

UMBRAL ENTRE EL ESPACIO INTERIOR COMERCIAL Y LA PEATONAL. CASO: PEATONAL LIJNBAAN

THRESHOLD BETWEEN THE COMMERCIAL INTERIOR SPACE AND THE PEDESTRIAN LIJNBAAN PEDESTRIAN STREET



Diana Orellana Ordóñez
Universidad del Azuay
Ecuador

Master en Diseño de Interiores por la Universidad del Azuay en 2020, Diseñadora de Interiores, graduada por la Universidad del Azuay desde 2011. Becada por mención honorífica académica durante el proceso de estudio de carrera de Diseño de Interiores, ganadora del premio de Manzaneidad 2010. Áreas de investigación: diseño comercial, relación diseño interior y arquitectura, Metodologías de investigación.

dorellanaordonez@gmail.com
orcid.org/0000-0003-3778-8527

Santiago Vanegas Peña
Universidad del Azuay
Ecuador

Candidato a Doctor por la Universidad de Palermo, Buenos Aires -Argentina, Master en Proyectos Arquitectónicos por la Universidad de Cuenca, Arquitecto por la Universidad de Cuenca, Director de la Escuela de Arquitectura de la Universidad del Azuay desde 2017, Investigador y Docente Titular de la Universidad del Azuay desde el 2015, Director de la Unidad Técnica de la Fundación Municipal El Barranco 2013 -2014. Ha sido parte de los grupos que han ganado los premios: Bienal Panamericana de Arquitectura de Quito en los años: 2018 Categoría Diseño Arquitectónico, 2014 Categoría Diseño Arquitectónico y Arquitectura del Paisaje, 2012 Categoría Diseño Urbano, 2010 Categoría Diseño Urbano. Premio Latinoamericano de Arquitectura Rogelio Salmons 2016 y Jean Paul L'Allier 2013, Gubbio 2011. Autor de varios libros y publicaciones como en la revista TRAMA 156, 147, 130, 124, 123, 113, 109.

asvanegas@uazuay.edu.ec
orcid.org/0000-0002-0507-0134

Fecha de recepción: 19 de agosto, 2020. Aceptación: 15 de octubre, 2020.

Resumen

El objetivo de la presente investigación se basa en demostrar la ausencia de límites entre el espacio interior y el espacio exterior en un escenario comercial, se desarrolla en la calle Peatonal Lijnbaan, Rotterdam con la aspiración de entender que ocurre previo y después de una fachada -escaparate- comercial; las peatonales comerciales son fragmentos de pocos metros en donde el peatón interactúa inmediatamente con el espacio y permite contacto entre lo privado (tienda comercial) y lo público (conjunto comercial calle); los elementos compositivos tanto del interior como del exterior son los datos base para la comparación, el método relacional resulta de la abstracción teórica de textos relacionados con la guía de espacios interiores de carácter comercial así como espacios urbanos peatonales; una exploración a través de tres dimensiones, la primera focalizada sobre la calle comercial, la escala humana - urbana- del conjunto, la segunda, la escala del producto, asentada sobre elementos de un interior comercial, y por último en la búsqueda de la similitud y equilibrio de elementos surge la tercera, el umbral, como un espacio sin límites definidos.

Palabras clave

Espacios intermedios, tienda comercial, relación espacial, escala, elementos del espacio.

Abstract

The objective of this research was based on demonstrating the absence of limits between interior and exterior space in a commercial setting. It was developed in the Lijnbaan Pedestrian Street, Rotterdam with the aspiration of understanding what happens before and after a commercial facade - window -. The commercial pedestrian ones were fragments of few meters where the pedestrian interacted immediately with the space and allowed contact between the private (commercial store) and the public (commercial street set). The compositional elements of both the interior and the exterior were the base data for the comparison, the relational method results from the theoretical abstraction of texts related to the guide of interior spaces of commercial character as well as urban pedestrian spaces. There was an exploration through three dimensions, the first one focused on the commercial street, the human scale - urban - of the set, the second one, the scale of the product, seated on elements of a commercial interior, and finally, in the search of the similarity and balance of elements the third one arises, the threshold, as a space without defined limits.

Keywords

Intermediate spaces, commercial store, spatial relationship, scale, space elements.

Introducción

Entendiendo el lugar

Lugares generalizados como modelos o prototipos diseñados son lugares de sensaciones débiles y distendidas, pocas emociones y alejadas entre sí, según como cita Rem Koolhaas (Koolhaas, 2006) ¿Es posible sentir apego u otorgarle identidad a un espacio genérico?, centros comerciales alejan aún más el sentido de apropiación con el entorno, ya que se aleja de él, el contexto desaparece como variable de análisis en el desarrollo proyectual de ejecución, los espacios son universales (Jiménez-Domínguez, Becerra, & Olivera, 2009).

Un lugar "propio", es simbólico, Sergi Valera (1994), menciona dos vías de análisis próximas al simbolismo, la primera en donde el significado se relaciona con las características físicas, función ligada a las prácticas sociales que en el lugar se desarrollan (Valera & Pol Urrutia, 1994) y la segunda sobre cómo el significado resulta de las interacciones simbólicas entre los usuarios del espacio (Vidal Moranta & Pol Urrutia, 2005).

Hasta el momento se puede definir que la apropiación del espacio se genera por el apego hacia el sitio que lo contiene, pero es una definición individual, cuando los pensamientos son simultáneos en varios individuos es una relación compartida, una colectividad que habla de una identidad singular (Augé, 2000).

El espacio apropiado se torna en una suerte de símbolo de pertenencia, el simbólico urbano que provoca interés por las relaciones que resultan entre el usuario y el espacio, el desarrollo de identidad social definidos como procesos dinámicos de interacción conductual y simbólica de las personas con su medio físico, un espacio se carga de significado y es percibido como propio por la persona o el grupo, integrándose como elemento representativo de identidad (Vidal Moranta & Pol Urrutia, 2005).

Desde el punto de vista del pensamiento contemporáneo los espacios no podrían identificarse con enunciados definitivos ya que responderían a una ubicación forzada en un concepto generalizado, sin valorar la significancia del entorno o la influencia del lugar y el momento de desarrollo de análisis, ¿Cómo se puede analizar un no-lugar existente?, físicamente construido y con un uso establecido, si precisamente como su nombre lo indica, el concepto es una negación del lugar mismo (Korstanje, 2006) por lo tanto el presente análisis busca entender los criterios que subyacen en los espacios comerciales peatonales de la calle, los mismos que desarrollan un contexto de recorrido en donde el perímetro o pantalla-escaparate nos da un cierre aparente del espacio invitando al usuario a ser parte de un nuevo lugar generado y concebido con bases de coexistencia social y comercial, con una visual y apreciada por el desplazamiento que genera un transeúnte al caminar.

La apropiación de un lugar tiene diferentes connotaciones de acuerdo a la concepción misma del sitio, lo público y lo privado, así, en el caso concreto de estudio, público-ciudad, privado-tienda comercial; la actividad generada a partir de la conceptualización de diseño comercial transforma al espacio en un elemento vinculante y reactivador con identidad cultural y social, potencia la pertenencia del mismo a la ciudad y modifica lugares de tránsito imperceptibles en zonas o nuevos espacios con carácter.

El límite

Dentro de una edificación comercial, las tiendas comerciales se distribuyen dejando como conectores a los pasillos, estos a su vez serían los exteriores de locales comerciales en donde el escaparate de las tiendas dibuja espacialmente el límite físico; ocurre un modelo similar en el caso de las peatonales comerciales, el escaparate es nuevamente el borde pero la calle en este caso como elemento exterior es interna, contenida en un lugar intangible, encontramos un espacio interno en el exterior.

El límite tiene dos aspectos el físico y el representativo (Ruiz, 2013) "el fin podría ser un límite, pero también el origen" (Ruiz, 2013, p. 18), el representativo será el eje de actuación de la investigación, los espacios de tránsito se desarrollan generalmente dentro de otros que son los contenedores.

En la tesis doctoral del autor José Fernández (2013), se analiza la visión del arquitecto como protagonista Aldo Van Eyck entre la relación de la arquitectura con la sociedad, en donde habla sobre el tránsito de un lugar a otro entre espacios intermedios.

Comprender que ocurre en este espacio intermedio sería para la investigación ir más allá de un límite espacial y comprensivo de la teoría que se maneja habitualmente en donde se mantienen claras diferencias entre un espacio y otro, de la misma manera su extensión y su campo de acción, esto en referencia a las disciplinas específicas de la arquitectura y el diseño interior, cuando la finalidad de ambas es el desarrollo y desenvolvimiento del humano en el lugar en general ya sea este el contenedor o el contenido.

Manteniendo la concentración en el campo de la arquitectura y el diseño interior la autora (Cuenca et al., 2014) indica que el límite no es solo una línea, punto o momento, sino que también puede ser un espacio.

Las fronteras, no tanto físicas entre el interior y el exterior, se vuelven imprecisas. Los interiores comerciales, espacios privados con vocación pública son, en realidad, exteriores (Cano Redondo, 2018, p. 18). El espacio comercial analizado desde el exterior como del interior se puede percibir como un contenedor total en donde las fronteras no se divisan entendiendo al conjunto comercial como un todo generalizado. Cano (2018), en su publicación concentra el interés de la investigación en lo que ocurre en la frontera de un espacio exterior y espacio interior, cuestionando también la disciplina del diseño de interiores, plantea las siguientes interrogantes:

"¿Son sus herramientas semejantes y son usadas con la misma intensidad que las de la arquitectura? ¿Es tan solo un ensayo para exportar conclusiones a otra escala? ¿es compatible esta cuestión con su vocación efímera y transitoria?" (Cano Redondo, 2018, p. 2).

El autor desarrolla la investigación en base a la escala, analizando el espacio vinculando el lugar con el comercio, el lugar en la siguiente secuencia: "exterior-frontera-interior, un zoom con tres paradas, que arranca desde la escala de la ciudad para terminar en la escala del objeto" (Cano Redondo, 2018, p. 6).

