipamiento y vestuario deportivo: pelotas, conos, tenidas deportivas, premios, etc.
c) Adquisición de implementos para actividades culturales: vestuario, telas, maquillaje, materiales para trabajos manuales, materiales para trabajos artesanales y talleres.
d) Traslado y Movilización: Pasajes, recargas BIP, bencina, Peajes urbanos, fletes y otros gastos relacionados.
e) Premios: Adquisición de trofeos, galvanos, medallas, diplomas, certificados y otros que estén relacionados con un reconocimiento a la participación en las actividades del proyecto.
f) Tarjetas telefónicas de prepago.
g) Gastos de alimentación, con exclusión de bebidas alcohólicas. Se puede incluir en este ítem inauguraciones y cierres del proyecto (máximo $300.000 por evento), siempre que sean indispensables para la ejecución de la iniciativa. Se debe privilegiar la alimentación saludable.
h) Contratación de productoras. Sólo se podrá destinar a empresas cuyo giro sea organizar eventos y producciones.

Se debe presentar a lo menos dos cotizaciones referenciales de cada bien y/o servicio que se requiera en este ítem, con clara identificación del proveedor y con giro acorde a lo cotizado.

Serán válidas las cotizaciones verificables realizadas por internet.

No se requieren cotizaciones de tarjetas telefónicas, bencina, pasajes de transporte público o recarga de tarjetas BIP, colaciones siempre y cuando sean valores de mercado (agua, galletas, café, bebidas, etc).

No se requieren cotizaciones aquellos ítems de presupuesto listados en la LISTA DE COMPRAS QUE NO REQUIEREN COTIZACIÓN SI SE ENMARCAN DENTRO DEL VALOR MÁXIMO que se expone al final de este anexo.

Descripción compra	Costo Unitario	Cantidad	Valor Total $
Arriendo escenario	75.000	2	150.000
Equipo amplificación	200.000	2	400.000
Servicio fotográfico	65.000	2	150.000
Medallas	4.700	100	470.000
Traslado pasajes (BIP)	700	480	336.000
Fletes de eventos	25.000	48	1.200.000
Fletes de alimentación	20.000	12	240.000
Tarjetas telefónicas (encargados)	3.500	48	168.000
Tarjetas telefónicas (personal capacitado)	5.000	48	240.000
Gastos de alimentación	12.500	48	600.000
Timbres	5.000	6	30.000
Insumos (tinta)	36.667	6	220.000
Banderines	5.000	24	120.000
Toldos	30.000	8	240.000
Servicio de diseño: - Teaser. - Diseño, impresión y corte de volantes tiro y retiro.	4.800.000	1	4.800.000
Subtotal			9.364.000

Gastos Administrativos

Este ítem contempla básicamente artículos de librería, fotocopias, impresión de fotos necesarios a la organización de la ejecución del proyecto.

No se puede financiar con este ítem arriendo de oficinas, pago de cuentas de servicios básicos, como tampoco el pago de honorarios de personal administrativo (por ejemplo: secretaria, estafeta, contador, etc.)

El máximo a financiar en este ítem es de $200.000.- (doscientos mil pesos).

No se requiere cotización para este ítem.

Descripción compra	Costo Unitario	Cantidad	Valor Total $
Fotocopias	30	1.000	30.000
Impresiones	340	500	170.000
Subtotal			200.000

Gastos Difusión

Son aquellos gastos de convocatoria, promoción y difusión de la actividad. Incluye impresión de invitaciones.

Todos los proyectos postulados deben contemplar al menos un hito de inauguración o cierre por lo tanto este ítem es obligatorio y no podrá superar el 5% del monto solicitado.

Se deberá mencionar el financiamiento del Gobierno Regional de acuerdo a las pautas indicadas en el Anexo N°4.

Descripción compra	Costo Unitario	Cantidad	Valor Total $
Servicio de diseño: - Pendones. - Afiches digitales.	750.000	1	750.000
Subtotal			750.000

Se debe presentar a lo menos **dos** cotizaciones referenciales de cada bien y/o servicio que se requiera en este ítem, con clara identificación del proveedor y con giro acorde a lo cotizado.

Serán válidas las cotizaciones verificables realizadas por internet.

No se requieren cotizaciones de tarjetas telefónicas, bencina, pasajes de transporte público o recarga de tarjetas BIP, colaciones siempre y cuando sean valores de mercado (agua, galletas, café, bebidas, etc).

No se requieren cotizaciones aquellos ítems de presupuesto listados en la LISTA DE COMPRAS QUE NO REQUIEREN COTIZACIÓN SI SE ENMARCAN DENTRO DEL VALOR MÁXIMO que se expone al final de este anexo.