Los elementos del espacio que el autor analiza para desarrollar la comparación de espacios son valederos para representar que la escala es el diferenciador y está presente en los casos de análisis, la abstracción extraída del autor José Fernández (2014) en su publicación de la revista *Arquitectura Viva* en el volumen 169, dirigida a estudio de elementos, trata de descomponer la arquitectura en los elementos que la conforman (Fernández-Galiano, 2014).

La Teoría del Pliegue

El artículo de Maritza Granados (2016), hace referencia a un diálogo íntimo entre la filosofía con la arquitectura y cómo se entiende el espacio arquitectónico desde esta vista, desde el pensamiento del filósofo Gottfried Leibniz¹ (1646); quien planteaba algunas condiciones que daban lugar a la ley de la continuidad. Algunos autores han intentado llevar estos enunciados a la arquitectura, pero la tesis doctoral de Manuel Luna Alcoba (1994), titulada *La ley de la continuidad en G. W. Leibniz*, tiene una intención formal: “de la especulación que resulta de entender la ley de la continuidad y por consiguiente, la aparición del pliegue, habrá un producto que tome forma y constituya la materialización resultante del ejercicio de trasladar la filosofía al mundo de la arquitectura” (Granados, 2016, p. 2).

El espacio sería una sumatoria de lugares en donde cada uno ocupa un lugar en específico que no podría compartirse con otro más, los lugares al ser habitados dan la cualidad de identidad del sitio así “que solo pueda haber espacio arquitectónico siempre que haya un lugar que lo contenga” (Granados, 2016, p. 6). La experiencia del espacio es continua, sin embargo, sería imposible que no se divisen los espacios intermedios que ocurren en los saltos de espacio a espacio, las superficies pueden ser modificables, pero en los puntos de inflexión de la continuidad ocurre el pliegue no como separación definitiva, si no como una asociación ininterrumpida.

El espacio contenido y continente, define una unidad de medida y claramente a su vez delimita lo interno y lo externo, lo mayor y menor, en una superficie plegada, si el espacio se ubica dentro o fuera del pliegue está simplemente categorizado en el continente o contenido. Sin embargo, sigue configurando el lugar entendido en general.

Espacio exterior - espacio público

Los Smithson, miembros del Team X², consideran que el umbral³ es un elemento importante de vinculación entre lo público y lo privado, reafirman la idea de la escala como clave relacional, considerando al umbral como el símbolo de una casa y que algunos de ellos juntos conforman la calle llegando a otro umbral en otra escala que sería el barrio, esta agregación de elementos conforman la ciudad (Guinea, 2016).

Para un entendimiento del giro del pensamiento moderno que tuvo la arquitectura es importante citar al Team 10, “tuvo sus orígenes en los CIAM⁴ y se formó como reacción al modo de pensar, trabajar y más en particular de comunicar de una generación anterior de arquitectos involucrada en la reconstrucción de Europa” (González, 2008, p. 70).

La arquitectura sin los usuarios y la interacción entre ellos no tendría razón, como lo dice en su texto publicado el autor José Fernández-Llerez (2013), genera un concepto de lo que sería la dimensión humana como el modo consciente de la interacción de los futuros usuarios, con la finalidad de generar mejoras en sus vidas (Fernández-Llerez, 2013).

¹ Alrededor de 1680, Gottfried Leibniz, filósofo y matemático alemán, planteaba una serie de condiciones que dieron lugar a lo que se convirtió en la ley de la continuidad.

² “El Team 10 tuvo sus orígenes en los CIAM y se formó como reacción al modo de pensar, trabajar y comunicar de una generación anterior de arquitectos involucrada en la reconstrucción de Europa” (González, 2008, p. 70).

³ El “umbral es, en su significado más común, el punto de paso entre el espacio interior y el exterior, entre calle y casa...” (Guinea, 2016, p. 15).

⁴ El Congreso Internacional de Arquitectura Moderna, CIAM, fue fundado en La Sarraz, Suiza, en junio de 1928 como una coalición de grupos de avant-garde de toda Europa. Se reunió regularmente en varios países europeos hasta septiembre de 1939, y fue en sus encuentros donde se debatieron y formularon los elementos básicos de una nueva aproximación a la arquitectura y el urbanismo. (Mumford, 2007, p. 3)

Haciendo referencia a la palabra interacción como una evidencia de intercambio, un recorrido de ida y vuelta entre el espacio y el usuario, la manera en la que el usuario habita el lugar, lo transforma e interactúa con él. El Team 10 visto como un motor que avivará el contexto cultural y arquitectónico, lo conforman importantes arquitectos que han modificado el concepto de la arquitectura en el sentido de la escala humana, el grupo abre la temática que sería una constante en teoría y prácticas arquitectónicas desde ese momento: la dicotomía entre continuidad y revisión del Movimiento Moderno (Fernández-Llebrez, 2013), motivaciones personales y grupales del núcleo de arquitectos concentrados en que la mayoría de elementos y factores condicionen a la arquitectura en relación al desarrollo del humano en el espacio.

La escala va más allá del entendimiento de dimensiones de los elementos que conforman el lugar, en concreto el espacio público y recuperando algunas palabras Aldo van Eyck, del texto publicado del autor José Fernández (2013) "con ruedas o sin ruedas, el hombre es esencialmente un peatón" (Fernández-Llebrez, 2013, p. 7), las características que debe atender la arquitectura son las de los requerimientos y aspiraciones del usuario con el espacio, mas no la del arquitecto frente al sitio, surge también la idea de que el arquitecto puede ser el conductor de los actores sociales que ocurren en un espacio, puede ser quien genere vínculo e interacción de los usuarios, únicamente con el cambio de uso de un espacio o la finalidad para el que ha sido creado.

La atractividad de las vías se concentra en el espacio que brinda la calle para que exista interacción social, participación de eventos culturales o comerciales, se convierten en focos de atracción para las personas que transitan, un lugar y un momento para estar, mirar, comprar, interactuar, que sin duda se vive más a un ritmo menos acelerado, a la velocidad que permita vivir la experiencia, "la importancia de la gente parada como un elemento crucial de la cultura espacial, ...algo ha ocurrido que las hizo parar: encontrar algo que les interesa, un sitio para descansar, o simplemente disfrutar de una vista agradable" (Orellana et al., 2017, p. 9).

Los lugares deben ser diseñados para las personas que lo usan, el crecimiento de las ciudades giró en torno al automóvil, pero que ocurriría con el peatón, como dice Gehl (2014) "La atracción más importante sobre una vereda siempre ha sido poder ver la vida urbana que transcurre sobre ella"(p. 25), primero se moldean las ciudades, pero luego son las ciudades quienes nos moldean (Gehl, 2014), el comportamiento urbano cambió, caminar quiere decir mucho más que circular, la vida que ocurre entre los edificios, un amplio ámbito de convivencia donde la vida ocurre.

Escala

Al hablar sobre el diseño de espacio a escala humana, se debe entender a la vez lo que esto conlleva, los sentidos que están inmersos en las acciones que el hombre realiza dentro de ellos, la vista es el más desarrollado de todos.

Los mensajes se pueden enviar y recibir a 25m pero a los 7m es donde existe una conversación auténtica, pero a medida que los personajes se van acercando a los 50cm de distancia es donde ocurre la conversación con mayores detalles (Gehl, 2014). De la misma manera el humano a medida que se desplaza en una dirección, puede realizar movimientos, laterales y superiores haciendo que las visuales cambien. Aquí podemos obtener la importancia de que las edificaciones más cercanas a los transeúntes permitan una visión más ampliada del entorno, para una correcta comprensión del espacio en general y que no interfiera en una concepción de los sentidos, tomando en cuenta que la velocidad de un transeúnte oscila en los 5km/h, la misma que permite observar todo lo que puede ocurrir a su alrededor, permite hacer cambios de dirección con gran facilidad y de esta manera encontrar en cada giro un espacio nuevo.

Los bordes

Los pisos altos no forman parte de nuestro campo de visión inmediato a diferencia de las plantas bajas en donde podemos percibir el entorno con elementos formales compositivos, colores, materiales, personas, movimiento; la vida ocurre en el borde en

donde el interior y el exterior interactúan, las puertas permiten este encuentro, dentro del espacio urbano, el borde es un buen lugar donde estar (Gehl, 2014).

La composición de la ciudad es estudiada por Gehl (2014), a su vez los elementos en ellos y sería importante citar lo relacionado con el segmento comercial, el borde blando para el autor es un lugar en donde la vida ocurre como actividad social, las fachadas con grandes vitrinas transparentes de las tiendas pegadas unas con otras, muestran un gran abanico de experiencia al mostrar a través de ellas ofertas y productos.

"Si nos movemos a una velocidad promedio de 80 segundos por 100 metros, este ritmo de las fachadas asegura que nuestro ojo se encontrará con nuevas visuales y actividades cada cinco segundos" (Gehl, 2014, p. 77).

La permanencia

Como se mencionó anteriormente los bordes de las calles son buenos lugares para la permanencia de un transeúnte ya sea que se provoque un detenimiento completo, un cambio de dirección o una desaceleración en el camino, pero, la más importante es la permanencia que permite vínculos sociales o la mera apreciación del espacio y se generan, por un lado, por tareas que no dependen de la calidad urbana del espacio, en este caso las actividades de comercios informales, limpieza o mantenimiento. Por otro lado, tenemos las actividades de permanencia opcional en donde la estadía ocurre en una banca, tomando un café, o apreciando el entorno; detenerse es una actividad de corto plazo, pero al detenerse por tiempos más largos hace que la estadía requiera de espacios aprovechados para esta.

"De todas las actividades de permanencia que se presentan sobre una zona de borde urbana, los cafés que se abren sobre una vereda juegan un papel importante en la conformación del paisaje urbano contemporáneo" (Gehl, 2014, p. 145).

Dimensiones del espacio público

Varios autores consideran importante el estudio de las dimensiones del espacio público en relación al desarrollo de usos, funciones y relaciones que tiene el espacio, según Bellet (2009), las dimensiones serían las colectiva y cívica; simbólica y representativa; dinámico-funcional y la físico-urbanística (Bellet, 2009), el autor Eduardo Garriz (2014), las extiende y presenta las siguientes: físico territorial y urbanística, jurídico-política, social, cultural y simbólica, económica, de movilidad y apropiación y la virtual, tomando como referencia de análisis a las relacionadas con el espacio físico y el comercio (Garriz & Schroeder, 2014). La dimensión física-urbanística hace referencia a la accesibilidad como condicionantes del espacio, además de los espacios públicos, privados y los de interconexión. En cuanto la dimensión económica habla sobre la apropiación del espacio y la transformación del mismo gracias al comercio.

Espacio interior

El espacio interior resulta de la percepción de las interrelaciones de elementos que se agregan al espacio,

cuando ya se ha accedido al edificio tenemos una sensación de cobijo y cerramiento. Esta percepción se debe a los planos del espacio interior que lo delimitan: el suelo, las paredes y los techos. Es decir, a los elementos arquitectónicos que definen los límites físicos de las habitaciones y delimitan el espacio, articulan sus límites y separan los espacios interiores adyacentes y el exterior (Ching & Binggeli, 2015, p. 12).

El sistema de desarrollo de los espacios interiores está en relación al recorrido que lo conforma así, la estructura, luego los elementos planos como muros y losas, la relación entre volúmenes de espacios se da mediante puertas y ventanas que permiten su comunicación. Existen agrupaciones y distribuciones en planta, el mobiliario, los recorridos también se evidencian, ocurre una estructura y un

sistema similar al del desarrollo urbano a una escala menor, en la que el humano se encuentra contenido, sus movimientos y aceleración también se reduce; interviene un factor importante que será la clave para modificar los espacios -la función-, permitirá agrupaciones y adaptaciones de elementos. Todo es entendido de manera más cercana en relación a la envolvente, los materiales, las texturas, las dimensiones, la luz, las transparencias (Ching & Binggeli, 2015).

La función del diseñador como el autor describe “los profesionales del diseño de interiores aportan a los espacios interiores la funcionalidad y la calidad que se requiere (...), además de ayudar al crecimiento, la productividad y mejoramiento de la calidad de vida” (Polifroni, 2013, p. 4). El espacio arquitectónico es el que define el límite físico entre el interior y el exterior. Sin embargo, el elemento puerta es siempre el intercomunicador y vinculante de espacios, los lugares intermedios como secciones de transición, las vivencias son personalizadas y dependen de cada ambiente en el que se desarrollan.

El diseño interior es analizado desde muchos ámbitos institucionales y académicos, de la misma manera como formula Cano (2018) “estudios sobre el espacio público urbano centran su mirada en la interacción entre la calle peatonal y el interior de las tiendas⁵, puesto que ambas cuestiones se apoyan y refuerzan” (Cano Redondo, 2018, p. 13).

Tiendas comerciales

La comunicación es estratégica para el vínculo, para la interrelación, en este sentido las tiendas como locales comerciales minoristas son las herramientas para la difusión de información comercial, vinculada con la disciplina del diseño interior son las ventanas para exhibir la vanguardia artística, arquitectónica y constructiva, no se limita a la imagen de la fachada o escaparate. Esta va más allá e intenta capturar la atención del transeúnte exterior y atraer-

lo al interior, “las tiendas son un espacio –un local–, pero también una superficie publicitaria –un escaparate– desde la que realiza una proposición de venta” (Cano Redondo, 2018, p. 3).

Desde el exterior al interior, las actividades en las que interviene son las fachadas, superficies exteriores, las vidrieras, el letrero; en el interior distribuciones, zonificaciones mobiliario, ambientación, ubicación del producto. A medida que crecen las marcas de los comercios, crece la necesidad de un diseño comercial estratégico abriendo campo a la disciplina, así los escaparates y los interiores se complejizan, la experiencia es cada vez más técnica y disciplinada, la vidriera es la ventana de exhibición del trabajo realizado en el interior y es el medio de comunicación con el público exterior (Beckerman, 2012).

Como una comparación con el lenguaje, los espacios transmiten el mensaje o cuenta una historia que la marca desea mostrar, los espacios se comunican a través de toda la estrategia de diseño que implican las decisiones sobre el espacio.

Desarrollo

La calle peatonal Lijnbaan, Rotterdam

El conjunto Lijnbaan en Rotterdam es el proyecto urbano de los arquitectos Jaap Bakema y Jo Van der Broek, una reconstrucción del Centro Histórico de Holanda, luego de la devastación ocurrida en la Segunda Guerra Mundial. La mayor parte del centro de Rotterdam quedó destruido por lo que en el año de 1946 surge el primer plan de reconstrucción a cargo de Cornelius Van Tra. Es un plan que transforma el núcleo original de la ciudad desde el punto de vista funcionalista, un cambio de pensamiento ocurre, la rigurosidad de la arquitectura moderna concibe el proyecto que tienen como finalidad desarrollar un nuevo centro histórico que parte de criterios de la modernidad, dotando al conjunto urbano de varias

⁵ Tienda. los proyectos de interiorismo comercial, lo que vamos a definir como tiendas, locales comerciales minoristas. (Cano Redondo, 2018, p. 3).

tipologías, funciones y espacios. Es la calle el eje articulador del proyecto, compuesta en sus extremos este y oeste por los bloques de mayor altura con uso de vivienda, con oficinas en planta baja, a continuación, están los bloques de menor altura que componen los comercios marcando finalmente los bordes de la calle peatonal dirigida de norte a sur. De esta manera disminuyen la escala de más a menos acomodando la calle al nivel humano sin limitar el acceso y la movilidad peatonal, donde ocurren escenarios destinados al ocio, comercio, vivienda y sobre todo la cohesión social (Avilés, 2019).

Cabe recalcar que el uso de todo el conjunto no ha mutado, así como su efectividad, se mantienen sus características iniciales y es hoy en día una de las zonas comerciales más importantes del país y del mundo. Rotterdam se encuentra en el lugar 49 de las ciudades con más acogida en compras retail a nivel mundial (Riaño, 2018).

Los bloques

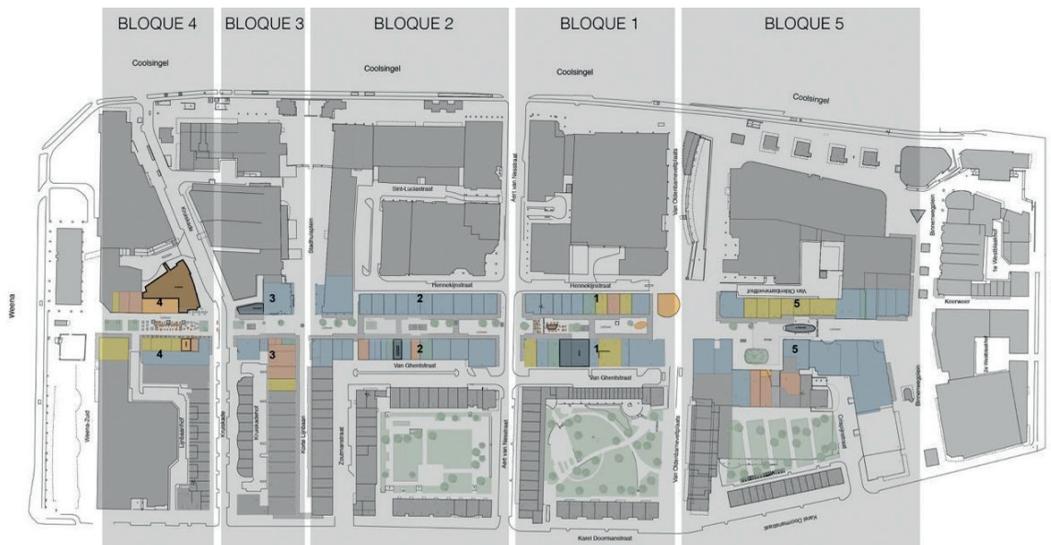
La calle Lijnbaan se desarrolla en una extensión de 590m de longitud, distribuido a través de cinco bloques, entre la calle vehicular Weena en el Norte y la calle Westblaak en el Sur, junto a ella un bloque de comercios en planta baja dispuestos de manera perpendicular a Lijnbaan. El conjunto de manzanas que acompañan al eje central de comercios y la peatonal corresponde a bloques de vivienda, oficinas y servicios, manteniendo secciones de espacios de respiro con vegetación y distribuyendo los bloques grandes de edificación bordeando el conjunto. "La intervención es considerablemente extensiva, ocupando hasta 145.000 m² de los 2.500.000 m² que aproximadamente tiene el centro de la ciudad" (Heppe, 2019, p. 15).

A través de la calle peatonal atraviesan calles vehiculares de abasto al conjunto, cuya sección permite el paso de un solo vehículo, dejando camino de bicicletas al costado. Se evidencia que todo el conjunto ha sido planificado para el uso y desenvolvimiento del ser humano al caminar y socializarse.

Los bloques que componen la calle peatonal inician su recorrido de Sur a Norte en el punto de cruce de la calle Van Oldenbarneveltplaats, lugar en donde recorre la línea de tren, desde este punto en adelante se disponen cuatro bloques clasificando el uso de la calle por el tipo de comercio que en ellos se desarrolla. La dimensión responde a criterios de diseño de bloques de servicio y las manzanas que se ubican al costado.

La sección de la vía se mantiene a lo largo del desarrollo de la peatonal, en el eje se implanta elementos de vegetación, de servicio, mobiliario, que provocan estrechamiento de secciones al caminar en ciertos tramos. Mantienen, sin embargo, un recorrido lineal y claro, pese a esto en el bloque 5, de dimensiones similares, pero de composición un tanto distinta a los bloques restantes. Es donde se presenta un ligero desfase e inclinación de las edificaciones que ocupan la calle Binnenwegplein, ampliando la sección de la vía y permitiendo o provocando el ingreso de los transeúntes al complejo comercial, en el centro del bloque 5 se aprecia una plaza en torno a una zona de vegetación de grandes dimensiones.