NOTA

- **Todas las partidas deben incluir el IVA y/o el impuesto retención de honorarios.**
- **Queda expresamente prohibido respaldar con boletas de honorarios, los fletes, los arriendos de equipos, los servicios de catering, la producción de eventos, entre otros. Estos gastos deben ser rendidos con factura (Informe N°241 de la Contraloría General de la República, de fecha 12 de abril de 2011).**
- Podrán omitir la presentación de cotizaciones aquellos ítems de presupuesto listados a continuación que se enmarquen dentro del valor máximo por unidad establecido:

RESUMEN GASTOS

ITEM	MONTO ($)	PORCENTAJE
Gastos Honorarios (1)	4.576.000	30,7%
Gastos Inversión (2)		
Gastos Operación (3)	9.364.000	63%
Gastos Administrativos (4)	200.000	1,3%
Gastos Difusión (5)	750.000	5%
Total Solicitado al FNDR	**14.890.000**	**100%**

(1) En el caso que exista un Coordinador de proyecto, este no podrá percibir ingresos superiores al 20% del monto presupuestado en el Ítem Honorarios.
(2) Este ítem no puede sobrepasar el 35% del monto total solicitado. En el caso de gastos de infraestructura deportiva, este ítem no puede sobrepasar los $3 millones de pesos o el 35% cual sea el mayor. En el caso de los proyectos de seguridad situacional, no tiene tope.
(3) Este ítem no tiene tope. Sólo en el caso en que el proyecto consista únicamente en compra de equipamiento deportivo, el tope será de $2 millones de pesos (dos millones de pesos).
(4) El máximo a financiar en este ítem es de $200.000 (doscientos mil pesos).
(5) Este ítem es obligatorio, y no podrá superar el 5% del monto solicitado.

En el caso de proyectos que únicamente contemplen la adquisición de equipamiento mejoramiento de infraestructura, deberá indicarse las actividades regulares en que dicha infraestructura o equipamiento serán utilizados, indicando días, fechas, horarios y lugar si corresponde.

2.3 RESUMEN PRESUPUESTO

FUENTE	MONTO ($)	PORCENTAJE
TOTAL SOLICITADO	14.890.000	100%
OTROS APORTES		

COSTO TOTAL PROYECTO	14.890.000	100%

Todas las partidas deben incluir el IVA y/o el impuesto retención de honorarios.

2.3 IMPACTO DEL PROYECTO

Nº de Beneficiarios Directos Hombres y Mujeres (expresar en número)
49.091 Hombres 51.093 Mujeres

N° de Beneficiarios Indirectos Hombres y Mujeres (Expresar en número)

88.200 Hombres 91.800 Mujeres

Beneficiario principal: (marcar con una Cruz)
□ Público en General □ Jóvenes □ niños □ Mujeres □Adultos Mayores □Inmigrantes □Pueblos Originarios □Personas con discapacidad □Otros

Resultados esperados del proyecto:

El proyecto contribuye a recuperar dinámicas olvidadas dentro del espacio público, como puntos de encuentro, intercambio e interacción entre los integrantes de la comunidad, en especial de familias y niños; alentando la participación de los ciudadanos y su interés por cuestiones sociales en un 50%. Con el fin de aprovechar un lugar idóneo para albergar el desarrollo de actividades deportivas, recreativas, artístico-culturales, de esparcimiento, y en general para el uso y disfrute de la comunidad.

Tales resultados ayudan a la obtención de comportamientos responsables en torno al espacio físico y social de la ciudad. Fortaleciendo la convivencia e integración social al crear instancias de encuentro entre diversas comunidades. Posibilitando una mayor cohesión social y una vida en familia segura. Brindando bienestar en un espacio público real y democrático, que contrarresta la falta de habitabilidad e inseguridad originada por el exceso de vehículos.

Además ayuda a disminuir la contaminación acústica (menor ruido de motores, bocinas), visual (apreciar infraestructura y sociedad de forma segura) y ambiental, al posibilitar un espacio para la recreación sin desplazamientos de automóviles, reduciendo las emisiones de gases contaminantes, que mejoran la calidad del aire durante ese tiempo, en beneficio y concientización de los participantes. Aspectos que favorecen al enriquecimiento de la salud física y mental de la población.

Por último, brinda oportunidades de trabajo, al facilitar entradas comerciales vinculadas al concepto saludable dela ciclovía recreativa, donde es posible presentar productos y servicios durante el transcurso del circuito.