La clasificación de los bloques será útil para el desarrollo del análisis, la ubicación y la interrelación de los elementos de calle darán la comprensión de lo que sucede en un tramo de la vía, en cuanto al tipo de servicio de los locales comerciales que en ella se emplazan.

Figura 1. Zonificación por bloques de calle Lijnbaan

Uso comercial de la calle. Criterios de selección de locales

La clasificación de los locales comerciales según el tipo de servicio será el primer filtro por el que se tamice la información de la calle, con la finalidad de seleccionar los locales idóneos para el desarrollo de la metodología de análisis. El primer criterio de selección dentro del bloque en donde se encuentra, será por el tipo de ubicación de los locales ya sean esquineros o medianeros.

El desarrollo del conjunto comercial es similar al de un centro comercial, se pueden encontrar ciertas constantes como la morfología general del espacio, un eje central o pasillo (la calle), las tiendas comerciales junto a esta se distribuyen de manera longitudinal, tomando la referencia de Vernor et. al.

(2019) "la tienda esquinera ubicado al final de una línea de tiendas puede ser atractivo para restaurantes y cafeterías" (p. 14), mientras que la tienda medianera ubicada en línea de las demás tiendas "se refiere a las bahías minoristas ubicadas entre los anclajes y las tapas de los extremos" (Vernor et al., 2009, p. 14).

Los datos obtenidos del desarrollador Locatus Online proporcionan información en relación a las categorías de actividad *retail* que realizan las tiendas comerciales de la calle, en la imagen 3, se puede observar la clasificación de los locales y se obtiene que en su mayoría la categoría de vestimenta supera los servicios restantes, la clasificación es: alimentación, vestimenta, accesorios, servicios varios, tecnología, vacantes, otros servicios.

Se puede definir el tipo de servicio de los locales que se mantienen como constantes dentro de los bloques, generando importantes interrelaciones y desarrollando la siguiente secuencia:

Bloque 1. En mayor parte tipo de servicio predominante es el de accesorios, le sigue el servicio de comida, dos locales tipo isla se establecen en los extremos del tramo, por lo que uno de ellos, ubicado en junto a la calle de tránsito vehicular Aert van Nesstraat, muestra el implemento de mobiliario para servirse los alimentos seccionando la vía y generando un lenguaje diferente.

Bloque 2. En mayor parte el tipo de servicio predominante es el de vestimenta, seguido por los accesorios, se observan ciertas zonas destinadas para el descanso y espacios de vegetación.

Bloque 3. La mayoría del tipo de servicio corresponde a la vestimenta, en este tramo el recorrido es más fluido, se observa mayor presencia de vegetación, y las secciones se perciben más amplias.

Bloque 4. A pesar de que en este tramo se observa la presencia de algunos locales vacantes, el uso más frecuente es la alimentación, por lo que en todo el tramo de la vía se desarrolla mobiliario generando un patio de comidas como colaboración al servicio predominante, la interrelación entre lo que ocurre en la calle y los locales es muy cercana.

Bloque 5. Las actividades variadas que se muestran en igual cantidad que la vestimenta, corresponden a locales que se encuentran en reconstrucción o mantenimiento, existe también una importante cantidad de locales destinados a servicios varios.

Figura 4. Categoría retail por bloque



El criterio de análisis se basará en la ubicación de secciones que corresponden al local que será estudiado, la dimensión de la sección se establece por la extensión de posibles relaciones que puedan surgir según el local y los tipos de servicios de locales contiguos, intentando llegar hasta los bordes.

Para el desarrollo del análisis y la validación de la muestra se analizarán dos locales con diferentes tipos de servicio retail, que busca la mayor cantidad de interrelaciones posibles entre segmento de vía y local comercial, un local por sección de bloque.

El primer paso del criterio de selección ha sido resuelto y con ello, la definición de la muestra de análisis que concierne a dos locales de diferente categoría de servicio a los que le corresponde su sección, por tanto, también tenemos dos secciones para ser analizadas.

El segundo paso será definir un método de relación entre ubicación de los elementos en el espacio y la relación de los mismos con la envolvente, una tercera etapa será la de crear una matriz de abstracción teórica para clasificar los datos y analizarlos.

El método

La ubicación de los elementos. Estrategia de análisis

Los datos obtenidos serán llenados en las tablas de análisis correspondientes a temas relevantes para el análisis de un espacio exterior e interior. Una vez llenados los datos se obtendrán resultados que serán comparados. Se analiza la tabla de elementos del interior del local (ver Figura 10) junto con la tabla de elementos de la sección de la calle.

El método de análisis se basa en la observación de los elementos compositivos del espacio mediante la ubicación de ellos asentados en plantas arquitectónicas de los sitios a ser analizados. La clasificación será a través de cantidad, tipo específi-

co y relación con otros elementos siendo: aislada, integrada y focal; aislada, es decir, que no tiene relación con el entorno; integrada con el espacio; focal en el sentido de que el elemento se convierte en el actor principal de escena y son los demás elementos los que se conforman en favor al focal.

Los instrumentos de análisis son en esencia los planos de los sitios a ser estudiados, en primera instancia el master plan de la calle peatonal Lijnbaan. Se obtuvo del documento de tesis de postgrado de Avilés (2019), y a su vez las secciones para comprender la escala de los elementos en altura.

La observación de imágenes fotográficas tanto de calle como de los locales comerciales serán la base del desarrollo, Google Street View, ha funcionado como una excelente herramienta para la observación a través de toda la calle comercial, la actualización de la página en el sector corresponde a agosto de 2019.

La gestión realizada para obtener información de primera mano sobre Lijnbaan y los locales comerciales, se realizaron a través de entrevistas directas mediante video conferencia con el administrador Gerard Zandbergen del desarrollador Locatus Online con base de tecnología Esri, en el que el servicio principal es obtener información sobre las tiendas de algunas ciudades importantes en ventas de Europa. Luego de plantear los términos de la investigación académica y de informar sobre los aspectos esenciales de búsqueda el administrador brindó el acceso a una cuenta para obtener información necesaria que el programa ofrece.

“Visitamos físicamente los locales, medimos los m² y verificamos las plantas, hemos llegado a acuerdos con inversores, gestores, *retailers* y agencias, recopilamos y contrastamos el *footfall*” (LOCATUS ONLINE, 2019, párr. 3).

⁶Footfall o Número de Visitas (Cerde, 2019, p. 27).

Luego de investigar sobre los locales comerciales emplazados en la calle Lijnbaan, se obtuvo la información de que algunos de ellos fueron rediseñados en proyecto y ejecución por la firma de arquitectura y diseño Lagado Architects, por lo que se estableció contacto telefónico con uno de los propietarios fundadores, Victor Verhagen. Fueron entregados por Lagado Architects planos y seccio-

nes que corresponden a los locales comerciales de Calvin Klein Underware emplazado en el bloque 2 como local de vestimenta de 82,00 m² y Chinny un restaurante ubicado en el bloque 4 con un área de intervención en planta baja de 61,80m², cumpliendo de esta manera con lo establecido como mínimo requerimiento de muestra.

Figura 5. Local 63 Calvin Klein



De Lagado Architects, (2018).

Figura 6. Local 43 Chinny



De Lagado Architects, (2018).

“Nuestros servicios van desde visiones estratégicas hasta procesos de diseño e implementación. Dependiendo del proyecto, operamos como iniciadores, investigadores y arquitectos” (Architects, 2019, p.10).

Método de obtención de datos

Para iniciar la comparación fue importante establecer que la ubicación de los elementos será la base para obtener datos del espacio interior y el exterior, nos revelará las relaciones de los elementos con el entorno y entre ellos, de esta manera se equilibran los criterios para cada espacio, a partir de este punto se ha generado una estrategia para el método de análisis mediante la sectorización de la superficie

por medio de cuadrantes numerados del 1 al 9. Este sistema ha sido tomado del texto de *Conceptos básicos del Escaparatismo* de Valencia (2003) zonifica al escaparate por zonas de venta en un levantamiento frontal de fachada, (división en sentido horizontal), la baja, media y alta, en donde la baja es la zona más vendedora, la zona media es la zona de atracción y la superior destinada para publicidad, en cuanto a la división vertical la mejor zona será la central. Se tomó el criterio de la división de tres zonas tanto verticales

como horizontales, mas no la distribución en rigor de la numeración ya que esta corresponde a un análisis de porcentajes en relación a la vista del usuario en el escaparate y pertenece a los niveles en altura.

La planta del local comercial como la sección del bloque de calle también se dividen en cuadrantes, con la finalidad de obtener datos que establecen relaciones similares en cuanto a criterios de ubicación de elementos.

Figura 7. Distribución de cuadrantes en local comercial y sección de calle

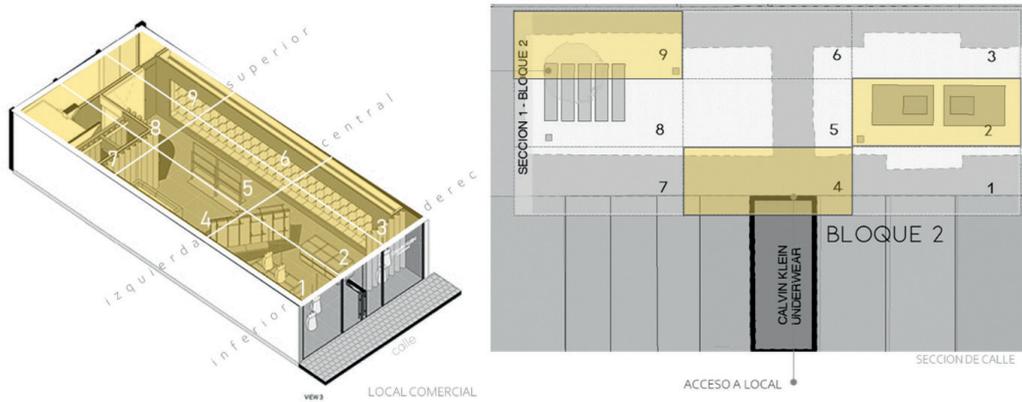
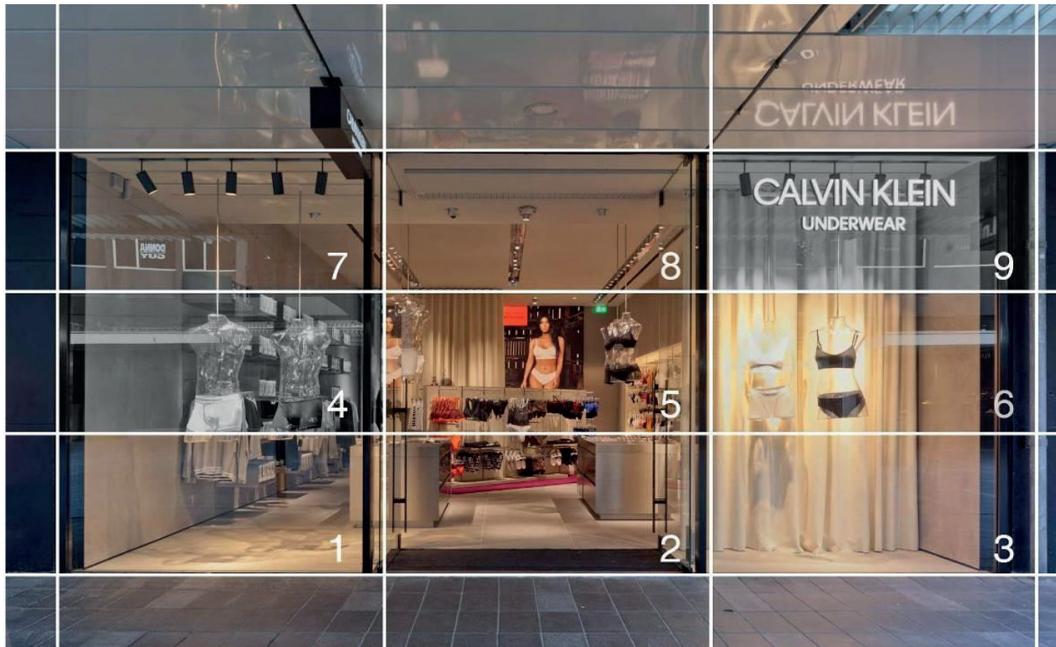


Figura 8. Distribución de cuadrante en altura. Análisis de escaparate



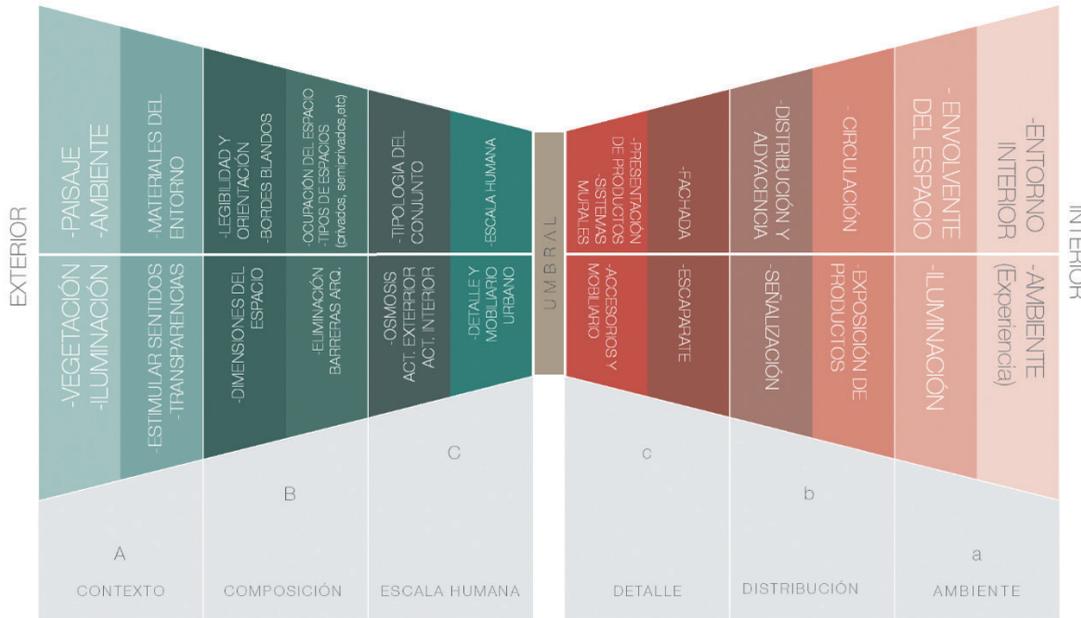
El criterio de distribución para la numeración de los cuadrantes está basado en la ubicación de los accesos, así en el local comercial el acceso determina el tramo inferior, luego el central y finalmente el superior, de la misma forma en el sentido horizontal tomando el tramo central tenemos también el izquierdo y el derecho. En el caso de la sección de la calle el primer paso es determinar el acceso principal al conjunto en este caso corresponde a la intersección de la calle Lijnbaan y la calle en donde se ubica la línea del tren, emplazado en el bloque 1, el letrero con el nombre del conjunto comercial da la bienvenida al recorrido.

Esquema de matriz para la investigación

El desarrollo de matrices a manera de guía de investigación tiene fundamentos teóricos de dos autores para el espacio interior y dos para el espacio exterior, con la finalidad de construir bases para el análisis de información de datos obtenidos con los procesos antes mencionados.

Al tratarse de dos análisis confrontados entre sí, se busca que las condiciones para ambos sean similares y equilibradas, así se fragmentan en tres temas importantes para cada espacio y de ellos subcategorías que generen relaciones entre elementos, la ilustración muestra un achatamiento de la gráfica en el centro acentuando la escala de los elementos y llegando al detalle del análisis.

Figura 9. Esquema de matriz de análisis



Con base a guías para el diseño de espacios públicos confortables y la planificación estratégica de espacios públicos con enfoque al diseño urbano a escala humana. En el texto del autor Jan Gehl en conjunto con el Ministerio de Vivienda y Urbanismo de Chile (MINVU) y Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2017), analiza los pasos para una correcta estrategia de planificación en base de entender el entorno y promulgar la cohesión social en los espacios públicos (MINVU, PNUD, 2017); a la vez el artículo del Arquitecto Enrique Mínguez desarrolla su trabajo en relación a encontrar indicadores de investigación con la finalidad de ser partícipe en la creación o modificación de espacios urbanos de calidad (Mínguez, 2013).

Los términos que se explican a continuación provienen de la abstracción de los autores antes mencionados en relación a datos que puedan ser tomados en los segmentos de muestra para el análisis.

Contexto

La vegetación será observada y analizada en relación con el entorno, la iluminación será clasificada por su tipo, el paisaje y ambiente en relación con el espacio contenedor, protección contra intemperie; la estimulación de los sentidos y las transparencias hacen referencia a elementos del espacio que permitan visibilidad continua o a su vez elementos encontrados que generen obstáculos visuales; los materiales del entorno darán significado al lenguaje formal del conjunto con la clasificación por tipo de los mismos.

Composición

En esta sección se analiza en términos generales la estructura del complejo en cuanto a la composición de elementos que permiten legibilidad y orientación; los bordes blandos como espacios de permanencia corta o prolongada, en donde surge la comunicación social en el espacio público; detectar la presencia de barreras arquitectónicas; la ocupación del espacio a través de la clasificación por su tipología siendo estos privados, semiprivados, públicos, semipúblicos.

Escala humana

Llegando al detalle de los elementos del espacio exterior, tenemos la correspondencia o diferencia entre la actividad interior de los locales comerciales y la forma, función que el espacio exterior le corresponde; el análisis de la tipología del conjunto, llegando al detalle del mobiliario urbano en ubicación y relación. Por último, la escala humana, identificar elementos o espacios que se perciben con sobredimensión alejado de lo manejable.

Se plantea una matriz de análisis para el diseño de espacios comerciales con relación a la marca y el espacio en los textos de los autores Tony Morgan (2008) y Lynne Mesher (2010). El autor establece un orden en el que desarrolla su análisis, como la adyacencia de artículos, la distribución del espacio en planta, los expositores, los sistemas murales, la presentación de los productos, artículos en oferta, señalización, etiquetado, iluminación, entre otros (Morgan, 2008).

Según Mesher (2020), el espacio diseñado de una tienda comercial debe tener relación directa con el entorno arquitectónico de la envolvente, considerando el sitio y la ubicación, en base a principios generales del diseño según la distribución.

Ambiente

Dentro de espacio interior es importante entender el entorno o contenedor, la envolvente del espacio en relación a los materiales y elementos de los que se compone; el ambiente como experiencia hace referencia a la ubicación de elementos vegetales por un lado y por el otro a lugares destinados a ambientes especializados, stand de temporada, etc.; la clasificación del tipo de iluminación y su ubicación tendrá el mismo tratamiento que lo realizado en el exterior.

Distribución

En esta fase se encuentra lo referente a la composición y desarrollo del espacio en cuanto a circulación, el ritmo de circulación, los espacios de permanencia; la exposición de productos relacio-

nados con los tipos de recorridos; la distribución, adyacencia de productos, recalando los puntos focales, zonas de venta, líneas de visión, obstáculos localizados, así como la señalización y clasificación de la misma.

Detalle

Elementos que componen el espacio, desde la fachada con la determinación del acceso y su tipología, continuando con el escaparate en donde se identifica la forma de exposición de productos, su clasificación según el tipo, la composición de los elementos, etc.; la presentación de productos, sistemas murales junto con los accesorios y mobiliario serán analizados en relación a su clasificación y el lugar que ocupan en el espacio.

Análisis de datos

La tabla que se muestra a continuación, representa un proceso de abstracción teórica transformada en una matriz con llenado de datos, relacionado con la ubicación de los elementos del espacio mediante el trazado de cuadrantes, a partir de la ubicación la tabla muestra las relaciones posibles de los elementos con el entorno, y clasificaciones por tipo. Los datos serán representaciones de las palabras para entender las clasificaciones, la finalidad es obtener datos numéricos, se observarán constantes en la información y se podrá definir cuáles son los cuadrantes en donde suceden las relaciones. En la muestra se detalla la distribución, corresponde el mismo proceso para los temas Contexto, Composición, Escala Humana, Ambiente, Detalle, aplicado en los locales Chippy y Calvin Klein, así como en la sección de calle que les corresponde.

Figura 10. Tabla de análisis, distribución, local Calvin Klein

b. DISTRIBUCIÓN

b1. CIRCULACION				b2. DISTRIBUCION Y ADYACENCIA DE PRODUCTOS						b3. EXPOSICION DE PRODUCTOS		b4. SEÑALIZACION								
Ubicación cuadrante	Acceso	Tipos de recorrido marcar según corresponda	Ritmo de circulación	Permanencia (descanso)	Zonas de venta	Faciles do libro circulación		Puntos Focales	Lineas de visión		Tipos de distribución: mercadería según corresponda	Ubicación	Relación: aislada(a) integrada(i)	gráficos y fotografías (publicitaria)	Lecturas de Fachada	Señalética emergenciana	Orientarse			
						Se dictena (s)	Cambie dirección (c)		ubicación cuadrante	ubicación número cuadrante								estilo de partida	obstáculos cuadrante	Linea de partida
2	2,2	1:1,3	lineal horizontal vertical zig-zag forma de ocho caja insertada	- - - - - X	(s) c c c -	5 1,3 4 9	8	Platino 5 Oro 3,8,9 Plata 1,3 Bronce 1,4	3 5	5 8 6 6	Acceso 5 Fondo 8,5 Esq. superior derecho 6 Esq. superior izquierda 4 Esq. inferior derecha 3 Esq. Interior izquierda 1	Distribución IV Cuedícula Lazo Circular Libro	- - - x -	1,3 8 1,4,3,6,9 0	6 a a	0	9	0	-	-

Figura 11. Representación de resultados a través de cuadrantes local Calvin Klein

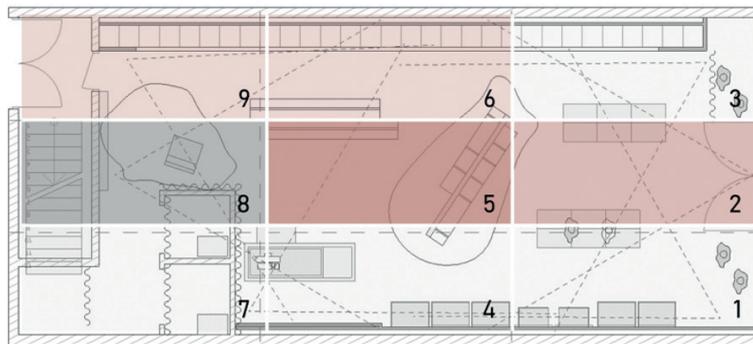


Figura 12. Representación de resultados a través de cuadrantes. Sección correspondiente a Calvin Klein

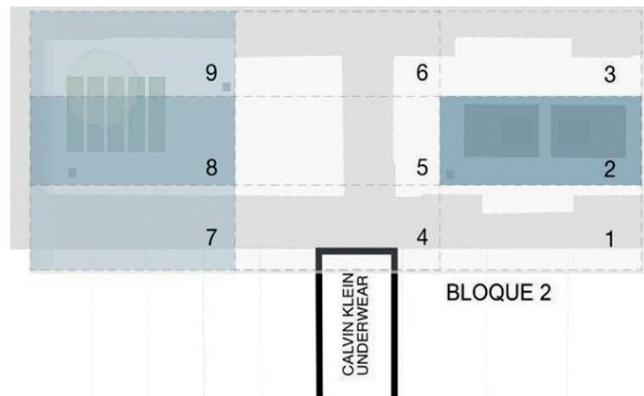
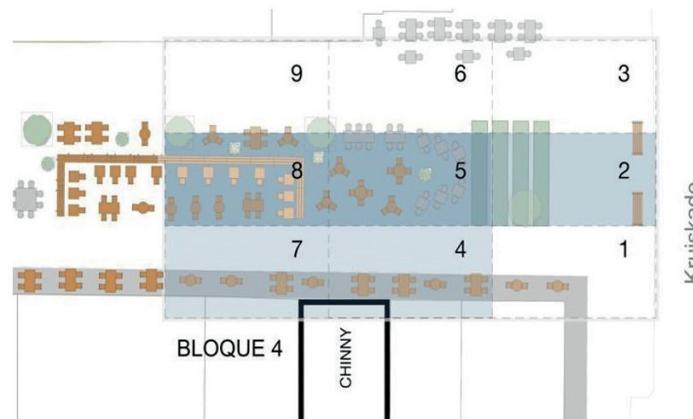
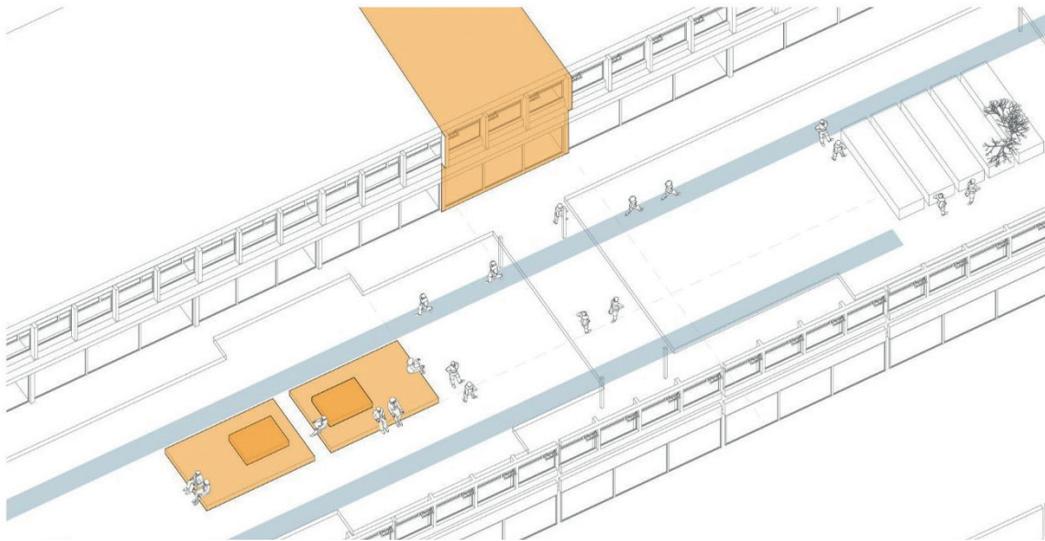


Figura 13. Representación de resultados a través de cuadrantes local Chinny**Figura 14.** Representación de resultados a través de cuadrantes Sección correspondiente a Chinny

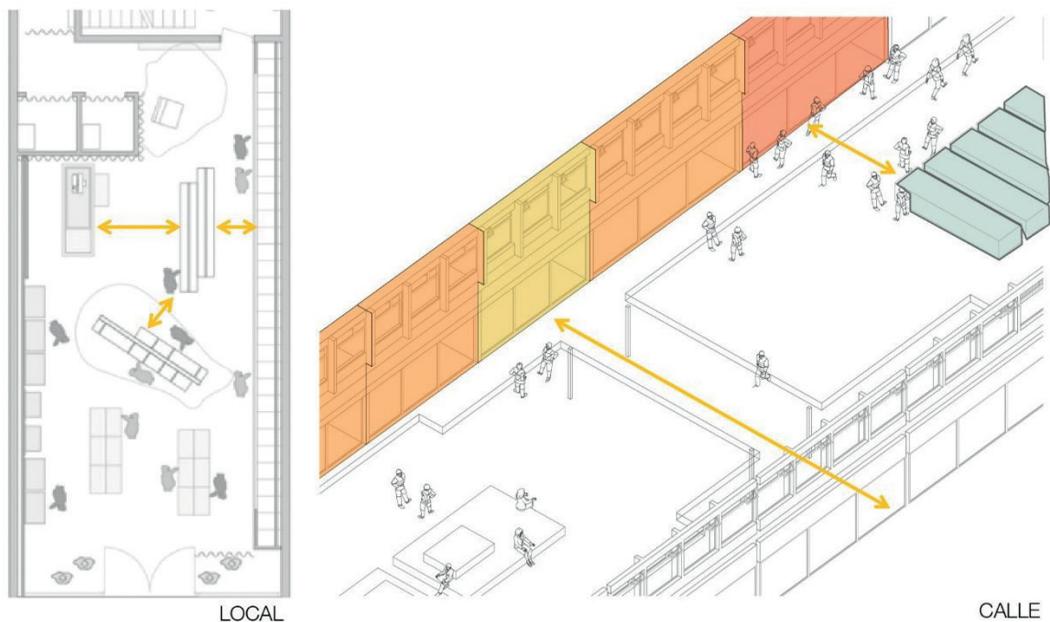
Relación espacial

La ubicación de los elementos en zonas, codifica el espacio por tramos, simplificando la relación entre el local y la sección de calle, se ubican accesos, los tramos por los que se desarrollan los recorridos, espacios de permanencia, puntos focales, espacios especializados, espacios contenidos, clasificaciones del espacio, ubicación de vegetación, señalética e iluminación.

La circulación fluida no deja mucho espacio para los bordes blandos, elementos ubicados disminuyen la sección, detienen la velocidad del caminante propiciando nuevas decisiones.

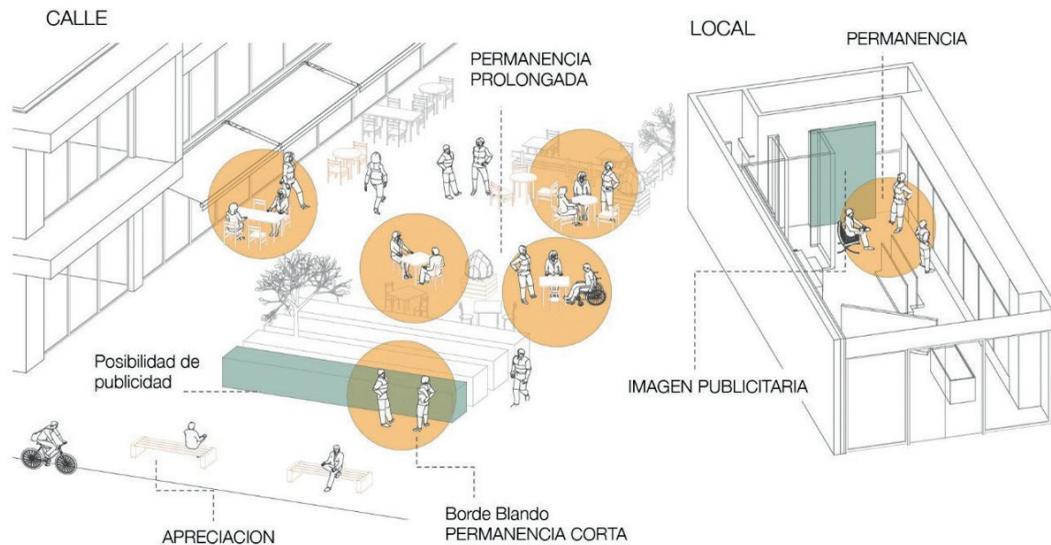
Figura 15. Circulación, recorridos y cambios de dirección

En el local el espacio de consulta y cobranza se ubica con mayor sección de tramo al caminar y no capta mayor atención del tránsito interno, no coincide con lo ocurrido en la sección de la calle, a menor dimensión de sección, mayor aforo de transeúntes.

Figura 16. Distribución, tipo de espacio, amplitud al caminar

Los espacios de permanencia corta (bordes blandos) o permanencia prolongada generan espacios contenidos, la semi privacidad de estos lugares muestran espacios de apreciación, con presencia de señalética o imagen publicitaria, un buen lugar para exhibir lo que busca ser visto.

Figura 17. Exposición de productos, Ocupación del espacio, señalética



Comparación de resultados. Tabla de elementos

Las matrices fueron diseñadas con la finalidad de encontrar un método de análisis cuantitativo e identificar a través de la numeración las zonas de ubicación de elementos y las relaciones que se puedan generar, los resultados tanto de local y calle muestran datos como constantes en ubicación tipos y clasificaciones. Sin embargo, las relaciones entre los espacios interiores y exteriores aterrizan en esta tabla de elementos del espacio para comprender el lenguaje que expresa e identificar similitudes y diferencias.

La abstracción de los elementos se toma del autor Fernández-Galiano (2014), quien interpreta los elementos que componen el espacio a través de 32 elementos para espacios habitables y los elementos de composición que definen habitabilidad, de estos elementos se utilizarán 12 que son los más recurrentes para el ámbito espacial-comercial.

Suelo, del piso al pavimento; Puerta, entre la clausura y el paso; Muro, entre la decoración y la defensa; Patio, intimidad y protocolo; Plaza, dominio público, la naturaleza de lo público; Vestíbulo, pórtico y zaguán, límite indeciso entre lo público y privado; Taller, trabajo y producción; Jardín, infancia de la arquitectura; Calle, corredor; Monumento, la dimensión excesiva; Lámpara, luz en las tinieblas (Fernández-Galiano, 2014).

Figura 18. Relaciones entre el segmento de calle 1 y el local comercial Calvin Klein, ubicados en bloque 2

TABLA DE ELEMENTOS			
		LOCAL	CALLE
Suelo		Diferente material revestimiento	
Techo		Sin desniveles	Aleros, semicubierto
Puerta		2	2
Muro		Exhibición productos	Escaparates
Patio		2	8
Plaza		2	5
Vestíbulo		4	8
Taller		-	-
Jardín		-	8
Calle		Caja insertada Pasillos en dos laterales	Lineal
Monumento		5	2
Lámpara		direcciona	ambiental

Figura 19. Relaciones entre segmento de calle 2 y el local Chinny, ubicados en bloque 4

TABLA DE ELEMENTOS			
		LOCAL	CALLE
Suelo		Diferente material revestimiento	
Techo		Con estructura vista	Aleros, semicubierto, Parasoles
Puerta		2	1; 3
Muro		Exhibición gráficas	Escaparates
Patio		1; 2; 3	5; 8
Plaza		-	2
Vestíbulo		2	2
Taller		9	-
Jardín		Tramo inferior y central horizon.	Tramo central vertical
Calle		Lineal Pasillos central	Lineal Pasillos en dos laterales
Monumento		8	-
Lámpara		direcciona	puntual

Suelo: Diferentes materiales de revestimiento en piso, el cambio de material provoca diferencias entre interior y exterior.

Techo: La protección con cubiertas fijas o removibles provocan un espacio contenido, el espacio exterior busca similitud con el interior.

Puerta: La ubicación del acceso en la zona inferior determina el tipo de circulación en el interior, los recorridos fluidos en calle tienen doble acceso.

Muro: Según el tipo de servicio el mobiliario de pared resulta en una suerte de revestimiento, en calle, el escaparate exhibe al local como una ventana - muestrario, entra en juego la señalética.

Patio: La semiprivacidad en los espacios contenidos en calle, especialmente en el sector de servicio de comida (patio de comidas), los espacios de permanencia prolongada (bancas), provocan lo mismo.

Plaza: La clasificación de los espacios tanto en interior como en exterior, marcan privacidades y/o espacios de libre acceso y circulación.

Vestíbulo: Es el espacio intermedio entre lo público y lo privado, un lugar de desaceleración, un espacio de apreciación, cambio de dirección o pausa momentánea, se ubica cercano a los accesos.

Taller: Según el tipo de servicio se considera al elemento taller como un abasto de servicios para el desarrollo del comercio, en Chinny se puede observar este particular.

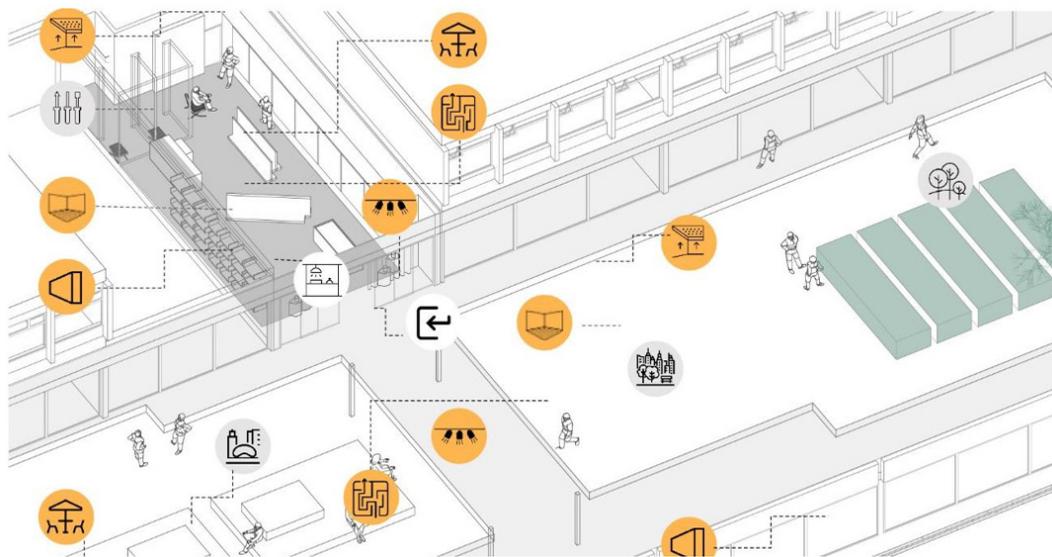
Jardín: La ambientación de espacios con elementos vegetales, ubicados con intencionalidad, el espacio interior busca similitud con el exterior, las zonas de vegetación se emplazan cercana a espacios contenidos o de permanencia.

Calle: Los recorridos circulaciones, caminos, sean estos holgados o estrechos marcan los destinos y dirigen a los ocupantes con un propósito.

Monumento: En la búsqueda de equilibrar los elementos interiores y exteriores en relación de escala, surge la percepción humana y alcanzable de elementos, la comodidad con la dimensión.

Lámpara: Como estrategia para acentuar actividades, generar atracciones y dirigir.

Figura 20. Elementos del espacio



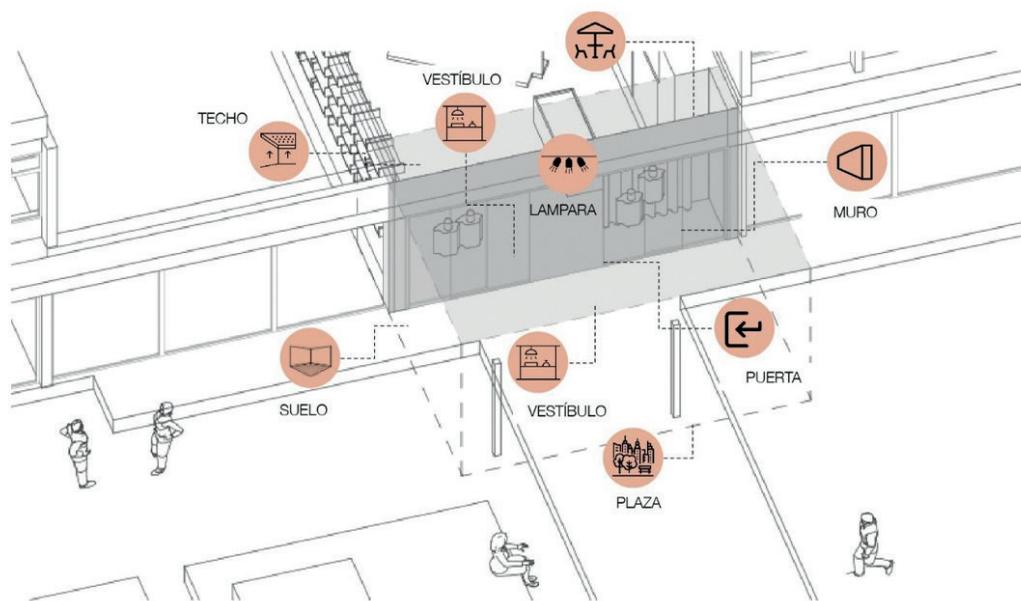
Conclusiones

En la búsqueda de demostrar ausencia de límites entre espacios exteriores e interiores, mediante un método que permita compararlos, emerge la postura de la fragmentación de los espacios –exterior, umbral, interior– como unidades separadas que interactúan entre sí, siendo el umbral el paso que permite dicha comunicación. El planteamiento inicial de la investigación tenía como finalidad acertar en una suerte de similitudes, demostrando que un espacio exterior e interior pueden ser analizados e identificados con un mismo método, eliminando de esta manera los límites. Sin embargo, las características presentes en los espacios son en ciertos casos únicas y responden a forma y función específicas que el lugar les exige.

La espacialidad del umbral

Para la presente investigación la definición del umbral ha sido imprecisa como lo es su dimensionamiento, podría limitarse al elemento acceso de una tienda comercial, conformarse internamente con el escaparate o bordear el límite aproximado en el cobijo de un alero exterior. No obstante, se emplaza como un conector, como un espacio intermedio, a través del cual surgen diferencias y similitudes en los elementos conformadores del espacio, abriendo las puertas a futuras investigaciones en donde el umbral pudiera definirse como un espacio transitorio de muy alta importancia a ser analizado al momento de la decisión de compra, ya que conlleva dentro de sí, publicidad, señalética, composición, protección, exposición, iluminación y demás elementos del espacio.

Figura 21. La espacialidad del Umbral, elementos del espacio



Dentro del proceso analítico, el método usado para el estudio resultó en un hallazgo importante, los resultados son significativos así como la estrategia usada, de una manera medible sin la intervención de la percepción propia anticipada, los elementos se relacionaron en similares emplazamientos correspondientes al exterior e interior; la herramienta conectora resultó ser la ubicación de los elementos en el espacio a través de cuadrantes, obteniendo secciones, tramos o puntos específicos del espacio en donde ocurren vínculos entre la envolvente y la actividad, con la interacción de varios factores. Del proceso emergen resultados importantes en cuanto a la relación espacial, pues surgen similitudes y correspondencias de lo que ocurre interna y externamente; las circulaciones, disposición de elementos, recorridos, clasificaciones de tipos de espacio, son algunos de ellos.

Los resultados de la investigación responden a un lugar en específico, por tanto, son la respuesta a un espacio arquitectónico diseñado con el fin de dicho funcionamiento. Con respecto a la historia de la calle, es la primera calle peatonal comercial de Europa en donde el diseño de la misma no ha mutado en forma o función, por lo que el uso del espacio ha sido previamente establecido, y los locales comerciales le han ido correspondiendo con relación a la clasificación del tipo de servicio, locales y bloques se soportan y corresponden entre sí. Es por esto que la lectura general del espacio cambia de acuerdo al tipo de servicio de la mayoría de locales por bloque, se manifiestan nuevos cuestionamientos en cuanto a relaciones que puedan surgir en diferentes escenarios, es decir ¿cuáles podrían ser los resultados que se obtengan en una calle peatonal adaptada a su uso, con diferente contexto? Asimismo, la extensión de la calle puede ser un factor diferenciador, por la diversidad de tipologías de bloques relacionadas con el tipo de servicio de locales, ¿qué ocurre en complejos de menor dimensión en donde diversos tipos de comercio se encuentran estrechamente relacionados?

El diseño de espacios o el análisis formal-espacial de los mismos son el resultado de múltiples relaciones entre los elementos que lo componen, en esta investigación son representados por medio de 12 elementos, los más recurrentes, que asientan los enlaces entre el espacio exterior e interior en una representación gráfica que expone las características de lo interpretado.

Referencias

- Architects, L. (2019). *Lagado architects*. <https://lagadoarchitects.com/profile/>
- Augé, M. (2000). Los no-lugares. *Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Gedisa.
- Avilés, A. (2019). *La Peatonal Lijnbaan, Conjunto Urbano en Holanda, año 1953, Jaap Bakema & Jo Van der Broek*. Universidad de Cuenca.
- Bates, K. (2013). Making Pedestrian Malls Work. *Department of Planning, Public Policy & Management*, (June).
- Bekerman, A. (2014). Del espacio al aula. El Visual Merchandising como contenido curricular en las carreras de Diseño de Interiores y Espacios Comerciales. *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación N°XXII*, 15, 126-133.
- Bellet, C. (2009). Reflexiones sobre el espacio público. El caso de las ciudades intermedias. *Ponencia presentada en el IV Seminario-Taller sobre Espacios Público en Ciudades Intermedias, Mérida, Venezuela*, 15, 16.
- Cano Redondo, A. (2018). *Pequeños espacios, grandes proyectos. Los interiores comerciales en España: de la modernidad a la globalización*. Editorial I2 Innovación e Investigación en Arquitectura y Territorio.
- Cerda, J. P. (2019). *Análisis para el diseño y la implementación de CRM para fidelización de clientes: Caso eCommerce Bendita SA*. Resumen : Universitat de Barcelona Facultat.
- Ching, F., & Binggeli, C. (2015). *Diseño de Interiores: Un Manual*. Editorial Gustavo Gili.
- Cuenca Juan, A., Solé Andreu, I., & Vázquez García, M. Á. (2014). Límite y percepción en la arquitectura: el caso del IVSA. In *I Congreso Internacional de Vivienda Colectiva Sostenible, Barcelona, 25, 26 y 27 de febrero de 2014* (pp. 78-83). Máster Laboratorio de la Vivienda Sostenible del Siglo XXI.
- Fernandez-Llebregat Muñoz, J. (2013). *La dimensión humana de la arquitectura de Aldo Van Eyck. Escrita y Construida: Reconocimiento de sus ideas y Estudio de su iglesia en La Haya*. Universidad Politécnica de Valencia. <https://doi.org/Universidad Politécnica de Valencia>

- Fernández-Galiano, L. (2014, December). Treinta y dos elementos. Architecture, from System to Fragment. *Arquitectura Viva*, Núm 169, 11-58.
- Fernández-Llebregat, J. (2013). La dimensión humana de la arquitectura. Aprendiendo del Team 10. *Arquitectura y Urbanismo*, XXXIV(1), 64-72.
- Garriz, E., & Schroeder, R. (2014). Dimensiones del espacio público y su importancia en el ámbito urbano. *Revista Científica Guillermo de Ockham*.
- Gehl, J. (2014). *Ciudades para la gente*. Ediciones Infinito.
- González, P. U. (2008). *Atlas visual de cincuenta y siete años de arquitectura* (Doctoral dissertation, Universidad Politécnica de Madrid).
- Granados Manjarrés, M. (2016). De Leibniz a la arquitectura. *Aisthesis*, (60), 53-67.
- Guinea, L. G. (2016). *Lugares intermedios: la filosofía del umbral en la arquitectura del Team 10* (Doctoral dissertation, Universidad Politécnica de Madrid).
- Heppes, S. (2019). Trama holandesa: tipologías morfológicas de edificios en Róterdam. *Archivo Digital UPM*, 40.
- Jiménez-Domínguez, B., Becerra, O., & Olivera, R. A. (2009). Apropiación pública del espacio en centros comerciales de la zona metropolitana de Guadalajara. *Medio Ambiente y Comportamiento Urbano*, 10(3), 253-285.
- Koolhaas, R., & Avia, J. S. (2006). La ciudad genérica (pp. 6-6). Barcelona: Gustavo Gili.
- Korstanje, M. (2006). El viaje: una crítica al concepto de "no lugares". *Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social*, 1(10), 211-238.
- Locatus, 2019. *Locatus Online*. <https://locatus.com/es/>
- Mesherskiy, L. (2010). *Basics Interior Design 01: Retail Design*. Ava Publishing.
- Minguez, E. (2013). Claves para proyectar espacios públicos confortables. *ArchDaily*, 1. <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/02-285882/claves-para-proyectar-espacios-publicos-confortables-indicador-del-confort-en-el-espacio-publico>
- MINVU, PNUD, G. (2017). *La dimensión humana en el espacio público. Recomendaciones para el análisis y el diseño* (Serie 1). Ministerio de Vivienda y Urbanismo Gobierno de Chile.
- Morgan, T. (2008). *Visual Merchandising Escaparates e interiores comerciales* (3ra edición). Editorial Gustavo Gili.
- Mumford, E. P. (2007). El discurso del CIAM 1928-1960. *Bitácora UrbanoTerritorial*, 1(1), 96-115.
- Orellana, D., Hermida, C., & Osorio, P. (2017). Comprendiendo los patrones de movilidad de ciclistas y peatones. Una síntesis de literatura. *Revista Transporte y Territorio*, (16), 167-183.
- Polifroni, O. (2013). El diseño de espacios como hábitat interior del ser humano. *Universidad de La Costa*, 11(1), 47-54.
- Riaño, P. (2018). Hot retail citites - Ránking 1-100. *Cinnamon News*, 107.
- Ruiz, N. (2013). En los límites de la arquitectura espacio, sistema y disciplina, 300. Valencia. (2003). *Conceptos básicos del escaparatismo*. Cámara Valencia.
- Valera, S., & Pol Urrutia, E. (1994). El concepto de identidad social urbana: una aproximación entre la psicología social y la psicología ambiental. *Anuario de Psicología*, (62), 5-24.
- Vernor, J. D., & Rabianski, J. (1993). *Shopping center appraisal and analysis*. Appraisal Institute.
- Vidal Moranta, T., & Pol Urrutia, E. (2005). La apropiación del espacio: Una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de*

Figuras

Figura 2. Locatus Online. (2020). *Categorías Retail de locales calle Lijnbaan*. Arcgis Online. Holanda: esri.

Figura 5. Lagado Architects.(2018). *Local 63 Calvin Klein*. Rotterdam: Obtenido de: <https://lagadoarchitects.com/wp-content/uploads/2018/07/calvinkleinunderwear-rdk-lores-lagado-architects-41.jpg>

Figura 6. Lagado Architects.(2018). *Local 43 Chinny*. Rotterdam: Obtenido de: <https://lagadoarchitects.com/wp-content/uploads/2019/05/02-rdk-lagado-chinny-web-.jpg>